

Kostenmanagement

# Nur wer investiert, bewegt sich nach vorne

**Geiz ist nicht geil. Denn eine ökonomische Weisheit besagt: Sparen tun Narren. Geld sinnvoll einsetzen ist die Kunst der Betriebswirtschaft, die auch der Zahnarzt als Unternehmer und Dienstleister beherrschen muss. Diese Erkenntnis scheinen aber manche Dentisten heute vergessen zu haben, weil sie dem allgemeinen Sparzwang durch Gesundheitsreformen und Billigkonkurrenz aus Osteuropa und Asien unterliegen. Dabei sind gut informierte Patienten durchaus bereit, in ihre Zähne zu investieren.**

Autor: Cay von Fournier, SchmidtColleg, Berlin und St. Gallen



**Cay von Fournier**  
Berlin und St. Gallen

■ **Es gibt Zahnärzte**, die Vorreiter in Sachen Unternehmertum und Marketing sind. Bekanntes Beispiel ist eine Privatklinik, die als einfache Zahnarztpraxis inmitten Ostfrieslands angefangen hat. Heute reisen Patienten aus ganz Europa und Nahost dorthin, um eine exzellente Behandlung ihrer Zähne zu bekommen. Der Arzt und Unternehmer Dr. Haak-Rasche hatte sich frühzeitig den Begriff „Zahnwellness“ schützen lassen und breitflächig in das Marketing investiert. Aus der Praxis wurde eine Klinik und aus einzelnen Marketingmaßnahmen eine internationale Marketingstrategie mit permanent wachsendem Erfolg.

Nach mehreren Standorten in Deutschland wurde inzwischen ein Beratungs- und Diagnosezentrum bei Amsterdam eröffnet. Grundlage dieses Erfolges ist der Mut zur Andersartigkeit und die permanente Investition in die eigenen Leistungen, die Weiterbildung der Mitarbeiter und ein gutes Marketing.

Ein Blick in die Natur verdeutlicht den Zusammenhang. Die Natur investiert in Hülle und Fülle. Ein Blick auf ein wogendes Kornfeld oder einen Kirschbaum in voller Blütenpracht zeigt uns, wie sehr die Natur investiert. Sie schenkt Leben durch die Investition von Lebenskraft. Nie käme ein Organismus auf die Idee zu

