

Praxisführung strategisch gestalten



| Dr. Dr. Cay von Fournier

Eine gute Diagnostik ist in der Zahnarztpraxis unerlässlich, um eine Behandlung durchzuführen und eine entsprechende Therapie einzuleiten. Auch präventive Maßnahmen lassen sich nur empfehlen, wenn man weiß, welche Probleme der Patient hat oder welche sich vielleicht aus der persönlichen Vorgeschichte noch entwickeln könnten. Genauso wie beim einzelnen Patienten täten viele Zahnärzte auch einmal gut daran, die eigene Praxis zu diagnostizieren oder eine Diagnose erstellen zu lassen.

Anstatt einfach alles so weiter wie bisher oder wie noch nie zu machen, ergeben sich daraus neue Perspektiven und die Möglichkeit, die Praxisführung strategisch und langfristig damit auch erfolgreicher und nachhaltiger zu gestalten.

Dem Sturm des Wandels widerstehen nur gesunde Unternehmen mit tiefen Wurzeln und gesunde Menschen mit der Fähigkeit zu führen. Ein Unternehmen lässt sich mit einem Segelschiff vergleichen. Benötigt werden eine gute und motivierte Mannschaft, ein klares Ziel und ein gut gewählter Kurs. Wie auf einem Schiff besteht in einem Unternehmen die Notwendigkeit der aufmerksamen Steuerung, der Ordnung. Die Gewalten, die auf offener See wie auf den globalen Märkten herrschen, sind vergleichbar und lassen sich nicht beeinflussen. Aber selbst wenn wir nicht über Wind und Wellen gebieten können, sind wir in der Lage, unseren Kurs zu wählen und die Segel entsprechend zu setzen. Bei schönem Wetter können viele „Kapitäne“ segeln, bei schlechtem Wetter und bei Sturm sind es nur wenige. Folgende zehn Fragen ermöglichen einen kritischen Blick auf die eigene Praxis und Ansatzpunkte für eine ganzheitliche gesunde und erfolgreiche Praxisführung:

1. Sind Sie und Ihr Praxisteam kreativ?

Kreativität ist weder ein neuer Trend noch ein neues Gesetz – sie ist so alt wie

die Menschheit selbst. „Am Anfang schuf Gott Himmel und Erde“ (1. Moses 1,1), so beginnt das erste Buch der Bibel. Alles beginnt mit der Kraft der Schöpfung. Kreativität ist ein Teil dieser göttlichen Kraft, Dinge ins Leben zu rufen, die es noch gar nicht gibt. Alles beginnt mit Kreativität. Ohne neue Gedanken, ohne Querdenken, ohne Innovation und ohne Andersartigkeit gibt es für Zahnarztpraxen keine Einmaligkeit. Wenn alle Praxen gleich sind, dann sind sie austauschbar und müssen sich nicht wundern, wenn Patienten etwas Neues ausprobieren. Bei freiwilligen Zusatzleistungen wird der Wettbewerb zudem verstärkt über den Preis geführt und gerade hier können es Zahnärzte schaffen, sich gegenüber dem Wettbewerb abzusetzen. Die Wettbewerbsvorteile von heute sind schnell imitiert, der Markt verändert sich – und damit wird Veränderung zum kontinuierlichen Prozess. Dafür ist vor allem Kreativität notwendig. Nur durch Kreativität entsteht etwas Neues.

2. Bieten Sie und Ihr Praxisteam echten Nutzen?

Es scheint fast eine Selbstverständlichkeit zu sein, dem Patienten/Kunden einen echten Nutzen bieten zu wollen. Aber die Realität in vielen Zahnarztpraxen zeigt, dass dieses Gebot nur unzureichend verfolgt wird. Durch viele Beratertheorien, Wirtschaftstrends, wissen-

schaftliche Ansätze und Managementmoden kommt das Wichtigste häufig zu kurz: der Patient und dessen Nutzen. Eine Behandlung nach der nächsten verhindert es, sich systematisch und kontinuierlich mit den Wünschen und Bedürfnissen der Patienten auseinanderzusetzen. Auf diese Art und Weise gehen viele Patienten verloren. Und es braucht in der Folge umso mehr Zeit, diese zurück- und immer neue Kunden hinzugewinnen. Manchmal markiert dieser aufwendige und teure Weg das Ende einer Praxis. Wer den Nutzen der Patienten aus den Augen verliert, wird seine Kunden über kurz oder lang verlieren. Die Menschen spüren es, wenn es das ehrliche Anliegen eines Praxisteam ist, ihnen die Behandlung so angenehm wie möglich zu machen. Sie danken es durch Treue, Weiterempfehlung und die Bereitschaft, auch einmal über Zusatzleistungen nachzudenken bzw. diese durchführen zu lassen.

3. Sind Sie mutig anders als andere?

In diesem Gebot vereinen sich zwei zentrale Wesenszüge guter Praxen: Mut und Andersartigkeit. Beide Werte führen zu dem Vorteil, sich im eigenen Markt unterscheidbar zu machen. Erfolgreiche Andersartigkeit bedeutet vor allem eines: Veränderung. Und für Veränderung braucht es vor allem eine Eigenschaft: sehr viel Mut. Mut macht Unternehmen nicht nur andersartig, mutige Unterneh-