

Zahnarztpraxen treffen mit Ihrem Leistungsspektrum somit den sprichwörtlichen Zahn der Zeit. Die moderne Zahnarztpraxis stellt ein patientenorientiertes Dienstleistungsunternehmen dar. Patient*innen sind Kund*innen und sprichwörtlich ist der Kunde König. Ein*e Patient*in muss mit dem Zahnarztbesuch mindestens zufrieden sein. Noch besser ist es, wenn es gelingt, Patient*innen zu begeistern. Hierzu müssen die Erwartungen der Patient*innen übertroffen werden. Durch das Übertreffen von Erwartungen entsteht ein bleibender Eindruck und die Patient*innen werden die Praxis wiederbesuchen und im besten Fall auch weiterempfehlen.

Patient*innen
begeistern

Da Begeisterung vornehmlich an der Mensch-Mensch-Schnittstelle entsteht, also dort, wo Patient*innen auf Mitarbeiter*innen treffen, sollten Mitarbeiter*innen als Marketinginstrument gesehen werden. Sie sind es, die mit Einfühlungsvermögen, Empathie, Offenheit, Verlässlichkeit und Herzlichkeit die Patienten*innen begeistern und langfristig an die Praxis binden können. Nur Mitarbeiter*innen, die motiviert sind und die sich mit der Praxis identifizieren, wird es erfolgreich gelingen, diese Art von Begeisterung bei Patient*innen auszulösen.

Mitarbeiter*innen
als Marketing-
instrument

Zahnarztpraxen werden größer, d. h. es arbeiten mehr Beschäftigte in einer Organisationseinheit, was das (Personal-)Management anspruchsvoller werden lässt. Das liegt vor allem am Trend zu kooperativen Praxisformen.

Trend zu
kooperativen
Praxisformen

Während die Zahl der Vertragszahnärzt*innen rückläufig ist, steigt die Zahl der angestellten Zahnärzt*innen an. Diese Entwicklung wurde durch das am 01.01.2007 in Kraft gesetzte Vertragsarztrechtsänderungsgesetz (VÄndG) verstärkt, das erweiterte Möglichkeiten zur Anstellung von Zahnärzt*innen in Praxen lieferte.

Die Rechtsprechung des GKV-Versorgungsstärkungsgesetzes, das die Möglichkeit zu fachgleichen MVZ bietet, lässt mindestens ein Anhalten, wenn nicht sogar ein Ansteigen des Trends erwarten.

1.2 Besonderheiten von Zahnarztpraxen

Zahnarztpraxen müssen sich in der heutigen Zeit vielfältigen Herausforderungen stellen. Die Notwendigkeit, sich mit dem systematischen Management des Unternehmens zu beschäftigen, ist daher größer denn je. Gründe hierfür sind unter anderem

- die Zunahme der Bedeutung ästhetischer Zahnheilkunde (gegenüber rein restaurativer Zahnheilkunde),

- Möglichkeiten zum Verkauf höherwertiger medizinischer Leistungen,
- steigendes Anspruchsdenken der Patient*innen,
- steigender Wettbewerbsdruck im Wettbewerb um Patient*innen und Mitarbeiter*innen,
- berufspolitische Entscheidungen und regulatorische Vorgaben (Telematik-Infrastruktur, Datenschutzgrundverordnung, EU-MDR etc.),
- Trend zu größeren Organisationseinheiten und
- eine steigende Relevanz fachfremder Investoren in der Dentalbranche.

Zahnarztpraxen sind Dienstleistungsunternehmen

Zahnarztpraxen sind Dienstleistungsunternehmen im Gesundheitswesen und sollten als solche geführt werden. Das Behandlungsspektrum wird breiter, die Anforderungen der Patient*innen steigen. Damit steigt auch der Beratungsaufwand und – damit verbunden – die Anforderungen an die Kompetenz der Mitarbeiter*innen.

Ziel eines systematischen Managements ist es daher, individuelle Strategien zu entwickeln, die dazu beitragen, sich diesen Herausforderungen erfolgreich zu stellen und im sich ändernden Markt langfristig zu bestehen.

Dentalmarkt der Zukunft

Um im Dentalmarkt der Zukunft bestehen zu können, müssen sich Zahnarztpraxen weiterentwickeln und dürfen vor anstehenden Entwicklungen nicht die Augen verschließen.

Flexibilität erforderlich

Sie sollten stattdessen flexibel auf sich ändernde Anforderungen eingehen, Mitarbeiter*innen in notwendige Änderungen involvieren und das Unternehmen so erfolgreich zu einer wettbewerbsfähigen Zahnarztpraxis der Zukunft führen.

Einige Besonderheiten, die in aller Regel auf das Unternehmen Zahnarztpraxis zutreffen, haben dabei bestimmte Auswirkungen auf die Abläufe in der Praxis und damit auf das Management. Im Folgenden werden daher spezifische Besonderheiten näher betrachtet.

1.2.1 Zahnärztliche Behandlung

Heilauftrag

Die Aufgabe einer Zahnarztpraxis besteht darin, dem medizinischen Heilauftrag Folge zu leisten. So werden unter anderem

- konservierende Leistungen,
- chirurgische Leistungen,
- prophylaktische Leistungen,
- implantologische Leistungen,