Profitcenter Prophylaxe – ein zweites Standbein

| Dagmar Charbonnier

Hand auf's Herz – nutzen Sie Ihre Prophylaxe als Möglichkeit, Ihren Praxisertrag erheblich zu vergrößern? Oder fristet die Prophylaxe eher das Dasein eines Stiefkindes in Ihrer Praxis? Wenn ein Patient danach fragt, bieten Sie sie an, wenn nicht, dann eben nicht. Im letzteren Fall wäre das schade und verschenktes Geld, denn die professionelle Zahnreinigung sollte in jeder Praxis ein wichtiger Leistungsbereich sein, der maßgeblich zum Praxisgewinn beitragen kann.

Eine durchschnittliche Zahnarztpraxis hat in der Woche zwischen vier und zwölf Prophylaxebehandlungen zum Preis von circa 65 Euro. Das macht in der Summe 260 bis 780 Euro, auf das Jahr hochgerechnet bei zehn Arbeitsmonaten à vier Wochen also einen Umsatz zwischen 10.400 und 31.200 Euro.

Würde man jetzt an einigen Stellschrauben drehen, so z.B. die Anzahl der Behandlungen auf 30 Behandlungen pro Woche erhöhen, so erhielte man bereits einen Umsatz von 78.000 Euro. Würde man dann noch den Preis auf einen marktüblichen Wert von 80 Euro erhöhen, so stiege der Umsatz sogar auf 96.000 Euro – wohlgemerkt bei einer Prophylaxeeinheit.

Leicht auszurechnen, was zwei ausgelastete Prophylaxeeinheiten an Umsatz generieren würden.

„Ja, aber …", werden jetzt einige von Ihnen sagen. Was mache ich, wenn ich gar nicht so viele Patienten habe, die in die Prophylaxe wollen? Und was mache ich, wenn sich bei mir der Preis von 80 Euro nicht durchsetzen lässt? Und was, wenn mein Team da nicht mitzieht?

Diese Fragen höre ich so oder in ähnlicher Weise immer wieder. Und in der Tat hat jede Praxis ihre unterschiedlichen Gründe, warum die Prophylaxe bisher noch nicht das Profitcenter geworden ist. Dass es anders auch gehen kann, zeigen folgende Beispiele.

Praxis 1: Der Erfolg ließ nicht auf sich warten

Die Praxis Dr. Helmut Uerlich und Dr. Silke Dörner in Brake haben innerhalb von fünf Jahren ihre Prophylaxe überdurchschnittlich ausgebaut: Noch 2005 beschäftigte Dr. Uerlich, damals noch alleiniger Praxisinhaber, eine Prophylaxemitarbeiterin, die lediglich einige Stunden in der Woche eine professionelle Zahnreinigung durchführte. Der Preis dieser knapp einstündigen Behandlung betrug weit weniger als der damals bundesweit übliche Durchschnittspreis. Sein Glaube war, dass in der ländlichen Wesermarsch nur wenige Patienten bereit seien, regelmäßig zur Prophylaxe zu gehen und dafür auch noch den kalkulatorisch gerechtfertigten Preis zu bezahlen. Aber er hatte ein Ziel – er wollte seine Praxis zu einer präventiv orientierten Zahnarztpraxis ausbauen, die hochwertige konservierende Zahnbehandlung und ästhetischen und hochwertigen Zahnersatz anbot. Nach und nach strukturierte er seine Praxis um, mit der Prophylaxe fing er an.

Zunächst stellte er eine ZMF ein, die ganztägig an fünf Arbeitstagen Prophylaxebehandlung leistete. Dafür wurde eigens eine Prophylaxeeinheit angeschafft, sodass sein Behandlungsablauf in den zwei bisherigen Räumen nicht der Engpass werden konnte.

Dann änderte er seinen Beratungsablauf. Nicht er führte die Information und Patientenberatung durch, sondern seine ZMF und schließlich alle Mitarbeiterinnen. Dafür wurden sie in modular aufgebauten Seminaren zu qualifizierten Patientenberaterinnen ausgebildet. Schließlich gab er die klare Anweisung, dass ALLE Patienten über Prophylaxe aufgeklärt und dabei motiviert werden sollten, regelmäßig zur Prophylaxe zu kommen. Sowohl Kinder als auch alte Patienten wurden immer wieder über die PZR informiert. Es wurden dafür gut verständliche Patienteninformationsbroschüren gedruckt, die auch als Gesprächsunterlagen dienen konnten.

Mit der 2006 hinzugekommenen Kollegin Frau Dr. Dörner wurde ein starkes Augenmerk auf Patienten mit Parodontitis gelegt; sie bilden die Basis, die die Wichtigkeit einer regelmäßigen Prophylaxebehandlung deutlich macht.

Neue Mitarbeiterinnen für die Prophy-

ERSTKLASSIG IN WIRKUNG UND GESCHMACK

VOCO Profluorid Varnish

Fluoridhaltiger Lack zur Zahndensibilisierung

- Problemlose Anwendung auf feuchten Zahnoberflächen
- Angenehmer Melonengeschmack
- Ästhetische, weiß-transparente Zahnfarbe
- Bequeme SingleDose, Produkt und Applikator in der hygienischen Einwegverpackung
- Schnelle Desensibilisierung und Fluoridabgabe (5 % NaF ≙ 22,600 ppm)

THE DENTAL ADVISOR ++++½

MADE IN GERMANY 100%

VOCO GmbH · Postfach 767 · 27457 Cuxhaven · Tel. 04721 719-0 · Fax 04721 719-109 · www.voco.de

VOCO DIE DENTALISTEN

laxeabteilung wurden nach und nach eingestellt; mittlerweile beschäftigt die Praxis vier Vollzeitkräfte, die in Schichtdienst an zwei neuen Einheiten Prophylaxeleistungen durchführen. Und seit Sommer 2008 hat er das Konzept der SOLO-Prophylaxe etabliert; ein Konzept, dass nahezu jeden Patienten überzeugt, wie sinnvoll diese Art der Prophylaxe ist und wie durch sie Zähne ein Leben lang funktionsfähig erhalten werden können.

In einem Beratungsgespräch lassen sich die Vorteile einer professionellen Zahnreinigung gegenüber der hauseigenen Zahnpflege mit der gewöhnlichen Zahnbürste ideal kommunizieren.

Der Erfolg ließ nicht auf sich warten, betrug der anteilige Prophylaxeumsatz am Gesamtumsatz 2005 noch 12,4 Prozent, so betrug er 2009 bereits 28 Prozent, was auch dem konsequenten Recallsystem zuzuschreiben ist. Ein beeindruckendes Ergebnis, das zeigt, dass die Prophylaxe durch strategische Vermarktung ein wichtiges zweites Standbein in einer Praxis darstellen kann.

Praxis 2: Umsätze stiegen überdurchschnittlich an

Die Zahnarztpraxis Dr. K. führte ebenfalls seit Jahren Prophylaxe durch, eine Mitarbeiterin arbeitete hier zweimal die Woche einige Stunden in der Prophylaxe. Der Zahnarzt hatte erkannt, dass eine gut ausgebaute Prophylaxe seinen Praxisumsatz deutlich erhöhen würde – und zwar parallel zu der von ihm erbrachten Leistung.
Voraussetzung ebenfalls war die Einstellung einer gut ausgebildeten Fachkraft, die ganztägig Prophylaxeleistungen erbringen konnte. Und das Einrichten eines Prophylaxezimmers, in dem unabhängig von dem Behandler zeitgleich diese Leistung erbracht werden konnte.
Er entschloss sich ebenfalls dazu, die Beratung nicht mehr selbst durchzuführen, sondern die Patienten lediglich bei der Untersuchung klar darauf hinzuweisen, dass eine Prophylaxe dringend notwendig sei, und dies durch den PSI-Status oder mittels intraoraler Kamera auch zu verdeutlichen.
Die Mitarbeiterinnen wurden alle kommunikativ so geschult, dass sie schlüssige und überzeugende Beratungsgespräche zur Prophylaxe durchführen und nun den Patienten in der ersten Sitzung ausführlich beraten können. Erst im zweiten und dritten Termin erfährt der Patient dann die Prophylaxebehandlung.
Zusätzlich wurden Unterlagen erstellt, die dem Patienten als Informationen dienen, ein Recallsystem wurde eingerichtet, dass die Patienten turnusmäßig an ihren Termin erinnert.
Auch hier stiegen die Prophylaxeumsätze überdurchschnittlich an, die Einrichtung eines zweiten Prophylaxezimmers mit einer Ganztageskraft ist geplant.

Beide Praxen haben Folgendes gemeinsam:

- sie haben eine absolut positive Einstellung zur Sinnhaftigkeit einer regelmäßigen Prophylaxe,
- sie investieren in Mitarbeiterinnen und in deren regelmäßige Schulungen – fachlich, wie kommunikativ,
- sie schaffen räumliche Voraussetzungen durch die Einrichtung eines Prophylaxezimmers und eines Beratungsszimmers,
- sie überlassen die Beratungen überwiegend den Mitarbeiterinnen, setzen aber beim Patienten bei der Untersuchung deutlich den Impuls zur Dringlichkeit einer Prophylaxebehandlung,
- sie nutzen ein praxisgerechtes Recallsystem, das die Mitarbeiterinnen verantworten, und
- die Mitarbeiterinnen profitieren finanziell von ihren Beratungs- und Behandlungserfolgen.

So kann man hier nur feststellen, dass der Aufbau der Prophylaxe zu einem echten Profitcenter möglich und wirtschaftlich sinnvoll ist. Der Zahnarzt erhält dadurch eine zusätzliche Gewinnquelle in nicht unbeträchtlicher Höhe. Und er bindet nahezu alle Patienten lange Jahre an die Praxis, was sich natürlich bei den weiteren Behandlungen, ob im konservierenden Bereich oder beim Leistungsangebot Zahnersatz, ebenfalls finanziell positiv auswirkt. Denn Patienten mit sauberen und gepflegten Zähnen verlangen auch hochwertigen Zahnersatz.

kontakt.

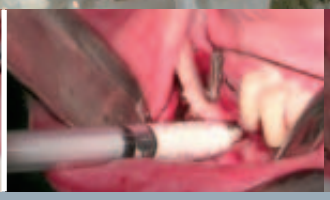
Dagmar Charbonnier
DC DentalCoaching
Rohanstraße 13
77955 Ettenheim
E-Mail: dc@dc-dentalcoaching.de
www.dc-dentalcoaching.de

DC DentalCoaching

Dagmar Charbonnier, Inhaberin von DC DentalCoaching, Ettenheim, hat sich seit 1997 auf Beratung und Coaching von Zahnarztpraxen spezialisiert. Betriebswirtschaftliche Praxisanalysen, Strategie- und Konzeptplanungen zur Praxiswertsteigerung und Umsatzentwicklung gehören zu ihren Schwerpunkten. Durch praxisinterne Coachings werden die Umsetzung der festgelegten Maßnahmen gesichert und die festgelegten Ziele auch erreicht. Des Weiteren bietet das Unternehmen Seminare und regelmäßig stattfindende Workshops für Zahnärzte zu den Themen rund um das Praxismanagement an. Für zahnärztliche Mitarbeiterinnen werden zweimal jährlich modular aufgebaute Trainings zur Patientenberatung und Optimierung der Kommunikations- und Argumentationsfähigkeiten angeboten.

bionic sticky granules

«the swiss jewel…»



easy-graft®CRYSTAL

Genial einfach das *easy-graft®CRYSTAL* Handling!
Soft aus der Spritze · direkt in den Defekt · die gewünschte Form modellieren · härtet in Minuten zum stabilen Formkörper aus · stützt mobilisierte Knochenlamellen · in der Regel keine Membran notwendig!

Genial innovativ!
Die synthetische Alternative *easy-graft®CRYSTAL,* mit der biphasischen Biomaterial-Formel (60 % HA / 40 % ß-TCP). Das Hydroxylapatit beschleunigt die Osteokonduktion und sorgt für eine nachhaltige Volumenstabilität. Der ß-TCP-Anteil löst sich und bewirkt eine optimale Porosität und Osteointegration.

Vertrieb Deutschland

Hager & Meisinger GmbH
Hansemannstraße 10
41468 Neuss
Telefon 02131 20120
www.meisinger.de

paropharm GmbH
Julius-Bührer-Straße 2
78224 Singen
Telefon 0180 137 33 68
www.paropharm.de

DS DENTAL

Degradable Solutions AG
Wagistr. 23, CH-8952 Schlieren
Telefon +41 43 433 62 60
dental@degradable.ch
www.degradable.ch

synthetic bone graft solutions - Swiss made