Trend-Forecast: Generation Z im Dentalbereich

Ein Beitrag von Antje Isbaner

INTERVIEW /// Die Dentalbranche wird sich in den nächsten Jahren immer weiter verändern. Praxisformen, Zielgruppen und Investoren sind da nur einige Faktoren, die den Markt in eine neue Richtung lenken. Martin Nokaj, seit August 2018 Teil der Geschäftsführung von BFS health finance, gibt im Kurzinterview einen kleinen Trend-Forecast im Dentalbereich.

Herr Nokaj, welche zahnärztlichen Praxisformen werden sich Ihrer Meinung nach zukünftig weiter auf dem Dentalmarkt etablieren?
Natürlich sehen auch wir den klaren Trend zu Medizinischen Versorgungszentren und begrüßen das. Die Möglichkeit, als Versorgungszentrum zu firmieren, bringt den Praxen als Unternehmen mehr Handlungsspielraum sowohl in betriebswirtschaftlicher, aber auch, ganz klar, in fachlich-interdisziplinärer Hinsicht. Dieser Trend zu größeren Einheiten ist unumkehrbar. Gleichzeitig schreitet er jedoch nicht so schnell voran wie im Allgemeinen gern formuliert wird. Es wird nach wie vor noch Einzelpraxen geben, die ein ganz individuelles Konzept praktizieren.

Womit erklären Sie sich die Präferenz der Generation Y und Z hin zum Angestelltenverhältnis im MVZ?
Das liegt einer wichtigen und wesentlichen Entwicklung zugrunde: Die Frage nach dem Sinn hat sich verändert. Heutzutage ist der Trend eher dahingehend erkennbar, dass die Generation Z nicht mehr auf Eigentum, sondern vielmehr auf Nutzung Wert legt. Das Verhältnis zu Besitz in allen Bereichen unseres Lebens ist im Wandel. Es ist daher an der Zeit, dass wir aufhören, uns über die jeweilige Generation zu wundern. Denn ihnen gehört die Zukunft. Wir sollten uns deshalb mehr mit der Frage beschäftigen, wie wir diese Zukunft (mit)gestalten können, im Diskurs und mit zeitgemäßen Konzepten und zukunftsfähigen Ideen. Ich warte auf das erste Seminar, in dem der neuen Generation das Arbeiten mit unserer Generation erklärt wird – letztlich gehört aber die Reibung zwischen Generationen zum Fortschritt und ist notwendig.

Vieles bleibt, trotz fundierter Prognosen, auch zukünftig nicht genau absehbar – was aber sind Sicherheiten, auf die Zahnärzte heute und zukünftig setzen können?
Über eines müssen sich Zahnärzte wohl keine Gedanken machen: Dass nicht ausreichend Patienten in die Praxis kommen. Es wird erwartet, dass sich in den nächsten fünf bis acht Jahren circa 20 Millionen Patienten auf die Suche nach einem Zahnarzt begeben werden. Die Herausforderung besteht dann für jeden Behandler darin, die für die eigene Praxis und das Praxiskonzept „richtigen“ Patienten zu finden.

Für immer mehr Zahnarztpraxen ist in den kommenden Jahren die Nachfolge unsicher. Was raten Sie diesen Praxen? Wird es mittel- und langfristig zu einer Unterversorgung für die Patienten kommen?
Rein demografisch betrachtet, ist eine Unterversorgung unausweichlich. Wenn man dann auch die Niederlassungsmüdigkeit dazu nimmt, wird die Unterversorgung wohl zu längeren Anfahrtswegen seitens der Patienten führen. Aus diesem Grund finden wir das Thema Telemedizin auch so spannend und beobachten diese Entwicklung mit hohem Interesse. Aber auch ein schöner Trend ist erkennbar: Jede zweite Praxis wird von einer Frau gegründet. Fantastisch wie wir finden!

Wie entwickelt sich die Dentalbranche? Genau diese spannende Frage stellte die Redaktionsleiterin der *ZWP*, Antje Isbaner, dem Geschäftsführer von BFS health finance, Martin Nokaj.

© OEMUS MEDIA AG

Der Fachkräftemangel ist besonders für kleinere Zahnarztpraxen eine große Herausforderung. Qualifiziertes und zuverlässiges Praxispersonal zu finden und an sich zu binden, bedarf besonderer Strategien. Welche könnten dies sein?

Kleinere Praxen sollten sich auf das fokussieren, was sie ganz konkret ausmacht. Das ist aus meiner Sicht vor allem die persönliche Atmosphäre in der Praxis. Denn kleinere Praxen leben von einer besonderen Bindung und dem zum Teil langjährig geschaffenem Vertrauen zwischen Behandler, Personal und Patienten. Dies gilt es, als Stärke hervorzuheben, auszubauen und zu systematisieren.

Wie können die Dentalunternehmen den Trends in der Dentalbranche Rechnung tragen? Müssen Produkte und Konzepte entsprechend der Zielgruppen neu gedacht und angepasst werden?

Auf jeden Fall. Wir sehen, dass die Innovationszyklen immer kürzer werden. Jede Branche ist davon ausnahmslos betroffen. Wir arbeiten sehr intensiv an digitalen Produktlösungen und tragen unseren Teil dazu bei, dass die Digitalisierung noch stärker in die Dentalbranche Einzug hält.

Vielen Dank für das Gespräch.

ANZEIGE

Fakten, die überzeugen:

1200 motivierte Mitarbeiter

600+ erstklassige Produkte

0 Gegenargumente

Wir fertigen bundesweit in 35 Meisterlaboren die gesamte Bandbreite an hochwertigem und maßgeschneidertem Zahnersatz „Made in Germany“.

Noch mehr Fakten, die neidisch machen:
www.flemming-ueberzeugt.de
Telefon: 040 32102 0

FLEMMING
Ihre Dental-Experten vor Ort