



Praxisbrief

zu Ihrem Abrechnungswerk



Informationen für
den erfolgreichen
Zahnarzt

Nr. 1
Januar 2003

Liebe Leserinnen und Leser,

wussten Sie, dass sich nur 4 Prozent Ihrer unzufriedenen Patienten beschwerten? 96 Prozent lassen ihren Ärger woanders aus. Und was noch schlimmer ist – 91 Prozent dieser »stummen Unzufriedenen« suchen nie wieder Ihre Praxis auf, sondern lassen sich woanders behandeln. Deshalb sollten Sie positiv auf Beschwerden Ihrer Patienten reagieren und sie als Chance für sich und Ihre Praxis sehen.

Natürlich sind Beschwerden unangenehm für alle Beteiligten. Jedoch können Sie durch gezieltes Management auch unzufriedene Patienten langfristig an Ihre Praxis binden. Wie? Das erfahren Sie in diesem Praxisbrief.

Bettina da Silva

Bettina da Silva

Redaktion Praxisbrief

Beschwerden – die Chance zum Handeln

Beschwerden gibt es in jedem Gewerbe, ob berechtigt oder nicht ist eine subjektive Wahrnehmung. Der Kunde oder Patient, der sich beschwert, ist in jedem Fall nicht so zufrieden, wie er es sich vorgestellt hat. Wissen Sie aber, was sich der Patient vorgestellt hat?

Sie sollten die Beschwerden des Patienten ernst nehmen und als Chance zum Handeln sehen. Seien Sie dankbar für Patienten, die sich beschwerten. Es wäre doch fürchterlich zu glauben, alles wäre in Ordnung, und somit sehen Sie sich gar nicht veranlasst, irgend etwas zu ändern. Unzufriedenheit der Patienten macht sich nur sehr langsam bemerkbar.

Manchmal stellt man erst nach Jahren fest, dass sich die Patientenklintel gewandelt hat.

Stellen Sie sich folgende Situation vor: Sie haben einen neuen Patienten nach Erstellung der diagnostischen Unterlagen beraten, ihm erläutert, welche Therapien möglich sind. Nach Abschluss der Beratung sichern Sie dem Patienten zu, dass Sie ihm in den nächsten Tagen einen Heil- und Kostenplan zukommen lassen.

Der Heil- und Kostenplan wird erstellt, der Patient meldet sich daraufhin aber nicht mehr.

In vielen Praxen würde dies noch nicht einmal auffallen. Verfügt Ihre Praxis über eine perfekte Organisation, sodass Patienten angeschrieben oder angerufen werden, wenn sich diese nach einiger Zeit nicht auf den erstellten Heil- und Kostenplan reagiert haben? In einem der letzten Praxisbriefe haben wir Ihnen bereits ein Musterschreiben vorgestellt, welches Ihnen in diesem Fall sehr hilfreich sein kann.

Warum hat sich aber unser Musterpatient nicht wieder gemeldet?

- Er versteht den Heil- und Kostenplan nicht.
- Er kann sich den Behandlungsablauf nicht vorstellen.
- Die Summe scheint ihm zu hoch.
- Er findet den Heil- und Kostenplan nicht ansprechend.
- Er fühlte sich bei der Beratung übergangen, nicht verstanden, nicht nach seinen eigenen Vorstellungen gefragt.
- Das Personal sagte ihm nicht zu.
- Die Sprechzeiten sind für den Patienten ungünstig.
- Er hat Angst vor der Behandlung.
- u. v. m.

Wäre es für Sie nicht viel einfacher, der Patient hätte sich beschwert und Sie hätten die Chance bekommen, auf seine Beschwerden zu reagieren?

Beschwerde: »Ich verstehe den Heil- und Kostenplan nicht. Die ganzen Positionen, da kann ich gar nichts mit anfangen. Was wird überhaupt mit mir gemacht?«

Reaktion: »Ich kann verstehen, dass Sie die ganzen Gebührenordnungspositionen verunsichern. Der Gesetzgeber schreibt uns jedoch dieses Abrechnungssystem vor (damit signalisieren Sie, dass Sie nicht abrechnen, wie es Ihnen gerade in den Sinn kommt, was eine weit verbreitete Meinung unter den Patienten ist). Es würde mich sehr freuen, wenn Sie einmal zu mir kommen würden, und ich Ihnen erkläre, welche Positionen die Kasse übernehmen wird und warum private Leistungen berechnet werden. Dabei kann ich Ihnen anhand von Bildern zeigen, wie Ihr Zahnersatz aussehen wird. Wenn Ihnen der Behandlungsvorschlag zusagt, dann werde ich Ihnen auch die einzelnen Behandlungsschritte erläutern, wie oft Sie kommen müssen und was an den einzelnen Tagen gemacht wird.«

Beschwerden sind nicht negativ zu sehen, sondern eine Art kostenlose Unternehmensberatung.

Ein Patient, der sich beschwert hat und dann zufriedengestellt und überzeugt ist, ist der beste Weiterempfehlen. Nur wenn sich jemand beschwert, haben Sie die Chance, schlechte Mundpropaganda und dadurch natürlich auch Umsatzeinbußen zu vermeiden. Dadurch, dass Sie die Chance zum Reagieren bekommen haben, werden Sie diesen Patienten aller Wahrscheinlichkeit nach behalten.

Man braucht auch diese Art der Anregung, da wir sonst keine Veranlassung sehen, etwas zu ändern. Vor allem können Sie Ihre Erfahrung, die Sie durch diese Beschwerde gemacht haben, nutzen für Ihre anderen Patienten.

Statistisch gesehen beschwerten sich nur 4 Prozent aller unzufriedenen Patienten, die restlichen 96 Prozent reagieren anders auf ihren Ärger, z. B. durch schlechte Mundpropaganda. Diese 96 Prozent werden bei der nächsten Gelegenheit eine andere Praxis aufsuchen.

Wie aktiviere ich aber die 96 Prozent, ihre wirkliche Meinung zu äußern. In vielen Praxen wird der Patient nach z. B. eingesetzten Zahnersatz als »geheilt« entlassen.

Wenn diese Patienten nicht noch einmal wiederkommen, zum Beispiel wegen einer Druckstelle, gehen wir davon aus, dass er zufrieden ist. Wollen wir aber zufriedene Patienten? Eigentlich sollten wir nicht nur Zufriedenheit anstreben (zufrieden war in der Schule als Note schon nicht besonders hervorragend), sondern wir sollten anstreben, den Patienten glücklich zu machen.

Eine Möglichkeit wäre, dem Patienten nach der eingesetzten Arbeit einen Fragebogen mitzugeben, den

er anonym oder auch mit Namen, je nachdem wie er mag, beantworten soll.

Hier einige möglichen Fragen, die auf den Fragebogen stehen könnten:

- Wie fühlen Sie sich mit Ihrem neuen Zahnersatz (Füllungen, Inlays, ...)?
- Sind Sie mit Ihrem neuen Aussehen glücklich?
- Wie reagierte Ihr Umfeld (Familie usw.) auf Ihre neuen Zähne?
- Empfinden Sie das Preis-Leistungsverhältnis gerecht?
- Wie waren Sie mit dem Ablauf der Behandlung zufrieden?
- Sind wir auf Ihre Wünsche eingegangen?
- Haben Sie die Behandlung unangenehm empfunden?
- Waren wir während der Behandlung aufmerksam genug?
- Waren Sie mit den vereinbarten Terminen zufrieden?
- Waren Sie mit dem Service (Getränke, Zeitungen, Tempos, usw.) zufrieden?
- Haben Sie das Gefühl, dass wir uns genügend Zeit für Sie genommen haben?
- Waren Sie mit der Abwicklung der Formalitäten (Antragstellung bei der Kasse usw.) zufrieden?
- Fühlten Sie sich während der Behandlung immer gut darüber informiert, was gerade mit Ihnen geschah?
- Haben Sie die Atmosphäre während der Behandlung als ruhig und entspannt empfunden?
- Hatten Sie das Gefühl, dass der Behandler stets freundlich war?
- Hatten Sie das Gefühl, dass unser Personal stets freundlich war?
- Waren unsere Wartezeiten für Sie akzeptabel?
- Konnte Ihnen im Vorfeld und während der - Behandlung die »Angst vor der Behandlung« ein wenig genommen werden?
- War Ihnen die Rechnung verständlich?

Hinter die Fragen können Sie zur Einstufung folgende Punkte setzen:

- 😊 sehr zufrieden
- 😐 weniger zufrieden
- ☹ gar nicht zufrieden

(Diese Smilies sind im Wordprogramm unter Einfügen Sonderzeichen – Wingdings zu finden)

Bestellen Sie Ihren Patienten zwei Wochen nach Abschluss der Behandlung noch einmal ein, einfach nur um zu fragen, wie es ihm geht. Kleine Geschenke erhalten übrigens die Freundschaft, z. B. ein kleines Zahnputzset.

Bedenken Sie bei dieser ganzen Strategie, dass unsere Patienten in der Regel glauben, bei jedem Zahnarzt das gleiche zu erhalten. Warum sollte er also Ihre Praxis aufsuchen?

Wer die Bedürfnisse, oder, um bei diesem Thema zu bleiben, die Beschwerden der Patienten ignoriert, entscheidet sich gleichzeitig gegen eine betriebswirtschaftlich gute Praxis. Nicht der Mangel, sondern der Überfluss regiert den Markt.

Darum kommt es gar nicht mehr darauf an, so viele Patienten wie möglich zu haben (bei Honorarverteilungsmaßstäben und Budget ohnehin keine strebenswerte Philosophie), sondern wenige, zufriedene bzw. glückliche Patienten, die dann natürlich auch bereit sind, für dieses "Glück" private Zuzahlungen zu leisten.

Wenn Sie nun denken: »Unsere Patienten beschwerten sich aber nie.«, dann sind alle Alarmzeichen auf rot gesetzt. Vielleicht sind Ihre Patienten schon resigniert und haben es einfach aufgegeben, mit Ihnen zu reden.

Warum beschwerten sich unsere Patienten nicht öfter?

Zum einen ist es sicherlich noch der Respekt vor dem »weißen Kittel« oder aber das tatsächliche Resignieren: »Na ja, kann man wohl nichts dran machen, beim Zahnarzt tut es halt weh.«

In einem Restaurant werden Sie nach dem Essen in der Regel gefragt, ob es Ihnen geschmeckt hat. Auch wenn es Ihnen nicht unbedingt so gut geschmeckt hat, sagen Sie sicherlich oft: »Ja, war in Ordnung.«

Sie wurden ausdrücklich nach Ihrer Meinung gefragt, haben aber an der Fragestellung gemerkt, dass dies eine obligatorisch, nicht wirklich ernst gemeinte Frage war. Sie antworten nicht ehrlich, weil Ihnen der Situationsstress zu groß ist, Sie denken, dass Sie ohnehin nicht wieder kommen, weil es Ihnen nicht so gut geschmeckt hat oder Sie denken, für den Preis kann man ja nicht viel erwarten.

Hätten Sie Ihre ehrliche Meinung geäußert, und zwar rechtzeitig (die Suppe ist nicht heiß genug), so hätte man rechtzeitig reagieren können und Ihnen eine heiße Suppe bringen können, Ihnen einen Rabatt beim Zahlen einräumen oder ein Dessert umsonst als »Wiedergutmachung« bringen können. Dann hätten Sie dieses Restaurant wahrscheinlich in guter Erin-

nerung und würden es vielleicht auch noch weiterempfehlen.

Wovon hängt es ab, ob sich ein Patient oder Kunde beschwert?

Je umständlicher und zeitaufwendiger und evtl. auch kostenintensiver eine Beschwerde für den Patienten ist, desto geringer ist die Wahrscheinlichkeit, dass er sich beschwert. Machen Sie ihm also das Beschweren einfacher, beispielsweise mit oben aufgeführten Fragebogen.

Hat der Patient überhaupt einen Nutzen davon, wenn er sich beschwert? Kann er mit einer Änderung dessen, worüber er sich beschwert, überhaupt rechnen? Oft weiß der Patient nicht, dass es durch kleine Korrekturen – etwa an einer herausnehmbaren Prothese zur Beschwerdefreiheit – kommen kann.

Das Preis-Leistungs-Verhältnis spielt ebenfalls eine große Rolle. Wenn dem Patienten eine billige »Ersatzfüllung« ständig herausfällt, so denkt er, dass er davon nicht anderes erwarten kann, ist aber trotzdem unzufrieden und erzählt jedem, ohne weitere Hintergründe zu erläutern, dass bei Ihnen ständig die Füllungen herausfallen. Derjenige, dem er es erzählt, weiß nicht, dass Sie dem Patienten schon häufig zu einer Krone geraten haben, weil der Zahn zu stark zerstört ist, um noch mit einer Füllung versorgt zu werden. Haften bleibt beim Zuhörer: »Bei Zahnarzt X fallen die Füllungen immer wieder heraus.«

Viele Patienten können ihr Problem oder ihre Unzufriedenheit gar nicht klar definieren. Wenn die Zahnfarbe eindeutig nicht zu den Restzähnen passt, so kann man dies klar als Beschwerde definieren. War es aber chaotische Terminplanung, Hektik bei der Behandlung, lange Wartezeiten, schmerzvolle Behandlung und zuletzt noch eine Druckstelle, so ist der Patient einfach insgesamt unzufrieden. Eine klare Definition erkennen Sie ebenfalls aus dem vom Patienten ausgefüllten Fragebogen.

Machen Sie es Ihren Patienten einfach, sich zu beschweren. Signalisieren Sie klar, dass Beschwerden willkommen sind und dass Sie aus diesen Beschwerden nur lernen können.

Geben Sie Ihren Patienten klare Anlaufstellen für Beschwerden. »Sollten Sie sich mit der Rechnung nicht zurecht finden, so ist Frau Meier Ihr Ansprechpartner dafür.«

Betonen Sie extra, dass Sie unbedingt von dem Patienten etwas hören wollen, sobald ein Problem auftaucht.

Vor allem gehen Sie nicht immer unbedingt davon aus, dass der Patient nach Abschluss der Behand-

lung zufrieden sein muss. Sie sind vielleicht zufrieden, weil es sich um einen sehr anstrengenden Patienten mit äußerst schwierigen anatomischen Gegebenheiten handelte. Der Patient hatte, ohne dieses Wissen, vielleicht andere Erwartungen.

Reagieren Sie höflich und aufmerksam, wenn sich ein Patient beschwert.

Signalisieren Sie ihm, dass Sie Verständnis dafür haben, dass er sich beschwert, auch wenn der Fehler nicht unbedingt bei Ihnen zu suchen ist. Sie sind aber der Ansprechpartner für den Patienten, und Sie sollten sich darum kümmern (oder dies delegieren), dass der Grund der Beschwerde beseitigt wird.

Seien Sie froh darüber, dass der Patient Ihnen die Chance gegeben hat, auf seine Beschwerde zu reagieren.

Sagen Sie ihm das auch: »Ich bin Ihnen dankbar, dass Sie mir gesagt haben, was Ihnen nicht gefällt. Seien Sie gewiß, dass ich mich persönlich darum kümmern werde.« Selbst wenn Sie den Grund der Beschwerde nicht ganz beseitigen können, so weiß der Patient wenigstens, dass Sie sich darum gekümmert haben, sein Problem verstehen und für ihn da waren.

Stellen Sie sich auf die Seite Ihres Patienten. Sagen Sie ihm, dass Sie sich an seiner Stelle auch beschwert hätten.

Sie erstaunen mit einer Frage Ihren »unzufriedenen« Patienten:

»Was kann ich für Sie tun, damit Sie zufrieden sind?«

Dies wird den Patienten sehr verblüffen und sofort milder stimmen. Oft wird er antworten, dass es doch gar nicht so schlimm sei und dass er nur seinen »Dampf« ablassen musste.

Wenn Sie die Möglichkeit haben das Problem zu lösen, dann sagen Sie dem Patienten, dass Sie sich darum kümmern werden, und ihn zu einem fest geplanten Termin/Uhrzeit anrufen werden, um ihm mitzuteilen, was Sie für ihn tun können.

Halten Sie unbedingt diesen Termin ein!

Wie kann ich meinen Patienten absolut überzeugen?

Sie müssen die Erwartungen des Patienten übertreffen. Stellen Sie sich vor, Ihr Patient beschwert sich bei Ihnen, weil er nun zum dritten Mal eine halbe Stunde warten musste. Als Sie ins Behandlungszimmer kommen, sitzt er ihnen wütend gegenüber.

Sie zeigen Verständnis. »Es tut mir sehr leid, dass Sie schon wieder so lange warten mussten. Ich werde dem nachgehen. An Ihrer Stelle würde ich genau so reagieren und ich danke Ihnen, dass Sie mir gesagt haben, was Ihnen auf dem Herzen liegt.«

Somit ist der Kunde zunächst einmal zufrieden. Er erwartet aber, beim nächsten Mal pünktlich dranzukommen.

Fragen Sie den Patienten: »Was kann ich für Sie tun, damit Sie sich wieder wohl fühlen?«. Natürlich wird der Patient sagen, dass er zukünftig nicht mehr so lange warten will. Aber etwas milde gestimmt wegen des Verständnisses für seine Beschwerde wird er sicherlich hinzufügen, dass er ja auch Verständnis dafür hat, dass einmal etwas dazwischen kommen kann.

Und nun Verblüffung: Sagen Sie dem Patienten: »Dafür, dass Sie nun drei Mal so lange warten mussten, werde ich Ihnen heute die Kunststofffüllung im Seitenzahnbereich nicht mit privaten Mehrkosten berechnen.« Oder schenken Sie ihm ein Zahnputzset mit einer kleinen Widmung: »Danke, dass Sie so offen zu uns waren!«

Wie würden Sie darauf reagieren? Wenn der Patient nun von seinem Erlebnis beim Zahnarzt berichten wird, so wird der letzte Satz sein: »Mein Zahnarzt hat sich toll verhalten und richtig Verständnis gehabt, Obendrein habe ich sogar noch die Behandlung umsonst bekommen.«

Befürchten Sie nun aber nicht, dass sich nach dieser positiven Mundpropaganda das Wartezimmer füllt mit Patienten, die nur einen Grund suchen (lange Wartezeiten usw.), um ebenfalls ein Geschenk oder eine Gratisbehandlung zu erhalten. Aller Erfahrung nach ist dies unbegründet.