

# ZWP

# ZAHNARZT WIRTSCHAFT•PRAXIS

ISSN 1617-5077 • www.oemus.com • Preis: € 6,50 | sFr 10,- zzgl. MwSt.



## Zahnheilkunde 50+

ab Seite 48



Wirtschaft |

**Merkmale für den Erfolg  
und das Scheitern von BAG**

ab Seite 10

Lebensart |

**Rocken bis der  
Zahnarzt kommt**

ab Seite 140

# So schenken Sie Ihren älteren Patienten Lebensfreude

| Stephan F. Kock, Thomas Voeste

Sind Sie und Ihr Praxisteam schon auf die stetig wachsende Zielgruppe der 50+ Generation richtig eingestellt? Wissen Sie wirklich, was in diesen Patienten vorgeht, was ihnen wichtig ist beim Zahnarztbesuch? Kennen Sie ihre Wünsche und Ängste?

Oft sind es nicht nur kleinere notwendige medizinische Behandlungen, die den Zahnarzt beim ersten Mundöffnen des „50+ Patienten“ dort anblicken. Nein: gelbe Zähne sind das gelindeste Problem in der Reihe von zu erbringenden

speise stecken“, und Sie können nicht herzlich lachen, weil Sie befürchten, Ihr Gegenüber erschreckt sich ob dessen zu Tode, was er da zu sehen bekommt. Das zehrt am Selbstbewusstsein und an der Lebensfreude.

Immer wieder wird von den Patienten aus der sogenannten „Silver Generation“ als Wichtigstes für eine Zahnarztpraxiswahl genannt: „Die Chemie und die Stimmung in der ganzen Praxis müssen einfach stimmen.“ Empfehlungen aufgrund von perfekt, reibungslos und insbesondere freundlich und einfühlsam behandelten Patienten sind absolut Gold wert in der „Silver Generation“ – so sehr wie in kaum einer anderen Patientengeneration.

„Ich will ganz genau vorher erzählt bekommen, was da mit mir passiert, ich bin doch kein Liegeopfer“, ist ein weiterer, sehr oft genannter Passus in diesem Kontext. Ferner gewünscht wird ein eingespieltes Team und schnelle Assistenz mit wenigen Worten. Größte Ärgernisse sind Privatgespräche bei den behandelnden Fachkräften, während der ältere Patient mit weit aufgesperrtem Rachen mit diversen – ihm völlig fremden – Gerätschaften im Mund daliegt und zuhören muss, jedoch auf ihn keine Rücksicht genommen wird, als ob er gar nicht anwesend wäre.

Besser essen können, besser sprechen können, besser aussehen, wieder Lebensfreude, Autarkie und Selbstbewusstsein zurückbekommen dank einer sorgsam und voll zufriedenstellenden Behandlung, das sind die echten

Wünsche dieser Generation. Ästhetik ist wichtiger als so manch einer vermuten mag, aber pragmatisch gesehen ist das Allerwichtigste ein festes Gebiss, egal ob echt oder „falsch“.

PAR, Implantologie, auch PZR sind die klassischen zu verkaufenden Privatleistungen in der Patientengeneration 50+. Und hilft nur noch eine Totalprothese, dann ist die sogenannte „Gutowski-Prothese“ das Maß aller Dinge. Glücklicherweise ist dann, wer in der Nähe dieses Spezialisten in Schwäbisch Gmünd wohnt und sich diese Behandlung leisten kann (15.000 bis 20.000 Euro). Aber auch andere Kollegen arbeiten nicht für umsonst. Gratis hingegen ist, was Sie Ihren älteren Patienten nach erfolgreichem Verkaufsgespräch und erfolgter – alle Seiten zufriedenstellender – Behandlung schenken: neue Lebensfreude; für manche Patienten gar ist es ein Beginn in ein neues Leben.

## Das Verkaufsgespräch

Sie dürfen also am allerwenigsten bei diesen Patienten das Verkaufsgespräch und das Thema Kosten scheuen – Ihren Patienten zuliebe, und letztlich auch zu Ihrem eigenen Wohle.

Bedenken Sie also nicht nur im Kontext dieser stetig zunehmenden Patientenspezies, Ihr Recallsystem zu optimieren sowie Ihre Praxisräume behindertengerecht einzurichten und von jeglichen potenziellen Stolperursachen zu befreien, sondern auch die Besonderheiten des Patientengesprächs mit älteren Patienten.



Leistungen, die hier gefordert sind und nicht via Kassen abgerechnet werden können. Meist sind die Probleme viel größer. Und diese Probleme reichen weit über den Rachenraum hinaus in das komplette Wohlbefinden der älteren Patienten, bis hin zu Würde und Selbstbewusstsein. Stellen Sie sich einfach mal kurz Ihren eigenen Mund ohne Zähne vor: Sie können nicht „kraftvoll zubeißen“, weil Sie Angst haben müssen, „der letzte Wackelzahn bleibt jetzt auch noch in meiner Lieblings-

# Natürlicher Schmelz geklont in Komposit

Für den Verkauf dieser Privatleistungen gibt es eine erprobte und effektive Kommunikationsstrategie aus dem Hause der Kock & Voeste GmbH, Marktführer der Existenzberater für Heilberufler, bei der es primär darum geht, erfolgreiche Gesprächstechniken zu erlernen und sowohl die eigene, meist viel zu zögerliche Haltung des Praxisinhabers als auch der oft ablehnenden Haltung von Patienten, wenn es um Kosten geht, erfolgreich entgegenzutreten. Für das Patientengespräch mit Mitgliedern der „Silver Generation“ gilt bei Beratung und bei Verkauf zum Beispiel: Bauen Sie immer wieder Wiederholungen und Zusammenfassungen ein. Verständnisfragen und Rückfragen sind absolute Pflicht. Üben Sie dies mit Ihrem Team, simulieren Sie Schwerhörigkeit, indem ein Teammitglied mit Hörschutz den Patienten mimt. Und jetzt machen Sie Ihr Verkaufsgespräch. Sie werden sehen: Sie werden dabei viel lernen von sich, der Situation und der Patientenperspektive und sogar, dass richtiges, passendes, auf den Patienten jeden Alters maßgeschneidertes Verkaufen nicht nur neue Lebensfreude schenkt, sondern auch Spaß machen kann. Sie sehen: gratis ist einfach, einfach nicht umsonst.



## autoren.



### Stephan F. Kock

Geschäftsführer Kock & Voeste GmbH, Studium der Theologie und Psychologie, Systemischer Coach SG, Supervisor DGSV, Berater und Trainer für Praxisführung und -kommunikation.



### Thomas Voeste

Geschäftsführer Kock & Voeste GmbH, Sparkassenkaufmann, Lehrbeauftragter für BWL (Universität Witten/Herdecke), Systemischer Coach SG, EFQM-Assessor. Berater und Trainer für Praxisentwicklung und Sanierungen, Existenzgründung, Abrechnung.

## kontakt.

### Kock & Voeste Existenzsicherung für die Heilberufe GmbH

Stephan F. Kock  
Inhaber und Geschäftsführer  
Kantstraße 44/45, 10625 Berlin  
Tel.: 0 30/31 86 69-0  
E-Mail: info@kockundvoeste.de  
www.kockundvoeste.de




**HRI** Das einzige Komposit mit dem gleichen Lichtbrechungsindex wie natürlicher Schmelz.

**HRI** Eliminiert den Grauschleier in der Restauration und macht Füllungsgränder unsichtbar.

**HRI** Vereinfacht die Schichttechnik und reduziert die Behandlungszeit. Für direkte und indirekte Restaurationen.



Klinische Fälle: Prof. Dr. L. Vanini

## ENAMEL<sup>plus</sup> HRI

HRI hat die gleichen Eigenschaften wie natürlicher Zahnschmelz: es abradert gleichermaßen, d.h. es wird dünner und transparenter. Zudem überzeugt es aufgrund der unkomplizierten Farbauswahl, der einfachen Verarbeitung und der hervorragenden Polierbarkeit. Enamel plus HRI ist sowohl für Front- als auch für Seitenzahnrestorationen geeignet. Fragen Sie uns nach praktischen Arbeitskursen zur Komposit-Schichttechnik.



**LOSER & CO**  
öfter mal was Gutes...



LOSER & CO GMBH • VERTRIEB VON DENTALPRODUKTEN  
BENZSTRASSE 1c, D-51381 LEVERKUSEN  
TEL.: +49 (0) 21 71/70 66 66 • FAX: +49 (0) 21 71/70 66 66  
www.loser.de • info@loser.de