

Praxiskonzepte: Was soll das?

Der Traum von der eigenen Praxis begleitet nahezu alle Zahnärzte schon während des Studiums. Diese bisher „traumhafte“ Praxis dann irgendwann in die Realität umzusetzen, gestaltet sich allerdings deutlich schwieriger. Die vielen rechtlichen, steuerlichen, planerischen und finanziellen Themen können schnell einen großen Berg an Aufgaben vor der eigenen (Traum-)Praxis anwachsen lassen. Wie kann man diesen „Berg“ abtragen und meistern?

Natürlich ist es von großer Bedeutung, sich sein eigenes Gründerteam aus erfahrenen Köpfen rund um die ganzen Themen der Gründung einer Zahnarztpraxis zusammenzustellen. Ein solches Team funktioniert aber immer nur, wenn jemand – wie auf einem Schiff – die Richtung vorgibt. Und dieser „Jemand“ sind Sie als Praxisgründer mit Ihrer Idee.

Bewusst machen

Daher ist einer der ersten Schritte, dass Sie sich selbst bewusst machen, wie Sie Ihre Praxis haben möchten. Was ist Ihnen wichtig? Woran haben Sie Freude? Womit können Sie sich im Rahmen einer Zahnarztpraxis identifizieren und womit eher nicht? Wie und wo wäre perfekt? Stadt oder Land? Allein oder mit Kollegen ...?

Sehr hilfreich ist es, diese Punkte aufzuschreiben und immer wieder zu ergänzen und zu korrigieren. Je detaillierter, umso besser. Irgendwann haben Sie dann einen Punkt erreicht, an dem Sie mit der Beschreibung IHRER Zahnarztpraxis glücklich und einverstanden sind. Es fühlt sich einfach gut an. Und zwar

Quelle: ArtGrotesk/Shutterstock.com



nicht für alle Praxisgründer in Deutschland, sondern für Sie ganz persönlich.

Das, was Sie letztendlich gemacht haben, ist die Idee bzw. Ihren damaligen Traum Ihrer Praxis in Worte zu fassen. Und diese Idee ist der Kern Ihres Praxiskonzepts. Selbst ein Businessplan, den Banken gerne von Ihnen haben möchten und der auch für Sie wichtig ist, basiert auf Ihrer Idee einer Zahnarztpraxis.

Warum nicht einfach etwas Erfolgreiches kopieren?

Selbstverständlich ähneln sich Zahnarztpraxen in vielen Bereichen. Warum sind trotzdem die einen erfolgreicher als die anderen? Der so oft benannte „prima Standort“ kann es nicht allein sein, da es sehr erfolgreiche Praxen gibt, die trotz eher mäßiger Lage und starker Konkurrenz von Patienten regelrecht bestürmt werden.

Wenn Sie etwas Gutes kopieren, ist Ihre Praxis nur eine Kopie und damit bestenfalls die zweitbeste Lösung für den Patienten. Der Schlüssel liegt darin, dass zu tun, was und wie man es selbst liebt, und ein feines Gespür dafür zu haben, was sich Patienten wünschen. Wer authentisch ist, bleibt unverwechselbar.

Der Kunde

Wir alle kennen Payback-Karten. Diese haben ausschließlich den Zweck, dass die Unternehmen Informationen über uns sammeln, um die Geschäfte im Anschluss ständig nach Kundenwünschen auszurichten und zu verändern.

Im zahnärztlichen Bereich wird hier noch immer viel zu wenig gemacht. Wissen Sie, warum die Patienten gerade in Ihre Praxis kommen, was sie sich noch wünschen würden? Sie haben bereits

einen Frage(Anamnese)-Bogen. Ergänzen Sie ihn um Fragen hinsichtlich Ihrer Praxisidee.

Wenn Sie das, was Sie gerne machen UND die Patienten sich wünschen, in eine betriebswirtschaftliche Form bringen, werden Sie mit Ihrem Konzept und Ihrer Zahnarztpraxis erfolgreich sein.

Was gibt es für Konzepte?

Oftmals genannt werden Zahnerhaltung (Prophylaxe), Wohlfühlpraxis, Familienpraxis, Implantologie, Kinder-, Alters- oder ganzheitliche Zahnheilkunde usw.

Egal, welches Konzept Sie für sich wählen: Die Patienten müssen es wollen und Sie selbst müssen es lieben. Entscheidend für den Erfolg ist, dass Sie Ihr Konzept dabei sehr diszipliniert verfolgen. Sie müssen es vorleben, müssen Ihr Team dafür gewinnen und begeistern.

„Prophylaxe“ als Beispiel eines Praxiskonzepts

Patienten

Eine feste Regel sollte sein, dass Patienten, die Ihr Prophylaxekonzept mittragen, immer die besseren Termine bekommen. Und im Umkehrschluss die Patienten, die sich dem verweigern, bekommen konsequent die schlechteren Termine. Auf diesem Weg werden sich die Patienten, die nicht zum Praxiskonzept passen, irgendwann umorientieren und die, die es mittragen, fühlen sich bestätigt und wertgeschätzt.

Ausstattung

Bei einem Prophylaxekonzept ist ein wichtiger Stützpfiler, dass die Ausstattung der Praxis im Bereich „Prophylaxe“ top ist. Wenn Sie dem selbst nicht die

verdiente Bedeutung beimessen, wie wollen Sie es nach außen tragen? Die Zahnreinigung mit einem einfachen Handy, welches auf die Turbinenkupplung gesteckt wird und bekanntermaßen eine deutlich schlechtere Leistung als autarke Geräte hat, darf nicht Ihren Ansprüchen genügen. Es sollte auch nicht der Raum in Ihrer Praxis sein, der hinsichtlich Größe, Fenster und Klima der gefühlt schlechteste der Praxis ist.

Team

Beim Team muss in „Fleisch und Blut“ übergegangen sein, wie wichtig Prophylaxe für den Patienten ist. Ihr Personal muss in dem Bereich gut aus- und ständig fortgebildet werden. Dazu gehört auch das wiederholte Üben von Gesprächen mit Patienten über die Wichtigkeit einer regelmäßigen Prophylaxe und dem, was es bedeutet, wenn man hier nachlässig agiert. Setzen Sie mit Ihrem Team – entsprechend Ihren Ansprüchen – Maßstäbe getreu Ihrem Konzept.

Ziele vereinbaren

Es ist empfehlenswert, gemeinsam mit Ihrem Team Ziele zu vereinbaren. Beispielsweise könnte man sich zum Ziel setzen, im Jahr 2022 im Durchschnitt pro Tag eine Prophylaxesitzung mehr als in 2021 durchzuführen. Ein Schritt könnte dabei sein, dass kein Patient ohne neuen Termin die Praxis verlässt. Sicherlich ist es nicht immer zu schaffen. Als Ziel ist es hingegen sehr sinnvoll.

Im Rahmen einer Zielvereinbarung muss auch die regelmäßige Rückmeldung über den Ist- zum Sollzustand sein. Dazu bieten sich Teamsitzungen perfekt an. Und je eher und je öfter sich kleinere und größere Erfolge einstellen, umso mehr fühlen sich alle bestätigt und sind motiviert.

Prämie

Da die Ziele und Steigerungen automatisch auch einen finanziellen Aspekt haben, spricht nichts dagegen, als Prämie oder Belohnung fürs GANZE Team ein schönes Event zu vereinbaren. Wichtig ist, dass der Anreiz fürs ganze Team und nicht nur, z. B. durch eine Provision, für die Prophylaxemitarbeiter gilt. Dadurch sind alle motiviert, die Patienten für das Praxiskonzept zu gewinnen.

Es muss brennen ...

Das Überzeugen der Patienten funktioniert nur, wenn auch Ihr Team überzeugt ist. Dazu passt das Zitat „Nur wer selbst brennt, kann Feuer in anderen entfachen“ (Augustinus von Hippo).

Trauen Sie sich. Ihre gute Idee lauert bestimmt schon. Leider ist es einer guten Idee aber auch egal, wer sie letztendlich in die Tat umsetzt.

Ich wünsche es Ihnen.



Thomas Kirches

DentBeratung – Thomas Kirches,
Willich

E-Mail: kirches@dentberatung.de