

„Heute sind Zahnarztpraxen im Wettbewerb“

| Redaktion

Seit 2007 berichtet Prof. Dr. Thomas Sander regelmäßig in der ZWP über die unternehmerische Seite der Zahnmedizin. Grund genug, endlich mehr über ihn zu erfahren. Wir führten mit Prof. Sander ein Interview und sprachen über seinen Werdegang und die Verbindung zwischen Ingenieur und Unternehmensberater.

Sie beschäftigen sich mit Praxisökonomie. Wie kam es dazu?

Meine 1997 gegründete Unternehmensberatungsgesellschaft wurde im Jahr 2000 angesprochen, ein Qualitätsmanagement für Zahnarztpraxen im Auftrag der Zahnärztekammer Schleswig-Holstein zu entwickeln. An diesem Projekt, das wir im Jahr 2001 in Kiel durchführten, habe ich mitgewirkt.

Vorher hatten Sie nie mit Zahnarztpraxen zu tun?

Bis auf familiäre Verflechtungen in die Zahnmedizin, nein.

Wie ging es dann weiter?

Es kamen aus den verschiedensten Bereichen, wie zum Beispiel dem Freien Verband, Fortbildungseinrichtungen für Ärzte und Zahnärzte sowie Dentalproduktehersteller, plötzlich viele Nachfragen nach Vorträgen und Seminaren zum Thema Qualitätsmanagement und Praxisökonomie. Das habe ich gern gemacht. Zu diesem Zeitpunkt hatte ich bereits eine Professur an der Fachhochschule Hannover, wo ich mich neben meinen technischen Vorlesungen intensiv auch mit infrastrukturökonomischen Fragen und Existenzgründungsprojekten auseinandergesetzt habe. Da gibt es eine große Schnittmenge zu den ökonomischen Prozessen rund um die Zahnarztpraxis, insbesondere was die

marktwirtschaftliche Entwicklung betrifft. Und 2005 habe ich dann zur Medizinischen Hochschule Hannover gewechselt, wo ich im Rahmen der Berufskunde zahnmedizinische Ökonomie lehre und in diesem Bereich auch forsche.

1999 Hochschullehrer. Ich glaube, dass ein Ingenieur aufgrund seiner Ausbildung als „konstruierender Problemlöser“ eine andere Sicht auf die Dinge hat als eher „beschreibende“ kaufmännische Berater oder eben „heilende“



Sie sind eigentlich Ingenieur. Wie kam es zu diesem ungewöhnlichen Werdegang?

Ich habe mein Diplom 1985 gemacht und 1989 promoviert. Seit 1990 habe ich aber ausschließlich an infrastrukturellen Reorganisationsprozessen gearbeitet, weniger an technischen Fragestellungen. Von 1994 bis 1997 war ich Geschäftsführer eines kommunalen Unternehmens mit 360 Mitarbeitern. Seit 1997 dann die Firma und seit

Zahnärzte. Gemeinsam bekommen wir dann immer prima Ergebnisse hin.

Ich halte die Offenheit meiner Sichtweise und die Vielfältigkeit meiner Erfahrungen für hilfreich in meinem Beruf.

Was ist der Schwerpunkt Ihrer Forschungstätigkeit?

Das Marketing. Dieses Themengebiet gewinnt rasant an Bedeutung für Zahnärzte. Zurzeit untersuchen wir die

Wirkung von Webseiten auf den Erfolg von Praxen. Dazu haben wir zum Beispiel auch Tools zur Bewertung von Zahnarzt-Webseiten entwickelt. Das ist neben der Positionierung ein ganz wichtiges Thema.

Was meinen Sie mit Positionierung?

Früher konnte man einfach eine Praxis aufmachen, und der Patientendruck war so groß, dass man sich zumindest um ein sicheres Einkommen keine Sorgen machen musste. Heute sind Zahnarztpraxen am Markt und damit im Wettbewerb angekommen. Und das heißt auch, dass sie sich – wie auch immer – von anderen Praxen abheben, sich unterscheiden müssen. Das kann auf vielfältige Arten und Weisen erfolgen. Den Prozess dahin bezeichnet man als Positionierung. Er baut stets auf die Person des Praxisinhabers auf, seinen persönlichen Stärken und Interessen. Erst wenn die Positionierung klar ist, sollten Marketingstrategien entwickelt werden.

Können Sie diese Erkenntnisse in Ihrem Beratungsunternehmen umsetzen?

Zunächst einmal bin ich hauptberuflich Hochschullehrer und mache das auch mit großer Freude. Aber natürlich erwächst aus den Forschungserkenntnissen in Verbindung mit der langjährigen Beratungserfahrung ein Wissen,

kontakt.

Prof. Dr. Thomas Sander

Professor für „Management ambulanter Versorgungsstrukturen“ an der Medizinischen Hochschule Hannover. Existenzgründungsworkshops für Studierende der Zahnmedizin.

Der Autor ist in der Praxis als Unternehmensberater tätig und erarbeitet Lösungen für Zahnarztpraxen. Themenschwerpunkte: Unternehmensberatung, Existenzgründung, Krisenmanagement, Marketing, Qualitätsmanagement.

E-Mail:

Sander.Thomas@MH-Hannover.de

Tel.: 05 11/5 32-61 75

www.Prof-Sander.de

das sich auch gern Praxen zunutze machen. Zusammen mit meinem tollen Team und einem weitreichenden Netzwerk konnte ich schon sehr vielen Praxen helfen.

Was ist Ihre wichtigste Erfahrung bei der Beratung von Zahnarztpraxen?

Das individuelle Eingehen auf jede Zahnärztin beziehungsweise jeden Zahnarzt. Man kann nur dann erfolgreich beraten, wenn man die Persön-

lichkeit, die ja letztlich den Zahnarzt-Unternehmer bildet, ganz intensiv aufnimmt. Alle Stärken und Schwächen, das ganze Umfeld. Das ist manchmal fast wie eine Lebensberatung, die sehr viel Einfühlungsvermögen verlangt. Und genau das ist jedes Mal eine wesentliche und tolle Erfahrung.

Herr Prof. Sander, vielen Dank für das Gespräch!

ANZEIGE

KaVo ESTETICA® E70

Hier fühlen sich auch Ärzte gut behandelt.



Mit KaVo Prämienmeilen sammeln.

Info und Registrierung:
www.kavo-club.com

Partner von
Miles & More
Lufthansa

Die neue
ESTETICA
E70

Einfach komfortabel. Komfortabel einfach.
Die neue KaVo ESTETICA® E70:

- Mehr Komfort – durch das neue intuitive Bedienkonzept
- Mehr Komfort – durch die ergonomische Schwebestuhltechnik
- Mehr Komfort – durch individuelle und erweiterbare Ausstattungen
- Mehr Komfort – durch integrierte, automatisierte Hygienefunktionen

Die KaVo ESTETICA® E70.
Behandlungskomfort neu definiert.

www.kavo.com/E70





KaVo. Dental Excellence.

KaVo Dental GmbH · D-88400 Biberach/Riß
Telefon +49 7351 56-0 · Fax +49 7351 56-1488 · www.kavo.com