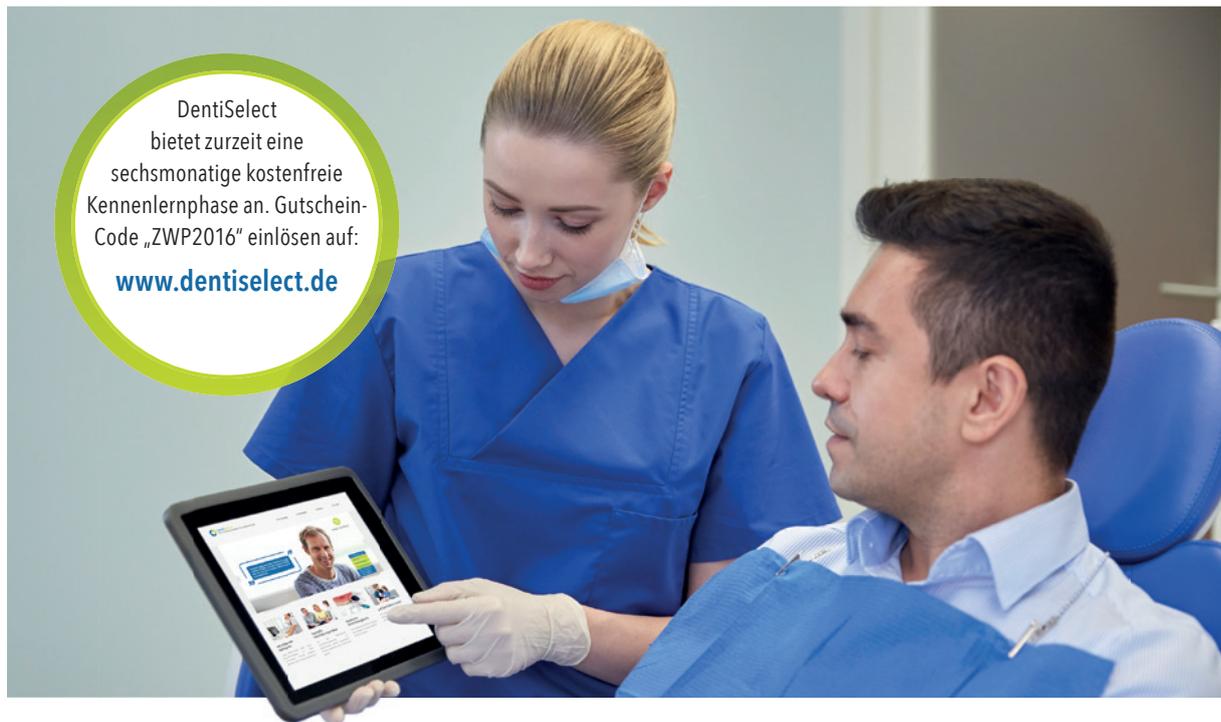


# Privatpatienten durch Zahnzusatzversicherungen



**PRAXISMANAGEMENT** Nur wenige Zahnzusatzversicherungen leisten so umfassend wie private Vollversicherungen. Doch es gibt Möglichkeiten, die eigenen reinen Kassenpatienten genau diesen wenigen führenden Tarifangeboten systematisch zuzuführen (natürlich nur, wenn eine Zusatzversicherung für selbige auch eine sinnvolle Option darstellt) und den Patientenmix von Kassen- zu Privatpatienten dadurch von innen heraus zu verbessern.

Rund zwölf Prozent der Versicherten in Deutschland sind privat vollversichert, während geschätzte fünf Prozent der gesetzlich Versicherten eine *hochwertige* Zahnzusatzversicherung besitzen. Auch hält eine durchschnittliche Praxis einen geringen aber wichtigen Anteil an sehr affluenten Selbstzahlern. Vereinfacht gesprochen sind in diesem Durchschnittsfall etwa 20 Prozent des Patientenstamms frei von wesentlichen finanziellen Restriktionen.

Angenommen in einer Modellpraxis werden jährlich 450.000 Euro Umsatz und ein Überschuss in Höhe von 120.000 Euro erwirtschaftet. Aus dem Statistischen Jahrbuch geht hervor: Fast die Hälfte des gesamten Umsatzes wird die Modellpraxis mit ihren privat- und zusatzversicherten Patienten

generieren.<sup>1</sup> Folglich ist eine Zahnarztpraxis ohne einen gewissen Anteil an Privatpatienten wirtschaftlich kaum überlebensfähig.

## Nicht unrealistisch

Nehmen wir weiterhin vereinfacht an, dieser Jahresumsatz wird mit 1.000 Patienten erarbeitet, von denen 20 Prozent frei von finanziellen Restriktionen leben (Privatversicherte, leistungsstark zusatzversicherte sowie vermögende Selbstzahler). Würde es gelingen, jährlich fünf Prozent der 800 reinen oder schlecht zusatzversicherten Kassenpatienten in leistungsstark Zusatzversicherte – quasi Privatpatienten – zu konvertieren, wie würden sich der Patientenmix und vor allem der Umsatz

entwickeln? Die Rate von fünf Prozent ist keineswegs unrealistisch, wie Erfahrungen mit dem DentiSelect-Verfahren zeigen. In unserer Modellpraxis entspricht dies umgerechnet 40 Patienten pro Jahr. Es müssen dazu keinerlei Marketingkosten veranschlagt werden, da diese Privatpatienten aus dem bereits existierenden Patientenstamm gewonnen werden. Zum Vergleich: Führende Bewertungsportale werben mit Zugewinnen von zehn Privatpatienten pro Jahr für ihre nicht gerade erschwinglich bepreisten Platinprofile.

## Wachstum von innen heraus

Berücksichtigt man die jährliche Patientenfluktuation mit einem pauschalen



Schnell attraktive  
Preise sichern!  
Kostenlose Hotline:  
**0800-2028-000\***

\*Kostenfreie Service-Hotline aus dem deutschen Festnetz. \*\*Nach Ihrer Freigabe des Planungsvorschlages.

BEGO Implant Systems – Navigierte Chirurgie einfach günstig

## Die neuen BEGO Guide Bohrschablonen

- Schnell: Lieferung der Bohrschablone innerhalb weniger Tage\*\*
- Komfortabel: Einfach zu bedienendes Orderportal
- Unabhängig: keine Software erforderlich

Weitere Infos unter [www.bego.com](http://www.bego.com)



Miteinander zum Erfolg



Abzug, können innerhalb von fünf Jahren 200 neue Privatpatienten aus dem eigenen Kassenstamm gewonnen werden. In unserer Modellrechnung ist diese Steigerung mit einem jährlichen Mehrumsatz in Höhe von über 100.000 Euro gleichzusetzen. Natürlich kann das Umsatzplus auch wesentlich höher ausfallen, beispielsweise wenn entsprechend hochwertige Implantatarbeiten durchgeführt werden. Nimmt man für diesen Mehrumsatz eine gleichbleibende Umsatzrendite an (sie wird vermutlich eher höher ausfallen), dann wird das jährliche Ergebnis um nahezu 25 Prozent verbessert. Diese enorme Steigerung geht einher mit einer Erhöhung des Anteils an Patienten ohne finanzielle Restriktionen von vormals 20 Prozent auf nun 40 Prozent. In absoluten Zahlen ausgedrückt steigt der Überschuss von 120.000 Euro auf etwa 145.000 Euro. Nur durch ein „Wachstum“ von innen heraus.

Anders ausgedrückt erwirtschaftet unsere Modellpraxis mit einem im Spitzentarif zahnzusatzversicherten Patienten jährlich in etwa 550 Euro mehr als mit einem reinen Kassenpatienten.<sup>2</sup> Legt man eine Bindungsdauer von acht Jahren<sup>3</sup> zugrunde, ergibt dies einen Mehrumsatz von 4.400 Euro pro Patient. Berechnet man den heutigen Gegenwartswert dieses zukünftigen Umsatzes nach der Barwertmethode, so liegt man (je nach Annahmen) bei ca. 3.500 Euro.

Rechnerisch bedeutet der Abschluss einer leistungsstarken Zahnzusatzversicherung seitens eines reinen Kassenpatienten für Sie als Praxisinhaber einen Mehrwert von 3.500 Euro. Aufgrund von Wartezeiten und Zahnstapeln wird sich der Effekt allerdings Anfangs vor allem im Bereich der Prophylaxe und gegebenenfalls höherwertigen Füllungen bemerkbar machen. In späteren Jahren wird dies erwartungsgemäß überkompensiert.

## Wie soll das gelingen?

Das Wissen um den betriebswirtschaftlichen Mehrwert einer Zahnzusatzversicherung ist nur dann hilfreich, wenn Sie diese Stellschraube beeinflussen können. Und zwar ohne in der Wahrnehmung des Patienten zum Versicherungsvermittler zu werden. Sie müssen weiterhin und ausschließlich in Ihrer Rolle als Zahnarzt wirken können. Allerdings wird die reine an den Patienten gerichtete Empfehlung, er möge sich mit der Thematik beschäftigen, nicht ausreichen.

Die Maßnahme muss, um den nötigen Wirkungsgrad für unsere Zielsetzung zu erreichen, in der Nachverfolgung eines jeden einzelnen (sich für die Thematik interessierenden) Patienten münden. Es muss gewährleistet sein, dass dieser sich nach dem Verlassen der Praxis auch wirklich um eine Entscheidung pro oder kontra Zahnzusatzversicherung bemüht. Gleichzeitig sollte der gesamte Ansatz natürlich rechtskonform gelebt werden.

Idealerweise liegt der Versicherungsfindung auch der aktuelle Zahnzustand sowie die zu erwartende Behandlungsperspektive zugrunde. Nur unter Einbeziehung dieser Fakten lässt sich tatsächlich ein passgenauer Tarif finden, der für das jeweilige Individuum die optimale Absicherung bietet. Gleichzeitig sollten Tarife mit potenziell problematischen Vertragsklauseln, wie z.B. Preislisten für Material- und Laborkosten, ausgeschlossen werden.

Sie können sich selbst um die Ausgestaltung eines entsprechend wirkenden Prozesses bemühen oder das DentiSelect-Verfahren nutzen. Hier wirken Sie als Zahnarzt in Ihrer Kernkompetenz und erhalten die notwendigen Instrumente, um Ihren Patienten in dieser Entscheidung mit Ihrem Wissen beiseite zu stehen zu können. Bitte beachten Sie den Hinweis unter „Info“.

1 Modellrechnung DentiSelect

2 Schätzung auf Basis des Statistischen Jahrbuchs der Bundeszahnärztekammer für 2014/2015

3 Thomas Sander, Michal-Constanze Müller: Meine Zahnarztpraxis – Ökonomie, Springer Verlag, 2012

ANZEIGE

# DUFTMARKETING

Schafft eine angstfreie Atmosphäre und baut negative Gerüche ab



**SPITZENTECHNOLOGIE**

**Made in Germany**



Scannen und mehr erfahren!




www.voitair.de  
82152 München – Tel.: 089 89 555 100  
E-Mail: office@voitair.de

Entwickelt für Zahnärzte

## GUTSCHEIN

DentiSelect bietet zurzeit eine sechsmonatige kostenfreie Kennenlernphase an, die unter Angabe des Gutschein-Codes „ZWP2016“ auf [www.dentiselect.de](http://www.dentiselect.de) buchbar ist. So können Sie ohne finanzielle oder sonstige Verpflichtungen das DentiSelect-Verfahren ausführlich kennenlernen.

## INFORMATION

**DentiSelect.**  
**Mit Sicherheit zur passenden Zahnzusatzversicherung.**

Siemensstraße 12b  
63263 Neu-Isenburg  
Tel.: 06102 37063112  
beratung@dentiselect.de  
www.dentiselect.de

Infos zum Autor



# SIE HABEN 13 PATIENTEN IN ABWESENHEIT

## ALLE LÖSCHEN?

### Dienste für Ärzte nach Bedarf

Mehr Freizeit, höhere Erträge, eine reibungslose Praxisorganisation und ein entspanntes Arbeiten mit dem Patienten. Die Auswirkungen unseres allumfassenden Angebotes sind so vielfältig wie unsere Kunden. Testen Sie uns, wir freuen uns auf Sie!



WIR BERATEN SIE GERN  
0211 699 38 502