

Zusatzleistung

Sinnvoll beraten statt einfach verkaufen

| Christian Henrici

Im Gegensatz zu anderen medizinischen Berufen hat der Zahnarzt noch gewisse Freiheiten, die er jedoch viel zu selten nutzt. Bei zahlreichen Indikationen ist es ihm überlassen, seinen Patienten medizinisch sinnvolle oder ästhetisch ansprechende Zusatzleistungen anzubieten. Leider beschränken viele Zahnmediziner ihren beruflichen Alltag immer noch auf die Behandlung von akuten Fällen – sie handeln also defektorientiert, anstatt den Patienten umfassend über all seine Möglichkeiten vor, nach oder zusätzlich zu einer Akutbehandlung aufzuklären.

Dabei ist der Bedarf an kompetenter und vertrauenswürdiger Beratung zu möglichen Zusatzleistungen durchaus vorhanden. Eine Studie von WiFor Darmstadt in Kooperation mit dem Institut Deutscher Zahnärzte (IDZ) ergab nicht nur die Prognose, dass der sogenannte „Zweite Gesundheitsmarkt“ in Zukunft eine tragende Rolle spielen wird, sondern kam auch zu dem Ergebnis, dass die höchsten Zuwachsraten in diesem Markt im Bereich der Zuzahlungen liegen. Ein entsprechendes Leistungsportfolio kann also die Wirtschaftlichkeit des eigenen Praxisbetriebes beträchtlich erhöhen. Wichtig ist jedoch, dass die

ökonomischen Interessen nie im Vordergrund stehen, sondern durchgängig das Wohl des Patienten der wichtigste Aspekt einer Beratung und Anwendung bleiben muss.

„Verkaufsgespräch“ ...

Unabhängig davon, wann und unter welchen Umständen private Zuzahlungen des Patienten erforderlich sind, ein Zahnarzt muss in jedem Fall ein „Verkaufsgespräch“ – oder besser gesagt – ein Beratungsgespräch anbieten. Doch wie sollte ein solches Gespräch ablaufen? Und wann ist der beste Zeitpunkt dafür? Es gibt heutzutage immer noch viele Patienten, die noch nie Zusatz-

leistungen in Anspruch genommen haben, weil sie nicht darüber informiert wurden, dass ihr Zahnarzt überhaupt Bleaching, Veneers oder Prophylaxe anbietet. Einen guten Aufhänger für ein Patientengespräch vor diesem Hintergrund bietet immer ein konkreter Befund, z.B. ein schlechter Zahnstatus oder eine schwierige Kiefersituation. Hier lohnt es sich, neue Leistungen und alternative Behandlungsmöglichkeiten aufzuzeigen, die die Gesamtsituation des Patienten medizinisch verbessern können. Aber auch ein naturgesundes Gebiss kann als Ausgangsbasis für das Gespräch dienen, wenn der Zahnarzt dem Patienten die Option aufzeigt, des-

ANZEIGE



Auch Ihre Patienten wollen schöner Lächeln...

...die HarmonieSchiene® macht's möglich.

ORTHOS

HarmonieSchiene®-Seminare

18.10. A-Salzburg
19.10. A-Wien
25.10. CH-St.Gallen
26.10. CH-Basel
15.11. Ulm
16.11. München
22.11. Wiesbaden
23.11. Würzburg
29.11. Erfurt
30.11. Göttingen



Harmonie®
SCHIENE

Frontzahnkorrektur

- einfach
- unsichtbar
- handgefertigt

Mehr Infos und Anmeldung unter Tel: 06171-91200 oder HarmonieSchiene.de



sen positiven Zahnstatus durch regelmäßige Prophylaxe langfristig aufrechterhalten und sogar noch zu verbessern.

... mit Fingerspitzengefühl

Bei solchen Beratungsgesprächen ist jedoch Fingerspitzengefühl gefragt. Es ist wichtig, dass der Praxischef, trotz nachvollziehbarer wirtschaftlicher Interessen, immer integer bleibt und nicht den Eindruck vermittelt, nur noch „Wellness“ anstatt Zahnmedizin anzubieten. Zu diesem Zweck sollte der Zahnarzt eine Vertrausebene aufbauen, die jedoch nur dann funktioniert, wenn der Patient den Mehrwert und die Tragweite einer kostenpflichtigen Leistung wirklich erkennen und verstehen kann und sich nicht nur als „Geldgeber“ einer eigentlich unnötigen Maßnahme sieht.

... und sinnvollen Angeboten

Ein Monolog in Fachchinesisch beispielsweise beeindruckt und überzeugt heute keine Patienten mehr, sondern wirkt eher abschreckend und unseriös. Stattdessen sollte der Zahnarzt Fragen auswählen, die eine bestimmte Gesprächsrichtung begünstigen, ohne dass der Patient dabei den Eindruck gewinnt, er soll zu bestimmten Therapien „überredet“ werden. Eine professionelle Fortbildung, wie sie die OPTI Zahnarztberatung anbietet, fördert die Kompetenz des Behandlers in dieser Art der Gesprächsführung. Denn durch richtig platzierte Fragen lernt der Arzt die Anforderungen und Probleme seines Gegenübers kennen und ergreift selbst die Initiative in der Patientenkommunikation. Er könnte beispielsweise nach der beruflichen Ausrichtung seines Gegenübers fragen. In vielen Branchen ist ein sympathisches Lächeln ausschlaggebend für den be-

ruhlichen Erfolg. Maßnahmen zur Verbesserung der Ästhetik, wie Bleaching, können den positiven Effekt dann noch verstärken.

Fazit

Der Zahnarzt sollte bei der Beratung von Zusatzleistungen nie als Marktschreier, sondern vielmehr als aktiver Zuhörer auftreten, der so die individuellen Bedürfnisse seiner Patienten erkennt und dazu entsprechend genau Zusatzangebote vermitteln kann. Hierbei zählen Qualität und Timing mehr als Quantität. Das gesprochene Wort sollte also sparsam und zur rechten Zeit zum Einsatz kommen. Beachtet der Zahnarzt diese Regeln, ist es auch legitim, wenn er die Initiative ergreift, falls der Patient zum Austausch nur wenig beisteuert und sich eher verhalten gibt. Grundsätzlich gilt: Wenn sich der Patient wohl und gut aufgeklärt fühlt und den Zahnarzt als Vertrauensperson wahrnimmt, wird er immer eher bereit sein, Geld für zusätzliche Leistungen auszugeben und der Praxis langfristig treu zu bleiben – so entsteht eine Win-win-Situation für beide Seiten, Zahnarzt und Patient.



Christian Henrici
Infos zum Autor



OPTI Zahnarztberatung GmbH
Infos zum Unternehmen

kontakt.

OPTI Zahnarztberatung GmbH

Vogelsang 1, 24351 Damp
Tel.: 04352 956795
www.opti-zahnarztberatung.de
www.facebook.com/
OPTIZahnarztberatungGmbH

Sicherste Lachgas- sedierung mit dem Experten Nr. 1

BIEWER
medical

Profitieren Sie von:

- weltweit modernsten Lachgas-Systemen des US-Marktführers Accutron
- innovativen und einzigartigen Produkten, wie der sedaview™ Doppelmaske – die Atmung wird sichtbar!
- spezialisierter Kompetenz in Fortbildung, Methodik und Technik
- bestmöglicher Vernetzung mit Fachexperten und erfolgreichen Anwendern



BIEWER
medical

www.biewer-medical.com
info@biewer-medical.com
+49 (0)261 / 9882 9060