

Die wirtschaftlichen Aspekte der Patientenbindung

| Maïke Klapdor



Hier entscheidet in erster Linie das tägliche Handeln über das Image und den wirtschaftlichen Erfolg der Praxis. Also die Kombination aus zahnmedizinischer Kompetenz und Verhaltensgewohnheiten des Praxisteams im Umgang mit dem Patienten.

Natürlich gelten für jede Praxis die inzwischen hinlänglich bekannten Grundlagen der Außendarstellung. Ein kleiner Mosaikstein für die wirkungsvolle Patientenbindung ist eine entsprechende „Basisausstattung“. Dies ist ein individuelles Logo sowie einheitlich gestalteter Praxisauftritt (corporate design für Visitenkarten, Briefbogen, Praxisschild, Praxisbroschüre, Internetpräsenz). Dieses Basispaket ist je nach Anbieter und Individualitätsgrad ab ca. 6.000 Euro zu haben und sollte über kurz oder lang in die Investitionsplanung aufgenommen und dann auch angeschafft werden.

Wesentlich wichtiger ist jedoch das Bewusstsein für die Relevanz der Alltagsroutine. Der Zahnarztbesuch ist für den Patienten ein sensibles Thema. Entsprechend feinjustiert ist seine Wahrnehmung für das Verhalten der Menschen um ihn herum. Diese

Eines ist sicher: Sie können viel Geld ausgeben für Marketingstrategien, Werbemittel und diverse Investitionen zwecks Gewinnung von Neupatienten. Für den zahnärztlichen Spezialisten ist ein breites, professionelles Marketing ohne jeden Zweifel ein wesentlicher Baustein, um die angestrebte Positionierung im Markt auch tatsächlich zu erreichen und auf Dauer zu halten. In der allgemeinzahnärztlich ausgerichteten Praxis sieht dies jedoch völlig anders aus.

Situation birgt große Chancen und beinhaltet ebenso große Risiken.

Die durchgängige Etablierung einer durchdachten Patientenbindungs- und -betreuungssystematik verdient es, zur Chefsache erklärt zu werden. Denn sie ist bares Geld wert. Konkret bedeutet dies unter anderem geordnete Zuständigkeiten und klare Vereinbarungen zur Patientenansprache. Insbesondere die Kommunikation ist ein ausgesprochen wichtiges Feld, auf das aufgrund der Komplexität an dieser Stelle nicht näher eingegangen wird. Wir fokussieren uns hier auf empfehlenswerte grundsätzliche Einstellungen und wirtschaftliche Blickwinkel.

Der Erfolg der Patientenbindung steht und fällt mit der Persönlichkeit des Praxisinhabers. Ursachen für sinkende Patientenzahlen, fehlende Zuzahlungsbereitschaft oder die Abwanderung interessanter Patientengruppen werden vom Chef mitunter gerne in äußeren Rahmenbedingungen gesucht. Schuldige sind in der individuellen Wahrnehmung des betroffenen Zahnarztes oft

- die allgemeine politische oder wirtschaftliche Lage
- der vermeintlich ungünstige Mikrostandort der Praxis
- veränderte Gewohnheiten der Patienten
- die schlechte soziale Struktur der Region
- die unfähigen Mitarbeiterinnen
- oder sonstige äußere Aspekte.

Diese Sichtweise ist menschlich absolut verständlich. In der Sache jedoch nicht zielführend. Fakt ist:

- Der Zahnarzt gibt durch seine Persönlichkeit und seine Verhaltensmuster die Grundstimmung für seine Praxis vor.
- Die Rahmenbedingungen haben sich für alle Kollegen verändert. Es gibt sehr erfolgreiche und viele weniger erfolgreiche Praxen. Die Hauptursachen wirtschaftlicher Probleme sind in aller Regel innerhalb der Praxis zu finden.

Früher wunderbar funktionierende Praxiskonzepte sind in die Jahre gekommen. Die Zahnarztpraxis ist gleichzeitig so hoch wie nie. Insofern steht jeder Praxisinhaber heute vor elementaren unternehmerischen Herausforderungen. Wer diese nicht erkennt, unterschätzt oder sich ihnen einfach nicht stellen möchte, hat eine schlechte Perspektive. Positiv formuliert: Die aktuelle Gesamtsituation birgt für jeden Zahnarzt sehr gute Chancen. Sofern er über die Bereitschaft verfügt, an sich selbst zu arbeiten. Denn wer sich Impulsen von außen positiv öffnet und seine persönlichen Grenzen verschiebt, vergrößert auch die Chancen seiner Praxis. Konkret geht es darum, Distanz zu eigenem Verhalten sowie die Fähigkeit zur ehrlichen Selbstreflexion zu entwickeln. Diese Arbeit an der eigenen Person kann sehr wirkungsvoll durch einen erfahrenen Coach begleitet werden. Unter dem Blickwinkel der Pa-