

Beide Stellschrauben fokussieren

Zahnarztpraxen sollten nicht nur an die Kosten denken, sondern auch an den Umsatz. Von Tino Künzel.

Zahnarztpraxen sind einem hohen Kostendruck und einem intensiven Wettbewerb ausgesetzt. Sich häufig ändernde gesetzliche Vorgaben erschweren vielen Praxisinhabern zusätzlich das Leben.

Das Betriebsergebnis

Zwei wesentliche Faktoren bestimmen dabei das Betriebsergebnis: der Umsatz und die Kosten. Eine einseitige Fokussie-

den, die erst geprüft und dann ggf. nachverhandelt bzw. gekündigt werden müssen. Dennoch gibt es auch kurzfristig umsetzbare Maßnahmen, die zeitnah erste Kosteneinsparungen herbeiführen.

Beispiele für kurzfristige Maßnahmen

- Senkung der Einkaufskosten durch andere Lieferanten (Putzmittel, Berufskleidung usw.)
- Koordinierter Materialeinkauf zur Bestellkostenoptimierung

- Verschieben von nicht „überlebensnotwendigen“ Investitionen (z. B. neue Praxiseinrichtung)

Beispiele für mittel- bzw. langfristige Maßnahmen

- Umfang der Räumlichkeiten einschränken
- Eigenes Praxislabor zur Vermeidung von Fremdlaborkosten sowie zur besseren Auslastung des eigenen Personals
- Wechsel zu einem günstigeren Strom- und Gasanbieter

Der Betriebsumsatz

Neben dem Senken der Kosten sind möglichst auch die Umsätze zu steigern. Bekanntlich beschränkt sich das Leistungsangebot einer Zahnarztpraxis auf die Untersuchung und Behandlung von Zahn-, Mund- und Kieferkrankheiten. Zahnarztpraxen sind daher nicht mit Unternehmen vergleichbar, die ihre Produktpalette eben mal so erweitern oder umstrukturieren können. Trotz dieses vorgegebenen Rahmens kann der Praxisbetreiber das Leistungsangebot der Praxis auf vielfältige Weise erweitern. Professionelle Zahnreinigung, Kindersprechstunde, Schwangerenberatung, Bleaching, Zahnschmuck, Speicheltest, Naturheilverfahren usw. sind einige Beispiele. Neben einer Ausdehnung der Leistungspalette können bspw. auch patientenfreundliche Öffnungszeiten, eine verkehrsgünstige Lage der Zahnarztpraxis, Preisanpassungen, verbessertes Praxismarketing, fokussierte Kundenbetreuung, Kooperationen mit Ärzten anderer Fachrichtung, effektives Terminmanagement, das Erbiten von Weiterempfehlungen (z. B. in Bewertungsportalen für Ärzte) sowie die zeitnahe, vollständige, fehlerfreie Abrechnung von erbrachten Leistungen zum Steigern der Umsätze beitragen.

Die Waage halten

Das Senken der Kosten und das Steigern der Umsätze muss dabei immer im Einklang stattfinden. Da mit der Erweiterung der Leistungspalette oft auch höhere Kosten verbunden sind, sollte die Kostenseite immer im Auge behalten werden. Muss die Leistungspalette zum Beispiel wirklich vom Implantat bis zur kieferorthopädischen Behandlung reichen? Zahnärzte, die eine zu breite Leistungspalette anbieten, haben häufig nur wenige Behandlungsfälle für eine Leistung innerhalb eines Zeitabschnittes. Für diese wenigen Behandlungsfälle muss sich der Zahnarzt jedoch regelmäßig fortbilden und seine Praxis entsprechend ausstatten. Die Behandlungsfälle reichen aber nicht aus, um die Behandlung langfristig kostendeckend bzw. mit Gewinn durchzuführen. Für die ausgewogene Leistungspalette vieler Zahnärzte gilt deshalb: Weniger ist mehr! Auf unwirtschaftliche und für den Zahnarzt unbefriedigende Leistungen ist zu verzichten. **PN**



Tino Künzel



PN Information

Weitere Anregungen zum Thema „Kosten senken“, „Umsätze steigern“ und „Krisen managen“ liefert die praktische 3-teilige Buchserie von Tino Künzel.

Ja, ich möchte die Kosten senken – aber richtig!
3. Auflage (225 Maßnahmen)

Ja, ich möchte die Umsätze steigern – aber richtig!
2. Auflage (150 Maßnahmen)

Ja, ich möchte Krisen managen – aber richtig!
1. Auflage (75 Maßnahmen)

Alle Bücher erläutern Einsteigern und Fortgeschrittenen in einer verständlichen Schreibweise, ohne auf Fachbegriffe zu verzichten, wie Kosten gesenkt, Umsätze innerhalb eines Unternehmens nachhaltig gesteigert und mögliche Unternehmenskrisen verhindert bzw. überwunden werden können. Es werden dabei insgesamt 450 praxisnahe Maßnahmen genannt, die der Leser systematisch prüfen sollte und bei Eignung anschließend zeitnah im eigenen Unternehmen umsetzen sollte. Zu jeder Maßnahme werden kurze Erläuterungen gegeben sowie die unmittelbaren und mittelbaren Auswirkungen aufgezeigt. Für jedes Buch wurde bewusst eine sehr kompakte, sich auf das Wesentliche konzentrierende und Zeit sparende Darstellung in Form eines „Arbeitsbuches“ bzw. einer „Checkliste“ gewählt. Unter www.business-administrator.de erhalten Sie weitere Details zu den Büchern und die Möglichkeit der direkten Bestellung.

PN Adresse

Tino Künzel
Business Administrator
Am Grübl 15a
82205 Gilching bei München
Tel.: 08105 9076048
info@business-administrator.de
www.business-administrator.de



rung auf nur einen Faktor mindert den Erfolg des Unternehmens. Aus diesem Grund sollten die Kosten gesenkt und die Umsätze der Zahnarztpraxis gesteigert werden. Wer dies nicht beherzigt und unüberlegt vorgeht, kann dann leicht in eine Unternehmenskrise geraten.

Die Betriebskosten

Ein permanentes Kostenmanagement ist daher dringend zu empfehlen. Ziel sollte sein, rechtzeitig, methodisch richtig, strukturiert und regelmäßig die Kosten hinsichtlich deren Höhe und der tatsächlichen betrieblichen Notwendigkeit zu prüfen. Dabei sind alle Kosten unabhängig ihrer Größe zu fokussieren und kurz-, mittel- oder langfristig zu senken. Geeignete Maßnahmen zum Senken von Kosten gibt es sehr viele. Von heute auf morgen Kosten zu senken, ist jedoch nicht einfach. Oft sind mit den größten Kostenarten (Personal, Räumlichkeiten, Dienstleistungen usw.) laufende Verträge und rechtliche Rahmenbedingungen (z. B. Kündigungsschutzgesetz) verbun-

- und zur Vermeidung von Engpässen sowie der daraus resultierenden Kosten
- Sinnvolle Nutzung der Praxisräume mit geringen Wartezeiten
- Einstellungsstopp für fluktuationsbedingte Vakanz zur Reduzierung der Anzahl an Helferinnen

- Kündigung unnötiger, kostenpflichtiger Zeitschriftenabonnements fürs Wartezimmer
- Aufbau eines effizienten Förderungsmanagements
- Effektiver Einsatz aller Personalressourcen (z. B. Kontroll- und Hygienemaßnahmen in Leerzeiten durch eigenes, vorher ausgebildetes Personal)

