

Praxisstrategie mit engmaschigem Zielmanagement

Ein Beitrag von Marcel Nehlsen und Michael Stolz

Kern der zahnärztlichen Berufsausübung.
Marketingspezialist agieren. Um langfristig erfolgreich zu sein,
dabei bedacht werden sollten, das und mehr

PRAXISMANAGEMENT /// Die Behandlung am Patienten gehört ohne Zweifel zum
Gleichzeitig muss ein Zahnarzt auch als Planer, Führungskraft, Controller und
empfehl es sich, eine Strategie für die Zahnarztpraxis zu entwickeln. Welche Aspekte
stellt der folgende Beitrag dar.

„Nur wer sein Ziel kennt, findet den Weg“ – dieses oft verwendete Zitat des chinesischen Philosophen Lao-Tse trifft auch auf Zahnarztpraxen zu. Tatsächlich bilden Ziele die Grundlage jeder strategischen Planung. Ziele können für verschiedene Aspekte der Praxisführung formuliert werden. Durch eine strategische Planung können Risiken erkannt und reduziert werden, weiterhin können Maßnahmen abgeleitet werden, welche notwendig sind, die gesetzten Ziele zu erreichen. Eine Strategie wird für einen Zeitraum von mehreren Jahren entwickelt und ist somit von kurzfristigen Zielsetzungen zu unterscheiden. Dabei muss die Formulierung von Zielen und der Praxisstrategie nicht allein durch den Praxisinhaber erfolgen. Die Einbeziehung des Teams hat den Effekt, dass im Idealfall alle die gleichen Praxisziele verfolgen. Außerdem hat eine Beteiligung der Mitarbeiter am Zielfindungsprozess positive Auswirkungen auf die Motivation und Akzeptanz des Teams.





Die Praxisstrategie ist letztlich die Wegbeschreibung zur Erreichung der gesetzten Ziele. Ohne konkrete Ziele mag jeder Schritt ein Schritt in die richtige Richtung sein, führt aber trotzdem nirgendwo hin.

Aspekte der Praxisstrategie



Praxisentwicklung: Aktuell und zukünftig

Ein wesentlicher Aspekt der strategischen Planung sind Überlegungen zur Praxisentwicklung. Analysieren Sie den Istzustand Ihrer Praxis und definieren Sie, wo Ihre Praxis in mehreren Jahren stehen soll. Wollen Sie, dass Ihre Praxis in Zukunft wächst? Oder ist es Ihr Ziel, sich auf bestimmte Behandlungen zu spezialisieren? Planen Sie Kooperationen mit anderen Zahnärzten oder steht vielleicht in naher Zukunft ein Verkauf an? Definieren Sie die Ziele und überlegen Sie, wie Sie diese bis zu welchem Zeitpunkt erreichen wollen.

Viele erfolgreiche Firmen, wie zum Beispiel Google, Twitter oder LinkedIn, sind mit diesem sogenannten OKR-System groß geworden. OKR steht dabei im englischen für Objectives and Key Results. Objectives definieren dabei, welche Ziele wirklich von Bedeutung sind. Key Results sind Metriken, die verdeutlichen, ob die Top-Prioritäten innerhalb einer bestimmten Zeit erreicht werden (können).



Behandlungskonzept

Entwickeln Sie ein Behandlungskonzept, welches zu Ihren persönlichen Überzeugungen und Fähigkeiten passt. Analysieren Sie die Konkurrenzsituation in Ihrer Region und überlegen Sie, welche Leistungen Sie anbieten möchten, um sich von Wettbewerbern zu unterscheiden. Die Weiterentwicklung der Behandlung sowie der eigenen Fähigkeiten und das Erreichen von Qualitätszielen ist eine Daueraufgabe, welcher sich jeder Zahnarzt stellen muss.



Marketingkonzept

Darauf aufbauend entwickeln Sie ein Marketingkonzept für die Praxis. Beantworten Sie die Frage, welche Ziele mit dem Praxismarketing erreicht werden sollen. Bestimmen Sie die Zielgruppe für Ihre Marketingaktivitäten und welche Marketinginstrumente sich hierfür eignen. Ist es Ihr Ziel, möglichst viele Neupatienten zu

Das perfekte Paar.

Initial™ LiSi Block
und G-CEM ONE™

Erfahren Sie mehr!

GC Germany GmbH
info.germany@gc.dental
<https://europe.gc.dental/de-DE>



Since 1921
100 years of Quality in Dental

generieren und Ihrer Praxis dadurch zum Wachstum zu verhelfen oder wollen Sie sich als Spezialistenpraxis in der Region positionieren? Durch eine Marketingstrategie lassen sich Aktivitäten gezielt planen und steuern. Messen Sie, ob Sie durch das Marketing Ihre Ziele erreichen.



Servicekonzept

Bietet die Praxis neben einer einwandfreien Behandlung des Patienten zusätzlich noch einen guten Service an, so nehmen die Patienten dies als besonders angenehm wahr. Der Patientenservice bietet daher die Möglichkeit, sich positiv von Wettbewerbern abzuheben. Orientieren Sie sich hierbei nicht nur an der Konkurrenz, sondern gehen Sie eigene kreative Wege.



Betriebswirtschaftliche Aspekte

Eine erfolgreiche Praxisstrategie führt im Idealfall dazu, dass der Praxisinhaber in seiner Traumpraxis tätig ist und sich im beruflichen Umfeld selbst verwirklicht. Damit einhergehend stellt sich in den meisten Fällen auch der wirtschaftliche Erfolg ein. Trotzdem sollten auch betriebswirtschaftliche Aspekte bei der strategischen Planung berücksichtigt werden. Wenn Sie eine Wachstumsstrategie verfolgen, definieren Sie, wie viele Patienten Sie behandeln wollen und wie sich dies in den Praxiseinnahmen niederschlägt. Durch realistische Planung lässt sich die Tragfähigkeit der Praxisstrategie beurteilen. Außerdem lässt sich im betriebswirtschaftlichen Bereich sehr leicht messen, ob die gesteckten Ziele erreicht werden.



Personalkonzept

Aufgrund des spürbaren Fachkräftemangels ist es notwendig, auch im Bereich Personal strategisch zu planen. Definieren Sie Ihren Personalbedarf. Wie viele Mitarbeiter mit welchen Qualifikationen benötigen Sie heute und in Zukunft, um die Praxis zu führen? Sie können sich nicht darauf verlassen, dass diese Mitarbeiter zu jedem beliebigen Zeitpunkt verfügbar sind. Das bedeutet, Sie müssen die Mitarbeiter aus- und fortbilden. Gleichzeitig ergreifen Sie Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung und -werbung.

Michael Stolz
Infos zum Autor



Marcel Nehlsen
Infos zum Autor



Einflüsse auf die Praxisstrategie

Eine Praxisstrategie wird nicht einmal entworfen und von da an bis zum Ende der Praxistätigkeit unverändert fortgeführt. Eine Praxisstrategie muss bei Bedarf, mindestens einmal im Jahr, angepasst werden. Neben den eigenen Vorstellungen und den Ihres Praxisteams spielen auch äußere Einflüsse eine entscheidende Rolle. Veränderungen im regulatorischen Umfeld können Anpassungen der Praxisstrategie notwendig machen. Bereits seit vielen Jahren unterliegt der Markt für Zahnärzte einem stetigen Wandel. Praxen mit einer definierten Strategie haben es leichter, sich auf Veränderungen am Markt einzustellen und ihre Planung anzupassen. Ohne strategische Planung läuft man Gefahr, den Entwicklungen hinterherzulaufen und nur zu reagieren, anstatt zu agieren. Außerdem ist auch der Lebenszyklus, welchen eine Zahnarztpraxis typischerweise durchläuft, zu berücksichtigen und die Praxisstrategie an die einzelnen Lebensphasen der Praxis und des Praxisinhabers anzupassen. In der Betriebswirtschaftslehre versteht man unter strategischem Controlling die langfristige Planung, Steuerung und Kontrolle mit dem Ziel, den Erfolg und die Existenz des Unter-

nehmens nachhaltig zu sichern. Auch für die Zahnarztpraxis ist es wichtig, zu kontrollieren, ob die gesetzten Ziele erreicht sind oder zumindest, ob die Praxis auf dem richtigen Weg ist. Es genügt nicht einfach nur, Maßnahmen zu ergreifen. Vielmehr muss geprüft werden, ob die Maßnahmen auch zum gewünschten Ergebnis führen und zur Zielerreichung beitragen. Dies ist der wesentliche Unterschied zwischen Effizienz und Effektivität. Das eine bedeutet, „die Dinge richtig tun“ und das andere „die richtigen Dinge tun“.

Fazit

Eine schlüssige und durchdachte Praxisstrategie sichert den nachhaltigen Erfolg der Zahnarztpraxis. Sie ist ein Leitfaden, an dem sich Praxisinhaber, Behandler und Team orientieren. Es reicht allerdings nicht, eine Strategie zu erarbeiten und aufs Papier zu bringen. Die Strategie muss auch umgesetzt und vom Inhaber und dem Praxisteam gelebt werden. Dann trägt eine Praxisstrategie maßgeblich zum Erfolg und zur guten Stimmung im Team und beim Praxisinhaber bei.

Michael Stolz • Steuerberater | Partner der Fuchs & Stolz Steuerberatungsgesellschaft Part mbB • www.fuchsendstolz.de

Marcel Nehlsen • Steuerberater | Partner der Laufenberg Michels und Partner Steuerberatungsgesellschaft mbB • www.laufmich.de

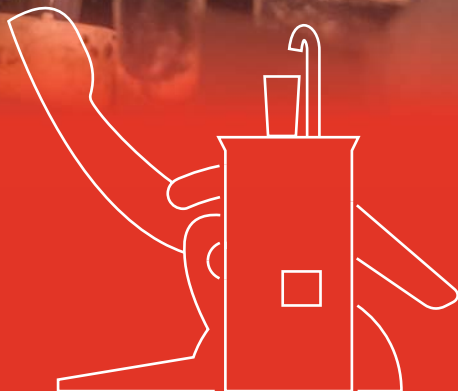
Aus welchem Behälter sollte das Wasser für Deine Behandlung kommen?



Behälter A



„(...) 98% aller Proben, (...), mit Pilzen kontaminiert.“*



Dieses Wachstum von Bakterien und Pilzen* in einer Sicherungseinrichtung („freie Fallstrecke“) nach DIN EN 1717 in Deiner Dentaleinheit verursacht nicht nur teure Wartungs- und Ausfallkosten.



Behälter B



 **SAFE BOTTLE**

Wechsle jetzt auch mit Deiner Praxis zum gem. DIN EN ISO 17664 validiert aufbereitbaren SAFE BOTTLE System. Schützt Euch und Eure Patienten.



Jetzt Termin vereinbaren.
Fon 00800 88 55 22 88
www.bluesafety.com



BLUE SAFETY

Die Wasserexperten

* Heinrichs, G. (2013). Dunkel pigmentierte Biofilme an Trinkwasserarmaturen – mykologische Analyse und hygienische Bewertung, Ursachen und Abhilfemaßnahmen (Dissertation, Biologie). RWTH Aachen University