

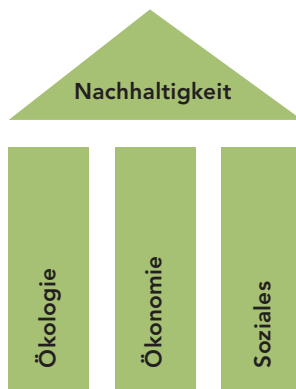
Nachhaltigkeit als USP in der Zahnarztpraxis

Nachhaltigkeit ist ein Trend, der sich in vielen Branchen zunehmend durchsetzt. Auch in der Zahnmedizin wird das Prinzip immer wichtiger, da es auch ein wichtiges Merkmal für das Umweltbewusstsein und die soziale Verantwortung eines Unternehmens darstellt. Nachhaltigkeit ist somit nicht nur ein wichtiger Faktor für das Image einer Zahnarztpraxis, sondern kann auch Kosten sparen und zu einem gesünderen Arbeitsumfeld für die Mitarbeitenden führen.

Ana Pereira

Was genau ist Nachhaltigkeit? Grundsätzlich ist damit ein Handlungsprinzip unseres Verhaltens gemeint. Dabei geht es in erster Linie um die Schonung und den bewussten Umgang mit Ressourcen – oftmals wird es gleichgesetzt mit Umweltschutz. Selbstverständlich ist dieser nachhaltig und unabdingbar wichtig. Nachhaltigkeit ist jedoch viel mehr, vor allem als Alleinstellungsmerkmal (Unique Selling Point [USP]) einer Zahnarztpraxis. Es geht um die Erhaltung und Regeneration aller Systeme, sprich der Umwelt, vor allem der Lebewesen sowie der Wirtschaft. Nachhaltigkeit hat drei Säulen:





„Was genau ist Nachhaltigkeit? Grundsätzlich ist damit ein Handlungsprinzip unseres Verhaltens gemeint.“

Die **ökologische Nachhaltigkeit** bemüht sich um den Umweltschutz, den Klimawandel, schont die Ressourcen, sucht nach neuen umweltschonenden Alternativen. Die **ökonomische Nachhaltigkeit** fokussiert eine faire Wirtschaft, die keine Beteiligten am System ausnutzt. Sie konzentriert sich darauf, Gewinne zu erzielen, ohne dabei die natürlichen Ressourcen auszubeuten. Die **soziale Nachhaltigkeit** bezieht sich auf den Schutz und die Förderung sozialer Gerechtigkeit und Menschenrechte. Sie übernimmt die Verantwortung für das eigene Handeln, auch in Bezug auf andere Mitmenschen – oder unser Thema betreffend: die Mitarbeiter. Eine erfolgreiche Nachhaltigkeitsstrategie berücksichtigt alle drei Säulen.

Auch in der Zahnarztpraxis kann Nachhaltigkeit als USP eingesetzt werden, um sich von anderen Praxen abzuheben und um Patienten anzuziehen, die Wert auf eine nachhaltige Behandlung legen. Nachhaltigkeit gewinnt bei immer mehr Menschen, also auch potenziellen Patienten, an Bedeutung.

Ein „guter“ USP für die Zahnarztpraxis?

Der USP einer Zahnarztpraxis ist das Alleinstellungsmerkmal, welches die Praxis auszeichnet. Es ist die Hervorhebung eines Merkmals, welches das Erleben des Patienten in der Praxis scharf vom Erleben in anderen Praxen abgrenzt. Die Antwort auf die Frage, warum es ein guter USP ist, kann vielfältig sein. Ein Motiv könnte tatsächlich darin bestehen, unter den Ersten zu sein. Doch ist das ein gutes Motiv? Eher nicht.

Nachhaltigkeit ist dann ein guter USP, wenn die Handlungsprinzipien der Praxis in allen drei benannten Säulen immer auf eine natürliche Regenerationsfähigkeit ausgerichtet ist und das von innen heraus, weil es allen Mitarbeitenden der Praxis persönlich wichtig ist. Ein USP ist dann gut, wenn er authentisch ist. Nachhaltigkeit als USP ist eine Haltung, und diese geht über das Verhalten in der Praxis hinaus.

Vermeiden Sie Greenwashing

Wenn Nachhaltigkeit beworben wird, ist es wichtig, dass die Zahnarztpraxis wirklich nachhaltig agiert. Greenwashing, also das bewusste oder unbewusste Verwenden von Nachhaltigkeit als Marketingstrategie ohne echte Nachhaltigkeitsmaßnahmen, kann zu einem Vertrauensverlust bei den Patienten führen. Deshalb sollte das Nachhaltigkeitskonzept der Zahnarztpraxis immer authentisch und glaubwürdig sein.

Wie kann Nachhaltigkeit in der Praxis gelebt werden?

Alle drei Säulen der Nachhaltigkeit bedingen sich. Letztlich hat der Mensch mit seinem Verhalten immer Einfluss auf alle Säulen. Setzen Sie sich im Team zusammen und sprechen Sie über das Thema Nachhaltigkeit. Halten Sie fest, wie Sie Ihren aktuellen Status quo einschätzen, und sammeln Sie Ideen, die nach und nach umgesetzt werden können. Vieles davon wird heutzutage schon in vielen Zahnarztpraxen angewendet und umgestellt:

Vermeiden Sie Müll

Überlegen Sie, welche Artikel Sie von Einweg auf Mehrweg umstellen können. Achten Sie bei der Instrumentenaufbereitung auf Verpackungen zum Wiederverwenden statt Wegwerfen. Stellen Sie das Mundspülglas von Plastik auf Papier oder wiederwendbar um. Sprechen Sie immer wieder über einen schonenden Umgang mit Ressourcen und wo es Verbesserungspotenzial gäbe.

Achten Sie auf Ihren Papierverbrauch

Digitalisieren Sie Ihre Praxis – kommunizieren Sie auch mit dem Patienten möglichst digital. Stellen Sie die Energie auf Ökostrom um. Stoßlüften und smarte Technik helfen dem Klimaschutz und reduzieren gleichzeitig die Kosten.



„Wenn Nachhaltigkeit ein echter USP der Zahnarztpraxis ist, darf dies auch öffentlichkeitswirksam genutzt werden.“

Die meisten dieser oft propagierten und gängigen Tipps zahlen vor allem auf die Säule der Ökologie ein. Die bereits benannte Ganzheitlichkeit fordert allerdings, dass alle drei Bereiche gleichermaßen bedacht werden. Sonst können sich Bemühungen konterkarieren, tragen nicht genug dazu bei, um wirklich ein USP zu sein oder die interessierte Zielgruppe erkennt das Handlungsprinzip nicht und die Glaubwürdigkeit geht komplett verloren. Dies wäre Greenwashing und zugleich der Worst Case für den USP.

Deshalb sollte Nachhaltigkeit als USP im gesamten Praxiskonzept und auch in der Führung zu erkennen und zu spüren sein:

- Gehen Sie schonend mit der Ressource Zeit um und optimieren Sie bei Bedarf Ihr Terminmanagement.
- Arbeiten Sie für die Patienten nach einem nachhaltigen Behandlungskonzept und stellen Erhaltung vor Ersatz, auch durch die Inspiration des Patienten zum Mitmachen.
- Überlegen Sie, wo und welche Praxisabläufe Sie effizienter gestalten können, um Ressourcen zu schonen. Beispielsweise zu reinen Gesprächs-/Beratungsterminen die Videosprechstunde mit dem Patienten.
- Diskretion und Transparenz im Umgang mit dem Patienten unterstützen die Nachhaltigkeit durch einen Vertrauensaufbau.

Nachhaltigkeit im Praxisteam

Sie erreichen den größten Nutzen durch ein beständiges Team, das mitmacht. Nachhaltige Führung bedeutet, dass ihr Führungsstil darauf ausgerichtet ist, die Motivation und Gesundheit jedes Einzelnen aufrechtzuhalten. Umso nachhaltiger die Führung des Teams, desto nachhaltiger wird sich dies auch auf den Patientenumgang auswirken. Nachhaltigkeit im Sozialen steht für vertrauensförderndes Verhalten wie Zuverlässigkeit, Verbindlichkeit und Verständnis – ein Umgang, den sowohl Mitarbeitende als auch Patienten als angenehm empfinden. Teammitglieder, welche dies erfahren und vorgelebt bekommen, können es auf natürliche Weise wiedergeben. Auf Patienten, die wenig Fluktuation im Team wahrnehmen, wirkt dies unterbewusst als nachhaltig.

Das alles ist Nachhaltigkeit in der Zahnarztpraxis. Damit es jedoch ein echter USP der Zahnarztpraxis wird, ist die Authentizität und der ganzheitliche Umgang von großer Bedeutung. Selbst, wenn Nachhaltigkeit nicht jedem wichtig ist, wird das Verhalten bei anderen als positiv bewertet. Teils dient es sogar als Ent-

scheidungskriterium für oder gegen eine Praxis. Die Zielgruppe der Interessenten an Nachhaltigkeit wird stetig größer – zusätzlich zum Nutzen für Umwelt und Mensch ist es auch dienlich für den wirtschaftlichen Erfolg.

Tu Gutes und sprich darüber

Wenn Nachhaltigkeit ein echter USP der Zahnarztpraxis ist, darf dies auch öffentlichkeitswirksam genutzt werden. Nachhaltigkeit kann sich bereits in den Praxisfarben und im Logo der Praxis zeigen. Ein Claim („Werbebotschaft“) kann dies zusätzlich unterstreichen. Die Website dient als Informationsquelle für die Zielgruppe, um das Konzept und das Handlungsprinzip in puncto Nachhaltigkeit vorzustellen. Das nachhaltige Prinzip darf sich auch gerne auf weiteren Unterseiten wiederfinden, auch ohne explizit erwähnt zu werden. Lassen Sie sich Ihren USP durch Online-Bewertungen Ihrer treuen Patienten unterstreichen, die gerade Ihr Alleinstellungsmerkmal schätzen.

Nachhaltigkeit als USP – Ja oder nein?

Nachhaltigkeit ist eindeutig ein relevantes Alleinstellungsmerkmal mit Gewicht und Potenzial. Der entscheidende Punkt ist: Anstatt Greenwashing auf der Website zu betreiben, sollte Nachhaltigkeit auf allen Ebenen der Praxis gelebt werden. Im Umgang mit Ressourcen, im Behandlungskonzept, in der Kommunikation und im Miteinander. Nachhaltigkeit ist Zukunftssicherung für die eigene Praxis – wenn sie einer intrinsischen Motivation entspringt.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann nehmen Sie das Thema mit in ein Teammeeting und sammeln Sie Ideen.



Ana Pereira

Grafensteinstraße 39

96052 Bamberg

Tel.: +49 951 1856325

ap@apstairs.de

www.apstairs.de

Infos zur Autorin



SEMINARE FÜR DAS PRAXISTEAM

UPDATE

QM | DOKUMENTATION | HYGIENE

2023
Leipzig · Konstanz · Hamburg ·
Essen · München · Wiesbaden · Baden-Baden



www.praxisteam-kurse.de

© BalanceFormCreative/shutterstock.com

JETZT MITGLIED WERDEN!

DGKZ E.V.

KOSTENLOSE MITGLIEDER-HOMEPAGE

Die Deutsche Gesellschaft für Kosmetische Zahnmedizin e.V. stellt allen aktiven Mitgliedern eine kostenlose individuelle Mitglieder-Homepage auf ihrer Webseite www.dgkz.com zur Verfügung, über die der Patient per Link mit der Praxis-Homepage verbunden wird.

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Profitieren Sie von einer starken Gemeinschaft, die durch Öffentlichkeitsarbeit auch Ihr Praxismarketing unterstützt.

KOSTENLOSE FACHZEITSCHRIFT

Lesen Sie kostenlos „cosmetic dentistry“ – die qualitativ außergewöhnliche Mitgliederzeitschrift informiert Sie über alle relevanten Themen der Kosmetischen Zahnmedizin. Auch als E-Paper mit Archivfunktion auf www.zwp-online.info verfügbar.

ERMÄßIGTE KONGRESSTEILNAHME

Besuchen Sie die Jahrestagungen der DGKZ und nutzen Sie die für Mitglieder ermäßigten Teilnahmegebühren.

Nutzen Sie die Vorteile der Mitgliedschaft in der DGKZ und treten Sie jetzt dieser starken Gemeinschaft bei! Die einfache bzw. passive Mitgliedschaft kostet 200 €, die aktive Mitgliedschaft 300 € jährlich. Für Studenten ist die Mitgliedschaft kostenfrei.

WWW.DGKZ.COM



Weitere Infos:

Deutsche Gesellschaft für Kosmetische Zahnmedizin e.V.
Holbeinstraße 29, 04229 Leipzig, Deutschland
Tel.: +49 341 48474-202, Fax: +49 341 48474-290
info@dgkz.info, www.dgkz.com



DGKZ
Deutsche Gesellschaft für
Kosmetische Zahnmedizin

MITGLIEDS ANTRAG



Hiermit beantrage ich die Mitgliedschaft in der Deutschen Gesellschaft für Kosmetische Zahnmedizin e.V.

Holbeinstraße 29, 04229 Leipzig, Deutschland, Tel.: +49 341 48474-202, Fax: +49 341 48474-290

Präsident: Dr. Jürgen Wahlmann
Generalsekretär: Jörg Warschat LL.M.

Name Vorname

Straße PLZ, Ort

Telefon Fax Geburtsdatum

E-Mail-Adresse

Kammer, KZV-Bereich

Besondere Fachgebiete oder Qualifikationen

Sprachkenntnisse in Wort und Schrift

EINFACHE BZW. PASSIVE MITGLIEDSCHAFT Jahresbeitrag 200,- €
Leistungen wie beschrieben

AKTIVE MITGLIEDSCHAFT Jahresbeitrag 300,- €
Leistungen wie beschrieben
zusätzlich: 1. personalisierte Mitgliedshomepage
2. Stimmrecht

Assistenten mit Nachweis erhalten 50 % Nachlass auf den Mitgliedsbeitrag

Studenten mit Nachweis erhalten eine kostenfreie Mitgliedschaft

FÖRDERNDE MITGLIEDSCHAFT (UNTERNEHMEN) Jahresbeitrag 500,- €

Gläubiger-Identifikationsnummer: DE67ZZZ00001208450

Mandatsreferenz: **wird separat mitgeteilt**

SEPA-LASTSCHRIFTMANDAT

Hiermit ermächtige ich die Deutsche Gesellschaft für Kosmetische Zahnmedizin e.V. widerruflich, Zahlungen von meinem Konto mittels Lastschrift einzuziehen. Zugleich weise ich mein Kreditinstitut an, die von der Deutschen Gesellschaft für Kosmetische Zahnmedizin e.V. auf mein Konto gezogenen Lastschriften einzulösen. **Hinweis:** Ich kann innerhalb von acht Wochen, beginnend mit dem Belastungsdatum, die Erstattung des belasteten Betrages verlangen. Es gelten dabei die mit meinem Kreditinstitut vereinbarten Bedingungen.

Vorname, Name (Kontoinhaber)

Straße PLZ, Ort

IBAN _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____

BIC _____ | _____ Kreditinstitut

Datum Unterschrift

**BITTE SENDEN SIE DEN ANTRAG IM ORIGINAL PER POST AN: DGKZ E.V., HOLBEINSTRASSE 29, 04229 LEIPZIG
(Ihre Originalunterschrift ist für die Durchführung des SEPA-Lastschriftverfahrens erforderlich.)**