

7.4 Über Geld sprechen

Basis einer Behandlungsplanung bildet grundsätzlich eine Diagnosestellung, die auf Anamnese und Befundung beruht. Ohne eine differenzierte Diagnose ist keine Behandlungsplanung möglich. Der Patient ist über die zur Verfügung stehenden Therapiealternativen aufzuklären. Ihm muss das Recht gewährt werden, aus den zur Verfügung stehenden Therapiealternativen frei zu wählen.

Zusatzinvestitionen/Eigenanteile

Je besser es gelingt, den Patienten von den Vorteilen einer hochwertigen Leistung zu überzeugen, desto eher wird er geneigt sein, gegebenenfalls entstehende Zusatzinvestitionen bzw. Eigenanteile zu akzeptieren.

Dass Patienten bei einer medizinisch hochwertigen Versorgung für eine Behandlung teilweise oder vollständig selbst aufkommen müssen, ist im Gesundheitssystem begründet und liegt nicht etwa im Verantwortungsbereich einer einzelnen Praxis.

Wer sich im Sinne der Patienten am aktuellen Stand der Wissenschaft orientiert und Wert auf moderne Behandlungsmethoden und qualitativ hochwertige Materialien legt, kommt nicht umhin, mit Patienten über Geld zu sprechen.

Dass Patienten selbst investieren müssen, liegt daran, dass aufgrund geltender Regelungen eine hochwertige medizinische Versorgung nicht immer (vollständig) von gesetzlichen, aber auch privaten Krankenversicherungen übernommen wird.

Aufklärungsgespräch

Würden Patienten nicht zuzahlen, könnten viele Behandlungsmethoden der modernen Zahnheilkunde wirtschaftlich gesehen nicht angeboten werden. Häufig fällt es vielen Mitarbeitern und auch Zahnärzten nach wie vor schwer, Leistungen an Patienten zu „verkaufen“. Dabei geht es nicht darum, jemandem etwas „aufzudrängen“. Ziel eines ärztlichen Aufklärungsgesprächs ist es, dem Patienten alle Informationen zur Verfügung zu stellen, die nötig sind, um zu entscheiden, was gut für ihn ist.

Die Kommunikation mit dem Patienten ist der Schlüssel zum Erfolg. Nur wenn ein Patient umfassend aufgeklärt ist und unter Abwägung aller Vor- und Nachteile eine eigenständige Entscheidung für eine bestimmte Versorgungsform treffen kann, wird er die Investition als lohnend empfinden.

Der Patient soll die ihm angebotene Leistung wollen – und dafür muss er die angebotene Leistung verstehen.

Auch wenn es das Ziel des Aufklärungsgesprächs sein soll, den Patienten zur Inanspruchnahme der höherwertigen Leistung zu bewegen, darf nicht der Eindruck einer Manipulation entstehen. Hat der Patient das Gefühl, zu einer Entscheidung gedrängt worden zu sein, empfindet er das Käuferlebnis spätestens im Nachhinein als unangenehm und es bleibt das Gefühl zurück, getäuscht und nicht ernst genommen worden zu sein. Das Einholen einer zweiten Meinung liegt in diesen Fällen nahe.

Häufig fehlen wesentliche Informationen, was dazu führt, dass nicht miteinander vergleichbare Therapieformen auf die Höhe des Eigenanteils reduziert werden. Auch die Mitarbeiter müssen in der Argumentation entsprechend geschult werden, sodass die Fragestellung nicht lautet: „Möchten Sie lieber die normale Füllung oder die, die was kostet?“

Ohne, dass der Patient versteht, warum die Leistung, für die er selbst investieren muss, in seinem speziellen Fall zu einem besseren Behandlungsergebnis führen wird, wird er als Entscheidungskriterium die Kosten heranziehen.

Gelingt es jedoch, den Patienten umfassend von der Vorteilhaftigkeit einer Leistung zu überzeugen, sodass er sie aus freien Stücken in Anspruch nehmen möchte, hat der Patient mit der Entscheidung für eine Behandlung idealerweise das Gefühl, sich selbst etwas Gutes zu tun.

Vorteilhaftigkeit einer Leistung darstellen

Eine solche Motivation zur Inanspruchnahme einer Leistung ist positiv behaftet, das Käuferlebnis wird als angenehm empfunden. Nach einer gelungenen Aufklärung wird der Patient idealerweise die Richtigkeit und Angemessenheit von Preis- und Leistung nicht infrage stellen.

Es lohnt sich daher, in die Aufklärung Zeit zu investieren, denn eine gelungene Überzeugungsarbeit geht mit zahlreichen positiven Effekten einher:

Positive Effekte

- Wenn ein Patient erfolgreich überzeugt worden ist und zudem eine hervorragende Leistung erhält, führt dies zu Patientenzufriedenheit. Patientenzufriedenheit führt zu Patientenbindung und gebundene Patienten nehmen die Leistungen der Praxis über einen langen Zeitraum hinweg zuverlässig in Anspruch.
- Zufriedene Patienten empfehlen die Praxis und die erhaltene Leistung weiter, wodurch gegebenenfalls andere Patienten mit einer ähnlichen Problematik als Neupatienten in die Praxis kommen.
- Ein überzeugter Patient wird auch eher geneigt sein, andere hochwertige Leistungen in Anspruch zu nehmen, da die Praxis aufgrund der erfolgten transparenten Aufklärung einen nachhaltigen Vertrauensvorschuss hat. Man spricht hierbei auch von Cross-Selling-Effekten.