

In der eigenen Zahnarztpraxis unternehmerisch tätig zu sein ist in Zeiten der Wirtschaftskrise dringend erforderlich. Dabei lohnt manchmal auch der Blick auf vorhandene Maßnahmen – wie den Prophylaxeshop. Ein gut organisierter Prophylaxeshop hat das Potenzial, den Umsatz langfristig anzukurbeln. Auch für Praxen ohne Shop kann diese Maßnahme eine sinnvolle Alternative sein, die nicht nur Umsatzgewinn, sondern – gut in das Behandlungskonzept integriert – auch für Imagesteigerung sorgt.

Was im Prophylaxe-Shop nicht fehlen darf

Je nach Praxisschwerpunkt sollten sich auch die angebotenen Produkte im Praxishop unterscheiden. Was für Implantologen wichtig ist, nützt dem Kinderzahnheilkundler unter Umständen weitaus weniger. Nachfolgend eine kleine Auflistung:

Schwerpunkt	Produkte
Implantologie, Prodontologie, Endodontologie	Zahnbürsten, Zahnseide, Interdentalbürsten, Zahncreme, Zahnhölzer, Einbüschelzahnbürsten
Prothetische Versorgung	Zahnbürsten, Zahnseide, Interdentalbürsten, Zahncreme, Zahnhölzer, Einbüschelzahnbürsten, Prothesenbürsten
Kinderzahnheilkunde	Kinderzahnbürsten, Lernzahnbürsten, Zahncreme für Kinder, Zahnseide für Kinder, Milchzahndosen, zuckerfreie Süßigkeiten
Prophylaxe	Breites Sortiment, bestehend aus Zahnbürsten, Zahnseide, Interdentalbürsten, Zahncreme, Zahnhölzer, Einbüschelzahnbürsten, Mundspray, Zungenreiniger
Kieferorthopädie	Spezialzahnseide für KFO-Apparaturen, Interdentalbürsten, Einbüschelzahnbürsten, Zahnbürsten, Zahncreme
Ästhetische Zahnmedizin	Zahnaufhellende Cremes mit niedrigen Abrasionsfaktor, Zahnbürsten, Interdentalbürsten, Zahnseide, Zungenreiniger

Wenige Quadratmeter für mehr Umsatz

Autor: Dr. Jens Thomsen

Wer sich als zahnmedizinischer Dienstleister sieht, weiß, dass Patientenorientierung weit mehr ist als kompetent während der Behandlung zu beraten. Ganzheitliche Ansätze in der Patientenversorgung und -beratung spielen bei einer guten Patientenbetreuung eine wichtige Rolle. Zudem gewinnen prophylaktische Maßnahmen in der Zahnarztpraxis seit Jahren an Bedeutung – bei Zahnärzten und Patienten. Häufig geht es

Eine Checkliste für die ZFA zum Thema „10 Tipps im Umgang mit dem Praxishop“ finden Sie unter www.oral-prevent.de

aus zahnärztlicher Sicht darum, Patienten für eine bessere häusliche Mundhygiene zu sensibilisieren. Kaum ein Zahnarzt kann heute ohne Prophylaxeschulungen seine Patienten dauerhaft von seiner Kompetenz überzeugen. Beispielsweise bei einer Implantatver-

sorgung: Wer hier nicht auf die Gefahren schlechter Mundhygiene verweist, sodass eventuell Schaden am Implantat durch Periimplantitis entsteht, kommt schnell in Rechtfertigungszwang seiner eigenen Behandlung. Wer den Dienstleistungsgedanken weiterführt, gelangt schnell zu dem Schluss, dass zum Behandlungsspektrum passende Produkte das Portfolio sinnvoll ergänzen. Ein Prophylaxeshop dient also nicht nur der Stei-

gerung von Gewinn, sondern bietet außerdem die Möglichkeit, mit der sinnvollen Ergänzung des Behandlungskonzepts durch Mundhygieneprodukte an Image zu gewinnen – vor allem dann, wenn Patientenberatung und Sortimentswahl effektiv ineinander greifen. Dabei lassen sich einerseits bestehende Patienten an die Praxis binden, andererseits aber auch neue gewinnen. Patienten tragen das positive Image und Konzept der Praxis nach wie vor nach außen und mobilisieren neue Patienten – auch in wirtschaftlich schweren Zeiten.

Mitarbeiter auf den Praxishop einstimmen

Bei der Umstrukturierung oder Einführung von Prophylaxeshops sollte die Schulung der Mitarbeiter in Verkaufsstrategien an erster Stelle stehen. Schließlich sind es die Zahnarzhelferinnen und Dentalhygienikerinnen, die oft intensiven Kontakt zum Patienten haben und so leicht ins Gespräch kommen. Die Zahnarztpraxis als Dienstleister – Angestellte, die diesen Grundsatz nicht nur bei Beratung, sondern auch verantwortungsbewusst in puncto Praxishop umsetzen, tragen maßgeblich zum Erfolg des Praxishops bei. Dazu sollten sie von Anfang an aktiv an der Neugestaltung des Shops mitwirken. So kann sich der Zahnarzt beispielsweise zuerst ein Bild davon machen, wie seine Angestellten dem „Projekt Praxishop“ gegenüberstehen. Wer zudem Ideen seiner Mitarbeiter einfließen lässt, fördert damit deren Identifikation mit dem Praxishop und schafft eine gute Basis, damit Mitarbeiter künftig den Shop bei Patienten mehr in den Fokus rücken. Und: Da ZFAs oftmals intensiver mit Patienten ins Gespräch kommen, liefern sie wertvolle Hinweise und tragen durch Ideen zum Gelingen des Shops bei. Dieser Prozess sollte auch nach der Implementierung des Shops weiterlaufen, da Anregungen von Patienten so aufgegriffen und umgesetzt werden können. Dies erfordert eigenverantwortliche Mitarbeiter, die sich auch künftig aktiv in die Sortimentsauswahl und Beratung einbringen. Kompetent beraten und auf Fragen gezielt eingehen können jedoch nur Mitarbeiter, die sich mit den Produkten umfassend auskennen. Hier muss Zeit zur Verfügung gestellt werden, damit sich Mitarbeiter damit auseinandersetzen können. Hersteller geben meist gern Aus-



Die Wirkung von Interdentalbürsten lässt sich am besten im Rahmen der professionellen Zahnreinigung demonstrieren.

kunft oder bieten im Internet umfassende Informationen. Kommunikationsschulungen stellen eine weitere Möglichkeit dar, den Abverkauf der Produkte zu steigern. Diese Zahlen lassen sich auch generell im Berufsalltag aus, denn aktives Auf-den-Patienten-Zugehen mit kompetentem Rat führt zur Zufriedenheit bei diesen. Beim Praxishop ist ebenfalls Aktion gefragt, um interessierte Patienten mit dem Angebot Fragen zu beantworten, Produkte vorzustellen und auf den Shop hinzuweisen – natürlich ohne Produkte anzupreisen.

Patientengespräch als Chance

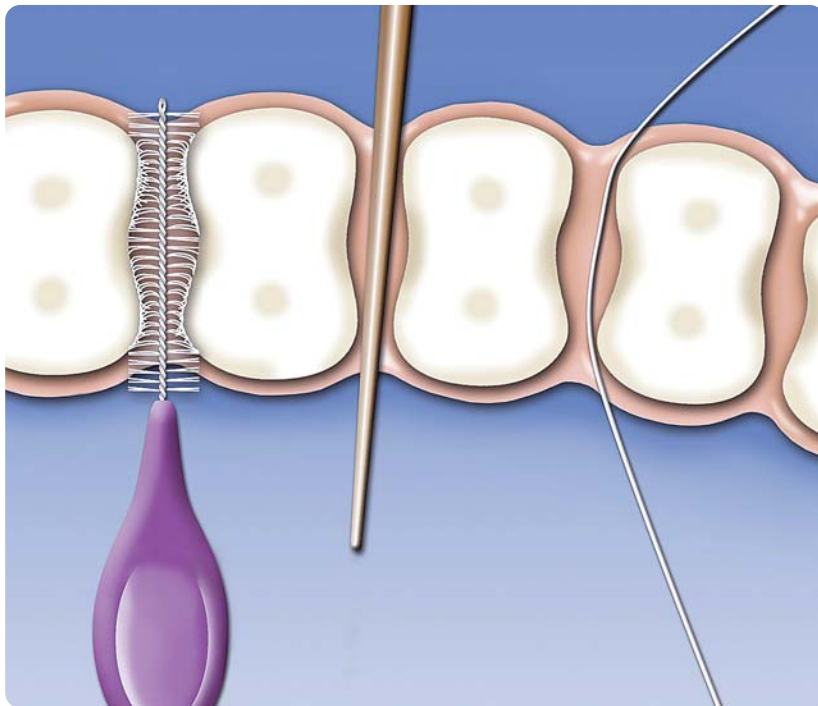
Es gibt kaum eine bessere Chance mit Patienten ins Gespräch zu kommen als bei der Hygieneschulung oder PZR. Besonders hier sind zuvorkommende Beratung und der Rat kompetenter Mitarbeiter gefragt. Werden hier spezielle Produkte aus dem Praxishop sinnvoll in die Hygieneberatung integriert, wird dem Patienten klar, dass fundierte Prophylaxe auch besondere Hilfsmittel erfordert. Der Dialog während der Dentalhygieneberatung ist ein ideales Umfeld, um von Patienten Putzgewohnheiten zu erfragen und dazu passende Produkte zu demonstrieren. Ein Blick in die Patientenakte ermöglicht der Prophylaxehelferin oder Dentalhygienikerin eine angepasste Beratung je nach Vorerkrankungen und individuellem Gesundheitszustand. Zudem kann sie neben der Produktvorführung den Patienten selbst probieren lassen, wie zum Beispiel Interdentalbürsten oder Zahnseide zu handhaben sind. Ermittelt sie zudem gleich die richtige Größe der Interdentalbürsten, so wird der Patient den Kauf einer Interdentalbürste als fachlichen Rat wahrnehmen und diesen auch umsetzen. Grafiken und Informationsmaterial ergänzen die Beratung zur Notwendigkeit fundierter Zahnpflege sinnvoll. Eine weitere Möglichkeit ergibt sich schon vor der PZR. Der Patient, der sich im

Vorfeld die Zähne geputzt hat, wird glauben, seine Zähne seien sauber. Um künftig zur Interdentalpflege zu motivieren, bietet sich an dieser Stelle ein Riechtest an: Der Patient soll sich die Zahnzwischenräume mit Interdentalbürsten säubern und anschließend daran riechen. Durch diesen simplen Test werden Patienten zur richtigen Interdentalpflege motiviert und ihr Interesse an Produkten zur Zahnpflege entscheidend erhöht. Der Hinweis auf passende Produkte im Shop, verbunden mit dem Angebot zur Beratung, ist dezent und oftmals Erfolg versprechend. Weitere Anknüpfungspunkte ergeben sich auch bei der Behandlung mit Kindern. Nach erfolgreicher Unterweisung kleiner Patienten und deren Eltern in die kindgerechte Putztechnik bietet es sich an, auf geeignete Kinderzahnbürsten und Zahnpflegeprodukte aus dem Shop zu verweisen. So wird Eltern klar, dass sich mit empfohlenen Produkten der zahnärztliche Rat zu Hause am besten umsetzen lässt. Aber auch die Verknüpfung von Arztgespräch mit den Produkten aus dem Prophylaxeshop kann sinnvoll sein. Ergibt sich aus der Behandlung heraus ein sinnvoller Verweis auf die häusliche Zahnprophylaxe, erfährt der Patient die angebotenen Produkte als fachliche Empfehlung, der er dann auch nach-

gehen wird.
Dem Pa-



Zahnbürsten gehören prinzipiell in jeden gut sortierten Prophylaxeshop.



Zeichnungen verdeutlichen dem Patienten die Wichtigkeit richtiger Zahn- und Interdentalpflege.

tienten sollte verdeutlicht werden, dass die Behandlung nur dann zu einem dauerhaft guten Ergebnis führt, wenn er selbst zu Hause seinen Beitrag leistet. Praxen mit KFO-Schwerpunkt können beispielsweise beim Einsetzen einer Spange auf den Nutzen von Spezialzahnseide oder Einbüschelzahnbürsten hinweisen. Praxen mit ästhetischem Schwerpunkt können nach einem Bleaching auf Zahncreme zur Vermeidung von Verfärbungen mit niedrigem Abrasionsfaktor hinweisen.

Das Sortiment auf den Praxis-schwerpunkt anpassen

Die Entscheidung, welche Produkte sich für den Shop am besten eignen, sollte der Zahnarzt mit Blick auf seinen individuellen Behandlungsschwerpunkt treffen, denn Produktauswahl und Therapiemethoden sollten ineinandergreifen. Ist die Praxis beispielsweise auf Implantologie spezialisiert, liegt es nahe, im Praxisshop Produkte wie Interdentalbürsten und Zahnseide zur Prävention von Periimplantitis anzubieten. Liegt der Schwerpunkt auf Kinderzahnheilkunde, sollte der Shop von Kinderlernzahnbürsten bis hin zu spezieller kindgerechter Zahnseide verschiedene passende Produkte beinhalten. So empfindet der Patient den Praxisshop als komfor-

tables Bonusangebot, zusätzlich zur kompetenten Beratung des Fachpersonals.

Die Präsentation des Prophylaxeshops ist ein kontinuierlicher Prozess. Wechselnde Dekoration und kontinuierliche Überprüfung des Sortiments machen den Shop auch bei wiederkehrenden Besuchen der Patienten interessant. Schaukästen, Aufsteller und Informationsmaterial bieten viele Hersteller an. Bei der Platzierung empfiehlt sich ein Standort, der gut sichtbar, frei zugänglich, aber trotzdem separat ist. Eine gute Platzierung im Eingangsbereich, je nach räumlichen Gegebenheiten auch im Wartebereich, erinnert Patienten beim Verlassen der Praxis an Produkte.

Rechtliche Aspekte

Im Vorfeld sollten sich Zahnärzte umfassend über steuerrechtliche Rahmenbedingungen beim Praxisshop informieren. Fakt ist: Bietet der Zahnarzt Mundhygieneprodukte zum Verkauf in seiner Praxis an, gilt das als Gewerbe und muss entsprechend versteuert werden. Deshalb muss die Abrechnung der Produkte separat zu denen der Praxis erfolgen und auf getrennte Lagervorräte geachtet werden. Mitarbeiter müssen informiert werden, dass die Bestände nicht vermischt werden dürfen, auch dann nicht, wenn der Praxisvorrat einmal knapp wird. Ist das Gewerbe ordnungsgemäß ange-

meldet, steht dem Gewinn aus gewerblichen Einkünften durch den Praxisshop nichts mehr im Wege. In jedem Fall ist eine ausführliche Beratung durch den Steuerberater angebracht.

Drei Erfolgsfaktoren für mehr Umsatz

Prophylaxeshops können ein wirksames Mittel sein, Image und Beratungsangebot der Praxis zu verbessern und damit Patienten zu binden und zu gewinnen. Wie bereits erläutert, kommt es ganz auf das Funktionieren von drei Erfolgsfaktoren an: dienstleistungsorientierte und motivierte Mitarbeiter, aktive Beratungen und eine geschickte Sortimentsauswahl. Ist das Sortiment dabei noch sinnvoll an die Behandlungsmethode angepasst und sind alle Mitarbeiter in Beratung und Verkaufsstrategie geschult, dann werden die Patienten das Angebot als Bereicherung des Praxisbesuchs empfinden und der Umsatz lässt sich so dauerhaft steigern. ◀

autor



Dr. Jens Thomsen ist als Zahnmediziner und Mediziner auf die Bereiche Zahnprophylaxe und Parodontologie spezialisiert. Als Firmengründer von Oral Prevent entwickelt und vertreibt er seit 1990 Zahnpflegeprodukte, die zahnärztlichen Ansprüchen genügen.

kontakt

Oral Prevent
Mundhygiene Produkte
Handelsgesellschaft mbH
Bramfelder Str. 110A
22305 Hamburg
Tel.: 0 40/4 60 60 88
E-Mail: info@oral-prevent.de
www.oral-prevent.de

Ihr Spezialist für Professionelle Implantatpflege



Es werden jedes Jahr mehr als 2 Millionen Implantate weltweit gesetzt.

Die Haltbarkeit von Implantaten ist von ihrer Pflege abhängig. Mit einer guten Mundhygiene und regelmäßigen zahnärztlichen Kontrollen können Zahnimplantate ein Leben lang halten.

Es bedarf spezieller Pflege, um die rauen Implantatoberflächen und die schwer zugänglichen Bereiche reinigen zu können.

NEU

Jetzt erhältlich!

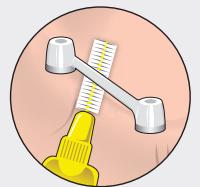
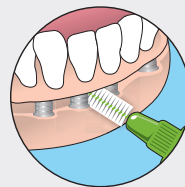
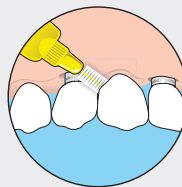


TePe Implant Care™

Eine innovative Bürste mit einem einzigartigen Winkel erleichtert die schwere palatinale und linguale Reinigung bei Implantaten.

TePe Interdentalbürsten

Interdentalbürsten reinigen auch Implantatflächen effektiv, die die Zahnbürste nicht erreicht.



Erhältlich in zwei verschiedenen Borstenstärken und vielen verschiedenen Größen. TePe Interdentalbürsten sind alle mit Kunststoff ummantelt - für eine schonende Reinigung der Implantate.