

# Die Zahnarztpraxis – Vom Familienbetrieb zum Wirtschaftsunternehmen

## Präventionskonzepte und deren Umsetzung

*Verfolgt man den Paradigmenwechsel in der Zahnmedizin, so ist festzustellen, dass wir in der präventiven Ära angekommen sind. Wurde früher der „Gang des Zahnes“ beschrieben, sind wir von einer Extraktionsära über die Reparaturära in einer Zeit angekommen, in der der Zahnerhalt, die Vorsorge und Ästhetik höchste Priorität haben.*

SYLVIA FEIRER/OETTINGEN

War früher die Zahnarztpraxis familiär strukturiert, ein 2- bis 3-Mann-Betrieb, in der Regel der Zahnarzt, eine Rezeptionshelferin und die so genannte Ersthelferin, so haben wir es heute mit einem Wirtschaftsunternehmen zu tun, in dem jeder Einzelne auf seinen Bereich spezialisiert ist und entsprechend seinen Fähigkeiten eingesetzt wird. Um den Präventionsbereich aufbauen zu können, müssen vorab einige wichtige Dinge geklärt werden, damit in der Prophylaxe erfolgreich und gewinnbringend gearbeitet werden kann. Ein Prophylaxekonzept sollte, individuell auf die Praxis abgestimmt, von den entsprechenden Mitarbeitern erarbeitet werden.

### Folgende Überlegungen könnten Inhalt dieses Konzeptes sein:

*Welche Patienten will ich erreichen?*

– Zielgruppe festlegen

*Welche Behandlungen sollen durchgeführt werden?*

- Ist ein PA-Konzept in der Praxis vorhanden?
- Methode und Ausführung einer Prophylaxesitzung
- Bleaching
- Halitosisprechstunden
- Raucherentwöhnung
- Ernährungsberatung

*Was spricht für einen Prophylaxeshop in der Praxis?*

*Wer wird in der Prophylaxe eingesetzt?*

Fachliche Qualifikation – ZMF – DH?

*Wird die Prophylaxe aus der Praxis ausgegliedert?*

Um ein Konzept erfolgreich umsetzen zu können, müssen zu den Aufgaben entsprechende Ziele und Visionen vorhanden sein.

Wenn du ein Schiff bauen willst,

so trommle nicht Männer zusammen,  
die Holz beschaffen,  
Werkzeuge vorbereiten,  
Holz bearbeiten und  
zusammenfügen,

**Ziel**

**Aufgabe**

sondern lehre sie die Sehnsucht nach dem weiten Meer.

**Vision**

Damit Ziele allgemein bekannt und damit gültig sind, sollten diese schriftlich formuliert werden, wobei Folgendes gelten sollte:

– *Schriftlich festgehaltene Ziele führen dazu, dass man sie wahrscheinlich einhält.*

– *Schriftlich fixierte Ziele vermindern das Risiko der Ablenkung.*

– *Ziele, die nur im Kopf existieren, werden schneller vergessen.*

### Beispiele:

Bis zum Jahresende 2005 wird jedem Patient der Praxis das Prophylaxekonzept vorgestellt – jeder Mitarbeiter kann hier eingesetzt werden.

- Organisieren von praxisinternen Prophylaxeschulungen im Abstand von acht Wochen.
- Der Umsatz in der Prophylaxe wird im Jahr 2005 um 30% gesteigert.

Diese Ziele müssen auch auf deren Einhaltung hin überprüft werden. Die Formulierung entsprechender Ziele ist nicht starr, sondern unterliegt einem ständigen Prozess. In dem Maße, in dem sich die externe (große Nachfrage) und interne Situation (mehr Personal in diesem Bereich) verändert, erfordert dies evtl. eine Zieländerung. Sind entsprechende Unternehmensziele festgelegt, wird mit deren Umsetzung begonnen und dabei gemäß der Praxisphilosophie, der Corporate Identity, gehandelt. Unternehmensphilosophie hat etwas mit Werten und Normen zu tun, die von den in dem Betrieb beschäftigten Menschen nach innen und außen durch entsprechend gestaltete Handlungen wiedergegeben werden sollte. Unternehmensphilosophie bietet Orientierungshilfen, gestaltet die Beziehungen untereinander und wirkt als Auslöser von Begeisterung. Wenn Unternehmensziele und Praxisphilosophie zusammenwirken, so entsteht die Unternehmensvision. Diese beschreibt einen erwünschten zukünftigen Zustand. Ist ein Konzept ausgearbeitet und schriftlich hinterlegt, so kann mit dessen Umsetzung begonnen werden.