

Mit dem richtigen strategischen Ansatz zu mehr Gewinn

| Dr. Walter Schneider

Medizinische Kompetenz alleine ist heutzutage keine Garantie für eine erfolgreiche Praxis. Stattdessen müssen Zahnärzte zunehmend in unternehmerischen Kategorien denken und die richtige Strategie entwickeln, um ihr Einkommen zu sichern und ihre Praxis fit für die Zukunft zu machen. Wie das Schritt für Schritt gelingt, wird im Folgenden beschrieben.

Die derzeitige Umsatz- und Gewinnsituation ist in vielen Zahnarztpraxen alles andere als rosig. Laut Statistik lag der durchschnittliche Umsatz im Jahr 2007 bei etwas über 380.000 Euro pro Praxis und der durchschnittliche Gewinn bei knapp 117.000 Euro – auf den ersten Blick nicht schlecht. Berücksichtigt man allerdings Abschreibungen, Steuern, Tilgung und Versicherungen, verdient ein Zahnarzt im Schnitt nur etwa 27.000 Euro netto im Jahr. Dafür lohnt sich die Selbstständigkeit mit allen ihren unternehmerischen Risiken nicht. Knapp 20 Prozent der Praxen erreichen nicht einmal die 50.000-Euro-Gewinn-Marke.

Doch wo liegen die Defizite? Zum einen tragen – mangels Dokumentation und Information – nicht abgerechnete Leistungen einen wesentlichen Teil dazu bei. Mit einer prozessorientierten Ab-

rechnung (P.O.A.) können diese Ausfälle verhindert werden. Dabei werden die einzelnen Behandlungsschritte genau definiert und jeder einzelne Leistungsschritt wird in die Abrechnung übernommen. Noch gibt es die Einzelleistungsvergütung. Würden die Praxen davon Gebrauch machen, könnten Umsatzsteigerungen von bis zu 15 Prozent erzielt werden. Hierbei ist es egal, ob nach GOZ oder BEMA abgerechnet wird. Außerdem gibt es im BEMA-Bereich sehr viele Mischformen, das heißt, es kommen auch GOZ-Positionen zum Einsatz.

Die Verlangensleistungen nach § 2,3 können ebenfalls umgesetzt werden. Nimmt man die Qualität der Behandlung als Kriterium, so hängt es sehr stark von der Praxis ab, welchem Anspruch sie gerecht werden möchte. Wird darauf Wert gelegt, rein den Bedingungen der gesetzlichen Kassen

gerecht zu werden: ausreichend, wirtschaftlich, zweckmäßig? Oder ist der Anspruch deutlich höher und das höherwertige Angebot wird mittels der Verlangensleistungen angeboten? Die entsprechende Vereinbarung muss selbstverständlich vor der Behandlung mit dem Patienten getroffen werden. Zum anderen beeinträchtigen organisatorische Defizite, z.B. bei Führung des Terminbuches, den Gewinn. Es reicht nicht, Tag für Tag ungefiltert Termine einzutragen, sie müssen vielmehr so über die einzelnen Tage verteilt werden, dass die Praxis einen definierten Soll-Umsatz pro Tag oder Woche erreicht. Ansonsten läuft der Zahnarzt Gefahr, dass über einen längeren Zeitraum zu wenig gewinnbringende Leistungen erbracht werden.

Neben der professionellen Führung der Praxis sind die Stärkung der lokalen und regionalen Marktposition, die Steigerung des Praxiswertes und die Zukunftssicherung die wichtigsten Herausforderungen, denen sich ein Zahnarzt heute stellen muss. Um diese zu meistern, bedarf es einer Strategie, die den Erfolg nicht dem Zufall überlässt, sondern Eckwerte schafft, die den Erfolg planbar und überprüfbar machen. Eine leistungsfähige Praxismanagementsoftware wie Charly ist nicht nur unabdingbar für die Qualitätssicherung der Praxisabläufe, sondern liefert auch wertvolle Daten, um die richtige Strategie zu finden und konsequent umzusetzen.

„Eigene, gesunde Zähne für ein ganzes Leben“

Mit diesem Geschäftsmodell werden alle Kaufmotive angesprochen

GEWINN	ANSEHEN	SICHERHEIT	BEQUEMLICHKEIT	WOHLBEFINDEN
Kunde bekommt etwas für sein Geld. Beim Verzögern der Behandlung wird diese teurer.	Dauerhaftigkeit der Behandlung, gepaart mit Ästhetik und Qualität, ergibt Ansehen.	Durch Langlebigkeit der zahnärztlichen Arbeit gibt diese Behandlung absolute Sicherheit.	Nur noch zur Hygienebehandlung zum Zahnarzt, ist einfach bequem.	Funktion und Sicherheit geben dem Patienten ein richtiges Wohlbefinden.

Abb. 1: Erfolgreiches Geschäftsmodell.