

# DENTAL ZEITUNG

Fachhandelsorgan des Bundesverbandes Dentalhandel e.V.

## #4.23 – Praxiskonzepte

AKTUELLES // SEITEN 010–011

Rückblick: Fachdental Südwest  
und id infotage dental Frankfurt

PRAXISMANAGEMENT // SEITE 016

Was geht: Leasen oder Kaufen?

FACHHANDEL // SEITE 040

Von 1923 bis heute:  
100 Jahre KERN DENTAL

**PRAXISMANAGEMENT** // Neben den Heil- und Kostenplänen sind die Mehrkostenvereinbarungen der größte Bereich, in dem die meisten Zahnärzte sehr viel Geld liegen lassen. In der Regel fehlt es ihnen einfach an den richtigen Prozessen, um dieses Thema ohne großen zusätzlichen Aufwand bei den Patienten anzusprechen. Dabei können sie den Umsatz und Gewinn durch MKV in ihrer Zahnarztpraxis mit zwei einfachen Schritten schnell signifikant erhöhen.

## ZWEI EINFACHE TIPPS, MIT DENEN MEHRKOSTENVEREINBARUNGEN OPTIMIERT WERDEN

Wolfgang Apel/Rückersdorf

Mehrkostenvereinbarungen sind für viele Zahnärzte ein nerviges Thema: Im Einzelfall geht es bei diesen nicht um wirklich viel Geld und sie haben keine Zeit oder Lust, mit den Patienten lange über eine Zuzahlung von ein paar Euro zu diskutieren.

Nehmen wir einmal an, während der Behandlung stellt sich heraus, dass Ihr Patient eine Füllung benötigt. Erfahrungsgemäß wollen viele Zahnärzte die Diskussion über Kosten und Nutzen einer besseren Füllung umgehen und sprechen die unterschiedlichen Optionen

vielfach gar nicht an. Stattdessen verwenden sie entweder einfach die bessere Füllung ohne Berechnung oder die von der Kasse übernommene.

Beides ist nicht wirklich im Sinne des Patienten, und die erste Lösung ist auch aus wirtschaftlicher Sicht für Sie als Zahnarzt alles andere als ideal! Denn, wie gesagt, im Einzelfall handelt es sich bei den MKV um kleine bis mittlere Beträge – doch in der Gesamtheit kommt über das Jahr doch eine hübsche Summe zusammen.

Andererseits kann ich es absolut verstehen, wenn Zahnärzte nicht die Zeit und Geduld haben, mit dem Patienten während der Behandlung eine große Diskussion zu führen. Glücklicherweise gibt es einen ganz einfachen Weg, wie Sie dieses Gespräch umgehen, Ihre Patienten informieren und die Einnahmen durch Mehrkostenvereinbarungen in Ihrer Zahnarztpraxis optimieren.

### Schritt 1: Anamnese durchführen

Der erste Schritt findet bereits im Anamnesebogen statt: Fragen Sie in diesem schon vor der Behandlung ab, wie ein Patient in gewissen Fällen verfahren möchte.

Bleiben wir gerade einmal beim Beispiel der benötigten Füllung: Natürlich können



Sie nicht schon vor der Behandlung wissen, ob der Patient heute eine Füllung brauchen wird oder nicht. Doch Sie können ihn schon einmal hypothetisch dazu befragen.

Zum Beispiel könnte der Anamnesebogen folgende Frage beinhalten: Sollte bei Ihren Zähnen jetzt oder zukünftig gebohrt werden müssen und dadurch die Notwendigkeit einer Füllung bestehen – wie möchten Sie, dass wir vorgehen?

Bieten Sie dem Patienten danach drei Optionen, aus denen er wählen kann. Diese könnten beispielsweise so formuliert sein:

- A: Mir ist es egal, wie eine Füllung aussieht und wie lange sie hält. Hauptsache, die Kosten werden komplett von der Kasse übernommen.
- Oder B: Mir ist wichtig, dass eine Füllung optisch nicht auffällt, egal, wie kurz- oder langlebig diese ist. Die Kosten pro Füllung sollten aber x Euro gesamt bzw. y Euro monatlich nicht übersteigen.
- Oder C: Mir ist sowohl wichtig, dass die Farbe der Füllung exakt meiner Zahnfarbe entspricht und somit unsichtbar ist, als auch, dass die Füllung eine möglichst lange Haltbarkeit aufweist. Das ist mir dann auch eine Summe von z Euro monatlich wert.

Sollte es nun dazu kommen, dass Ihr Patient einmal eine Füllung braucht, wissen Sie bereits, welche Option für ihn infrage kommt. Sie müssen an dieser Stelle nicht mehr viel erklären und keine langen Diskussionen führen. Informieren Sie den Patienten lediglich darüber, dass Sie nun so vorgehen, wie von ihm im Anamnesebogen gewünscht.

## Weitere Themen ansprechen

Über den Anamnesebogen können Sie so natürlich nicht nur Themen wie Füllungen abfragen, sondern auch wirtschaftlich durchaus spannendere Bereiche wie Bleaching, Veneers oder Implantologie. Wichtig ist, dass die Fragen so formuliert werden, dass jeder Laie die Bedeutung versteht. Sicherlich wissen viele Patienten, was ein Implantat ist – doch den wenigsten ist bewusst, was es bedeutet, darauf zu verzichten und mit einer Zahnlücke zu leben.

## Schritt 2: Erklärfilme zeitgemäß einsetzen

Auch um die Patienten zu informieren, gibt es eine einfache Lösung: Einerseits ist sie absolut verständlich, andererseits spart sie Ihnen die Zeit, jeden Patienten individuell aufzuklären.

Sicherlich kennen Sie die „Sendung mit der Maus“. Diese Sendung schafft es seit Jahrzehnten, schwierige Inhalte so zu vermitteln, dass jeder es versteht. Und genau dieses Konzept nutzen Sie, um die MKVs in Ihrer Praxis zu einer wahren Cashcow zu machen: Indem Sie Erklärfilme, die Ihre Patienten über die jeweiligen medizinischen Zusatzleistungen (z.B. Ästhetikangebote) aufklären, geschickt einsetzen, werden Sie eine signifikante Nachfragesteigerung feststellen. Das Beste an der Sache ist, dass Sie die Erklärfilme nicht einmal selbst produzieren müssen. Für einen geringen Betrag können Sie auf bereits erstellte Filme zugreifen.

## Vom Praxis-Monitor auf das eigene Handy

Wie schauen die Patienten diese Filme nun am besten an? Es ist absolut nicht mehr zeitgemäß, die Filme in Dauerschleife auf einem Bildschirm in Ihrem Wartezimmer laufen zu lassen. Da jeder Patient heute viel mehr mit seinem eigenen Handy beschäftigt ist, werden diese Bildschirme kaum noch beachtet.

Sinnvoller ist es, wenn jeder Patient die Erklärfilme bequem auf dem eigenen Handy anschauen kann. Hierfür gibt es verschiedene Wege: Die klassische Lö-

sung ist ein QR-Code. Diesen kann der Patient einscannen, und schon hat er den Film.

## Digitalen Anamnesebogen nutzen

Besser ist es aber, direkt den digitalen Weg zu gehen. Vielleicht sind viele Prozesse in Ihrer Arztpraxis sowieso schon digitalisiert oder Sie sind gerade dabei, die Prozesse umzustellen. Vielleicht nutzen Sie auch schon einen digitalen Anamnesebogen oder bieten die Möglichkeit, online einen Termin zu buchen. Diese digitalen Mittel können Sie einfach um eine Komponente erweitern: Sobald ein Patient online einen Termin in Ihrer Praxis bucht, bekommt er zusammen mit der Bestätigung des Termins einen digitalen Anamnesebogen.

Sollte ein Patient den digitalen Anamnesebogen einmal nicht vor dem Termin an Ihre Praxis zurückschicken, kann er diesen immer noch im Wartezimmer ausfüllen: Er scannt vor Ort einen QR-Code und füllt den Bogen auf seinem eigenen Gerät aus. Für die wenigen Personen, die kein eigenes Handy dabei haben, können Sie auch ein Tablet bereithalten. Der Prozess bleibt genau gleich: Sie füllen die Fragen aus und diese führen, wenn das Interesse vorhanden ist, direkt zum Video.

Wichtig ist, dass der Film keinen Ton hat. Denn die wenigsten Menschen sind dazu bereit, in einem Wartezimmer (wenn vielleicht noch andere Leute dabei sind) ein Video mit Ton anzuhören. Stattdessen brauchen sie einen Untertitel, der schön langsam durchläuft, sodass jeder den Text in Ruhe lesen und verarbeiten kann.

ANZEIGE



**WOLFGANG APEL**

MediKom Consulting GmbH  
[info@medikom.org](mailto:info@medikom.org)  
[www.medikom.org](http://www.medikom.org)