

# „Geiz ist geil“ – auch für Zahnarztpraxen?

*Quo vadis Deutschland? Diese Frage muss sich in unserer Gesellschaft jeder immer wieder selbst stellen und für sich beantworten. Dazu gehören Eigenverantwortung, unternehmerisches Denken, Planen und Handeln sowie der Wunsch und Wille nach Erfolg. Auch in der Zahnmedizin ist ein solches Umdenken erforderlich: So entstehen zum Beispiel größere Chancen für die gesamte Branche, wenn sich mehr Zahnärzte entschließen könnten, Beauty optimal zu verkaufen, anstatt einfach nur Versorgung „aufzudrängen“.*

| Holger Kusch

**D**och auch „Geiz ist geil“ und Neid gehören in unserer heutigen Gesellschaft leider zum Geschäft. Eine Möglichkeit ist das Aufspringen auf den rasenden Zug dieser „Hauptsache Billig-Mentalität“. Die Preisspirale wird dabei immer weiter nach unten zeigen, wobei die Konse-

versteigert wird, und/oder die Kassen ihre Zahlungen an das chinesische Lohnniveau anpassen (oder die Chinesen mehr Lohn verlangen)? Macht nichts, denn für Gammelfleisch tun es ja auch schon mal Gammelzähne und wenn das nicht reicht, dann wird einfach wieder am Humankapital gespart –

**„Die Konkurrenz der Zahnarztpraxis ist nicht die Zahnarztpraxis! Der Wettbewerb für die Zahnarztpraxis sind Designerware, Mountainbikes, Kreuzfahrten, Luxusautos und Wellnessstempel!“**

## der autor:

**Holger Kusch** arbeitet seit über 22 Jahren in der Dentalindustrie. Nach seinen Erfahrungen als Produktmanager Europa und regionaler Verkaufsleiter bei DENTSPLY, übernahm der Diplom-Betriebswirt (BA) 1996 die Leitung der Kerr GmbH in Karlsruhe. Seit August 2004 ist der gebürtige Düsseldorfer mit dem Aufbau des Vertriebs Deutschland für Discus Dental betraut. Von Ettlingen aus unterstützt er mit seinem Team interessierte Zahnärzte bei der Umsetzung von Chairside-Bleaching. Nebenbei berät er Praxisteams in den Bereichen „Kundenpotenziale erkennen“ und „Aktiver Verkauf in der Praxis“.

quenzen bereits in vielen Bereichen unserer Gesellschaft zu sehen sind. Mobiltelefone, Unterhaltungselektronik, Textilien und natürlich auch Zahnersatz werden in immer größerem Umfang außerhalb unserer Republik hergestellt; für einen Markt, der sich bei konsequentem Konsum dieser „Billigprodukte“ den eigenen Arbeitsplatz und somit die finanziellen Möglichkeiten ruiniert bzw. schon ruiniert hat. Also wird für einen nicht geringen Teil der Zahnärzte in Deutschland die Zukunft zwischen dem Feilschen um Patienten bei Foren wie [www.2te-zahnarztmeinung.de](http://www.2te-zahnarztmeinung.de) und McZahn liegen. Fraglich ist nur, wo die Qualität der Arbeiten und des Arbeitens bleibt, wenn beispielsweise die PZR für 25,00 €

der arbeitslose Zahnarzt oder wie es besser heißt: totes Humankapital auf höchstem Bildungsniveau. Es bleibt dem Leser überlassen, sich auszumalen, wo diese Zukunft hinführt.

### Konsum und Körper als „Ich-AG“

Auch oder gerade in den vergangenen Jahren sind überproportionale Zuwachsraten in Bereichen wie Wellness- und Golfreisen, Kosmetikinstituten, Luxusartikel, ja selbst Schönheitschirurgie, erzielt worden. Bereiche, die das individuelle Wohlbefinden bestimmen. Die Konkurrenz der Zahnarztpraxis ist nicht die Zahnarztpraxis! Der Wettbewerb für die Zahnarztpraxis sind Designerware, Mountainbikes, Kreuzfahrten,