

Zusatzleistungen als Chance für die Praxisentwicklung – Teil 1

PRAXISMANAGEMENT Der sogenannte „zweite Gesundheitsmarkt“ boomt und auch viele Zahnärzte wissen um das Potenzial von Privatleistungen für die wirtschaftliche Entwicklung ihrer Praxis. Angebote wie Bleaching und Prophylaxe sind darüber hinaus hervorragende Möglichkeiten zur Patientenbindung – sei es durch die positive Außenwirkung im Sinne einer zeitgemäßen Praxis, durch das Patientencontrolling mittels Recall-System oder durch positive Wechselwirkungen der Leistungen miteinander.



Ein gut durchdachtes Prophylaxekonzept ist heute nicht nur ein wichtiges zweites Standbein, sondern für die meisten Therapien Grundvoraussetzung für einen erfolgreichen Verlauf. Längst hat die professionelle Zahnreinigung den Paradigmenwechsel zu einer medizinisch sinnvollen Maßnahme vollzogen und gilt nicht mehr als reine kosmetische Behandlung. Dennoch gibt es immer noch Praxisbetreiber, die dem Thema nicht ohne Vorbehalte gegenüberstehen. So zweifeln einige daran, ob sich die Kosten rechnen, die im Zuge der nötigen Anschaffungen und durch die Einstellung von Fachpersonal entstehen. Andere Zahnärzte quälen diffuse Ängste, dass sie durch prophylaktisch versorgte Patienten als Behandler überflüssig werden könnten. Beide Befürchtungen sind unbegründet. Denn die vermeintlich schrumpfenden Umsätze durch rück-

läufige prothetische Versorgungen generiert der Zahnarzt durch die Prophylaxe nur über einen längeren Zeitraum – und profitiert von weiteren Vorteilen. Aus diesem Grund empfehlen Dienstleister wie die OPTI Zahnarztberatung GmbH den Aus- und Aufbau des Vorsorgebereichs. Zum Beispiel weil Patienten, die regelmäßig zur professionellen Zahnreinigung gehen, oft ein besonderes „Zahngewissen“ entwickeln. Konkret bedeutet dies: Das gute Gefühl nach der Prophylaxesitzung motiviert und sensibilisiert die Behandelten, ihre Mundgesundheit und die damit einhergehende Ästhetik lange zu erhalten und wenn möglich noch zu verbessern.

Prävention rechnet sich

Prophylaxe ist jedoch kein Selbstläufer. Das heißt, wer erfolgreich Prävention in sein Praxiskonzept integrieren möchte,

benötigt eine betriebswirtschaftliche Ausrichtung bei der Planung dieser Leistungsschiene. Wichtige Faktoren sind beispielsweise die Stundensätze der Fachkräfte und der erforderliche Zeitaufwand. Die Tatsache, dass der Behandler die professionelle Zahnreinigung an sein Prophylaxepersonal delegiert, ist aufgrund der wesentlich geringeren Kosten – im Gegensatz zum Zahnarzt Honorar – per se vorteilhaft. Je besser die Mitarbeiter aus- und fortgebildet sind, desto positiver die Zeitökonomie der Prophylaxe, was dazu führt, dass diese nicht nur kostendeckend arbeiten, sondern hohe Überschüsse erwirtschaften. Sind die Kapazitäten der „Prophylaxeabteilung“ ausgelastet, fördert die Anzahl der Patienten außerdem die Behandlungsroutine und damit die professionellen Abläufe. Ergänzende Marketingmaßnahmen, wie ein zielgerichtetes Recall-System,



stellen die Nachhaltigkeit der Prävention sicher und binden die Patienten an die Praxis. Der Zahnarzt ist hierbei nicht zwangsläufig auf sich allein gestellt: Betriebswirtschaftliches Fachwissen externer Berater kann helfen, das Projekt von Anfang an solide aufzubauen – zum Beispiel im Hinblick auf die erforderlichen Investitionen. Im Rahmen der Prophylaxe muss ein Praxischef unter anderem die Kosten für die entsprechende Technologie, die Materialausstattung oder die Fortbildung der Mitarbeiter einplanen. Andererseits bietet dieses Leistungsangebot gute Cross-Selling-Ansätze, da Prophylaxepatienten aufgrund des Recall-Systems öfter in die Praxis kommen und häufiger untersucht werden. Zeigen sich dabei zahnmedizinische Defekte, wird der Betroffene die nötige Behandlung höchstwahrscheinlich vor Ort in Anspruch nehmen.

Wer fragt, gewinnt

Beim Marketing für Zusatzleistungen ist auch der Zahnarzt selbst gefordert. Denn nicht wenige Patienten haben noch nie Bleaching, Veneers oder hochwertige Prothetik in Anspruch genommen, weil sie nicht darüber informiert waren, dass die Praxis diese überhaupt anbietet. Dem Behandler steht es frei, über alle infrage kommenden Möglichkeiten aufzuklären. „Aufhänger“ für ein solches Beratungsgespräch muss nicht immer ein negativer Befund sein. Gerade ein prophylaktisch versorgtes, gesundes Gebiss bietet genügend Gelegenheiten für subtile Hinweise auf die Möglichkeit, das ästhetische Erscheinungsbild zum Beispiel durch eine Zahnaufhellung weiter zu optimieren. Dieser Zusammenhang zwischen Prophylaxe und Bleaching kann auch von den Mitarbeitern während oder kurz nach der professionellen Zahnreinigung genutzt werden, um den Patienten auf diese Möglichkeit anzusprechen. Fingerspitzengefühl ist hierbei jedoch unabdingbar. Es ist wichtig, dass der Patient nicht den Eindruck gewinnt, dass ihm etwas „aufgeschwatzt“ wird. Vielmehr soll dieser den Mehrwert und die Tragweite einer kostenpflichtigen Leistung erkennen. Das Zusammenspiel zwischen Patientenkommunikation, zukunftssträchtigen Leistungsportfolio und ökonomischer Strukturierung nach den wirtschaftlichen Voraussetzungen der Praxis fördert eine erfolgreiche Prophylaxe.

Der zweite Teil der Serie wird die Chancen von Bleaching für niedergelassene Zahnärzte erläutern.

INFORMATION

OPTI Zahnarztberatung GmbH
Gartenstraße 8
24531 Damp
Tel.: 04352 956795
www.opti-zahnarztberatung.de

Infos zum Autor



Neu: Invisalign >Go



Ästhetische Zahnbegradigung. Speziell für Zahnärzte entwickelt.

Von der ersten Beurteilung bis zum abschließenden Ergebnis bietet Ihnen Invisalign Go vielfältige Vorteile:

- Ein **Tool zur Fallbeurteilung**, das es Ihnen ermöglicht, geeignete Patienten zu erkennen.
- Ein **innovatives Tool zur Fortschrittsbeurteilung**, sodass Sie Behandlungen voller Vertrauen abschließen können.
- Ein selbstbewusstes Lächeln durch das Invisalign-System **schon nach sieben Monaten**.*

> Auch Invisalign Go-Anwender werden? www.invisalign-go.de

*Durchschnittliche erwartete Behandlungsdauer basierend auf der Anzahl von Alignern innerhalb der Vorgaben von Invisalign Go.