Neue Chancen für Zahnmediziner im Bleaching-Sektor (Teil 2)

Zwei auf einen Streich: Image und Umsatz steigern

| Christian Henrici

Schöne Zähne gelten in vielen Berufssparten inzwischen auch als persönliche Visitenkarte. Deshalb sind immer mehr Patienten bereit, in ästhetische Behandlungsmethoden zu investieren. Wenn ein Zahnarzt jedoch Leistungen wie Bleaching in sein Angebot mit aufnimmt, greift er nicht nur einen durch die Medien bekannten Trend auf – er schafft sich auch optimale Voraussetzungen für eine zukunftsträchtige wirtschaftliche Entwicklung seiner Praxis und wertet deren Image auf.

Bleaching eignet sich unter mehreren Aspekten zur Steigerung der Umsätze.

Bild: © Lucky Business

Delegieren rechnet sich

Aus zeitökonomischer Sicht ist es beispielsweise von Vorteil, dass der Behandler einen Großteil der Therapieschritte an kundiges Personal delegieren kann. Die täglichen Abläufe in der Praxis werden also auch nicht merklich beeinflusst. In Anbetracht der Tatsache, dass eine Zahnaufhellung zu den Privatleistungen gehört und die Bestimmung des Preises deshalb dem Zahnarzt obliegt, eröffnet sich ihm die Möglichkeit, seinen Stundenhonorarumsatz erheblich zu verbessern – ohne dass er nennenswerte zusätzliche Zeitressourcen erschließen muss.

Je nach Bleachingmethode kann die Assistenz beim Eingangstermin Handzettel, Farbring oder eine Kostenvereinbarung vorbereiten. Ebenso kann eine ZFA bei der ersten Sitzung alle nötigen Schritte zur Abformung für die Schienen in die Wege leiten oder Termine mit den Patienten vereinbaren. Zu den Aufgaben des Behandlers gehört es dann, die Patienten über die Möglichkeit von Bleaching, Nutzen, Kosten und eventuelle Risiken aufzuklären. Farbbestimmung, Kontrolle und Besprechung des Ergebnisses fallen auch in seinen Zuständigkeitsbereich.

Eine zeitökonomisch sinnvolle Option ist beispielsweise die von der OPTI Zahnarztberatung GmbH entwickelte „reduziertkombinierte Methode" des Bleachings. Hierbei bietet der Zahnarzt dem Patienten drei bis vier Behandlungen mit gering dosiertem Wasserstoffperoxid an, wovon die erste Sitzung in der Praxis stattfindet. Die folgenden Behandlungen werden vom Patienten nach Einweisung durch eine geschulte ZFA oder Prophylaxehelferin zu Hause als Homebleaching mit Tiefziehschienen oder Thermoschienen durchgeführt. Die Vorteile liegen auf der Hand: Der Zahnarzt hat mit nur einer selbst ausgeführten Behandlung minimalen Zeitaufwand, die für das Homebleaching anfallenden Aufgaben sind delegierbar.

Um einige aussagekräftige Zahlen zu nennen: Setzt man als Fixkosten pro Bleachingbehandlung rund 17 Euro für die Gipsmodelle, ca. sechs Euro für den Alginatverbrauch, acht Euro für Tiefziehschienen und 55 Euro für ein Bleachingset an, so liegen die Gesamtkosten bei rund 86 Euro. Bei einem pauschal festgesetzten Honorar von 400 Euro für die Bleachingmaßnahme müssen diese Kosten subtrahiert werden, sodass sich der Honorarumsatz auf 314 Euro beläuft.

Strukturiert vorgehen

Bevor sich ein Praxischef entschließt, Bleaching in sein Leistungsangebot aufzunehmen, sollte er jedoch einige Überlegungen im Vorfeld anstellen:

- Wichtig ist ein Kostenvergleich bei den zahlreichen Produkten, die der Markt bietet. Das Bleachingset sollte nicht nur die Basis für eine wirksame Behandlung sein, sondern was die Anschaffungskosten für den Zahnarzt betrifft, auch wirtschaftlich sinnvoll. Als Faustregel gilt: die Kosten pro Behandlung sollten 60 Euro nicht übersteigen.

Bild: © twobee

- In diesem Zusammenhang spielt auch eine Rolle, was genau im Bleaching-set enthalten ist. Fehlt beispielsweise ein flüssiger Kofferdam, entstehen zusätzliche Kosten.
- Des Weiteren muss sich der Arzt im Klaren darüber sein, welche Klientel er ansprechen möchte. „Goldenager" sind möglicherweise bereit, mehr Geld in eine Zahnaufhellung zu investieren, während jungen Patienten weniger finanzielle Mittel zur Verfügung stehen, aber dafür eine größere Nachfrage vorhanden ist.
- Generell ist es nie ein Fehler, sich bei der Konkurrenz umzuschauen und das eigene Marketing danach auszurichten. Hierbei können moderne Medien, wie ein auf die Praxis zugeschnittener Wartezimmer- oder Websitefilm, ebenso hilfreich sein wie speziell geschulte Mitarbeiter, die den Patienten neugierig auf die neue Leistung machen.
- Der Zeitaufwand solcher Beratungsgespräche kann übrigens frühzeitig strukturiert werden, indem eine eingewiesene ZFA geeignete Kandidaten anhand der elektronischen Patientenverwaltungssoftware oder mittels herkömmlicher Karteikarten kategorisiert und markiert. Indikatoren wären z.B. Termintreue, intensive Prophylaxe oder Leistungen, die aus eigener Tasche bezahlt wurden.

Entwicklung eines ästhetischen Bewusstseins

Abgesehen von den Gewinnen, die die Praxis unmittelbar durch die Bleachingbehandlungen erwirtschaftet, entstehen weitere mittelbare Vorteile. Im besten Falle entwickelt der Patient durch die erfolgreiche Zahnaufhellung ein höheres ästhetisches Bewusstsein. Dies kann sich in Form einer regelmäßigeren Prophylaxe äußern, aber durchaus auch in der Bereitschaft, später anspruchsvolle Versorgungen, wie hochwertige Veneers, in Anspruch zu nehmen.

Lesen Sie im nächsten Teil im Interview mit Dr. Michael Kann von seinen Erfahrungen mit dem Ausbau seines Bleaching-Angebots.

OPTI Zahnarztberatung GmbH
Infos zum Unternehmen

kontakt.

OPTI Zahnarztberatung GmbH
Vogelsang 1
24351 Damp
Tel.: 04352 956795
www.opti-zahnarztberatung.de

ANZEIGE