

Prophylaxe und Abrechnung

Der allgemeine Trend zu mehr Körperbewusstsein hat auch den Bereich Mundhygiene erreicht. „Orale Schönheit“ ist ein wichtiger Indikator für jugendliches Aussehen geworden. Ein Blick auf die Umsatzstatistik für Zahnpflegemittel zeigt, dass insgesamt immer noch zu wenig für die Zahnhygiene getan wird. So erzielt zwar die Kosmetikindustrie Milliardenumsätze mit Pflegemitteln aller Art, doch der Zahnbürstenverbrauch pro Jahr und Person liegt bei ca. 1,6!

REDAKTION

Vielen Patienten fehlt die Motivation zur Zahnpflege, oft begründet in der fehlenden Einsicht in die Zusammenhänge. Aufgabe der prophylaktisch orientierten Praxis ist es, diesen den Wunsch nach perfektem Aussehen regelrecht einzupflanzen und zu verstehen zu geben, dass die richtige Mundhygiene zu Hause – begleitet von Prophylaxemaßnahmen in der Praxis – das A und O der Zahngesundheit ist.

Am leichtesten sind Patienten zu gewinnen, die auch in anderen Bereichen sehr gesundheitsbewusst handeln und in aller Regel bereit sind, für mehr Leistung auch mehr zu bezahlen. Wenn Sie sich als Zahnarzt mit dem Gedanken tragen, Prophylaxe zum zentralen Thema Ihrer Praxistätigkeit zu machen, ist es absolut notwendig ein Konzept zu erstellen, das Patienten aus allen Bevölkerungs-, Alters- und Kaufkraftschichten anspricht. Handeln Sie frei nach dem Motto „Tue Gutes und sei sicher, dass andere darüber reden“ und bringen Sie mit einem effektiven und gut abgestimmten Leistungsspektrum Ihre Patienten dazu, sich das Dienstleistungsangebot „Prophylaxe“ abzuholen und das regelmäßige Bedürfnis danach zu verinnerlichen.

Um an diesem Wachstumsmarkt stärker zu partizipieren, sind zwei Strategien denkbar. Sie können Ihre



Prophylaxeleistungen sukzessive ausbauen und in Angebot und Umfang auf den Markt reagieren. Dies kann im Dialog mit dem vorhandenen Patientenstamm ein erfolgversprechender Weg sein. Die Gefahr hierbei ist, dass Sie Ihr Profil als Prophylaxe-Praxis nie richtig schärfen.

Höheren Aufmerksamkeitswert und mehr Anziehungskraft auf Privatzahler hat die „Urknall-Methode“, die völlige Neustrukturierung Ihrer Prophylaxe-Tätigkeiten, wenngleich Sie damit zunächst wesentlich mehr Aufwand haben. Diese Methode empfiehlt sich, wenn Sie Ihre Klientel neu aufbauen oder vergrößern wollen. Ihre Überlegungen werden in der Regel folgende Bereiche berücksichtigen:

- Anleitung zur Mundhygiene
- Ernährungsberatung
- Bestimmung des Kariesrisikos
- ein auf die unterschiedlichen Risikostufen abgestimmtes Vorbeugeprogramm
- turnusmäßige Kontrolle der Zähne und geeignete Prophylaxemaßnahmen
- besondere Vorsorgeleistungen bei Schwangeren
- Erweiterung auf Prophylaxe für KFO-Patienten und Implantatträger.

Aus betriebswirtschaftlichen und organisatorischen

