

Der Patient entscheidet selbst

Zahnärzte sollten sich des Werts ihrer Arbeit bewusst sein

Qualität hat ihren Preis. Auch in der Zahnarztpraxis. Doch vielen Zahnärzten fällt es schwer, Patienten den Wert ihrer Arbeit zu vermitteln. Schließlich sind sie Heilberufler und keine Verkäufer. Kommunikationstrainerin Julia Kamleiter gibt im Gespräch mit BZB-Redakteurin Katja Voigt Tipps, wie Zahnärzte Preise am besten kommunizieren, welche Rolle die Körpersprache spielt und wie sie am besten mit preisreagiblen Patienten umgehen.

BZB: Frau Kamleiter, nicht jeder ist zum „Verkäufer“ geboren. Welche Tipps haben Sie?

Kamleiter: Aus meiner Sicht ist das Grundlegende die innere Einstellung. Wenn die passt, ist vieles leichter. Wenn ich mir als Zahnarzt denke: Ach der arme Patient, dann werde ich mir schwertun, sie oder ihn von der Notwendigkeit einer Leistung, beispielsweise einer professionellen Zahnreinigung, zu überzeugen. Einem armen Leidenden, denn das heißt ja „Patient“ übersetzt, Geld aus der Tasche zu ziehen, ist schwierig. Das will zu Recht niemand. Wenn mir aber bewusst ist, dass ich vor mir einen mündigen Patienten habe, der in seine Gesundheit investiert, dann ist das einfacher. Die meisten Patienten, die zu einem Zahnarzt kommen, sind ja mündig. Sie entscheiden täglich selbst, ob sie ihre Brötchen beim Bäcker oder beim Discounter kaufen oder ob sie einen Pullover von einem Exklusiv-



Foto: privat

„Zahnärzte müssen es sich wert sein, für Leistungen, die die Krankenkasse nicht übernimmt, Geld zu verlangen. Und nicht denken: Oh Gott, jetzt muss ich da Geld verlangen“, sagt Kommunikationsexpertin Julia Kamleiter.

designer oder von der Stange kaufen. Zudem sind Menschen, die wenig Geld haben, tagtäglich damit konfrontiert, dass sie sich gewisse Dinge nicht leisten können. Das ist aus moralischer Sicht schade, aber nun mal die Realität. Und zwar auch im ärztlichen und zahnärztlichen Bereich: Der Patient entscheidet selbst, was er sich leisten kann und will und was nicht.

Der zweite Punkt ist: Zahnärzte müssen es sich wert sein, für Leistungen, die die Krankenkasse nicht übernimmt, Geld zu verlangen. Und nicht denken: Oh Gott, jetzt muss ich da Geld verlangen. Ich erlebe oft, dass Zahnärzte als Bittsteller auftreten und sich aus einem schlechten Gewissen heraus kleiner machen als sie sind. Es geht aber darum, den Patienten zu vermitteln: Hey, wir haben ein Produkt, um das es geht und das ist Ihre Zahngesundheit. Ich möchte dann immer sagen: Sie haben das Gesundheitssystem nicht gemacht und brauchen daher auch kein schlechtes Gewissen haben, wenn Sie für Ihre Arbeit Zuzahlungen verlangen.

BZB: Wie überzeugt man Patienten, dass es sich bei zahnärztlichen Leistungen um eine Investition in die Gesundheit handelt?

Kamleiter: Mein Tipp hier: Nutzen Sie die Fragetechnik. Wenn beispielsweise ein Zahn ersetzt werden muss, dann fragen Sie Ihren Patienten erst ein-



Foto: KZVB

„Wenn der Preis zum zentralen Thema wird, dann geht es am Thema vorbei. Im Vordergrund sollte immer der Nutzen stehen, also was hat der Patient von dem höherwertigen Zahnersatz“, rät die Expertin.

mal: „Wie wichtig ist Ihnen die Qualität Ihres Zahnersatzes?“ statt zu sagen: „Ich habe hier was, was die Kasse bezahlt und dann habe ich was, was die Kasse nicht bezahlt. Was wollen Sie?“ Wenn der Preis zum zentralen Thema wird, dann geht es am Thema vorbei. Im Vordergrund sollte immer der Nutzen stehen. Was hat der Patient von der PZR, was hat er von dem höherwertigen Zahnersatz?

BZB: *Wie reagiert man denn am besten, wenn der Patient sagt: Bei Zahnarzt XY ist es aber billiger als bei Ihnen?*

Kamleiter: Sie können zum Beispiel antworten: „Jeder Zahnarzt hat seine Kalkulation. Wie der Kollege das günstiger macht, entzieht sich meiner Kenntnis. Bei mir bekommen Sie das und das und das.“ Bitte lenken Sie die Aufmerksamkeit auf IHRE Leistungen, ohne den Kollegen schlecht zu machen. Sie dürfen aber auch im Hinterkopf haben: Es muss ja einen Grund haben, dass der Patient bei mir sitzt und nicht beim Kollegen. Also, die Frage an den Patienten: „Wenn das bei XY so gut war, aus welchem Grund sitzen Sie dann hier?“, ist im Extremfall auch eine Möglichkeit.

BZB: *Welche Rolle spielen Rhetorik und Körpersprache im Überzeugungsgespräch?*

Kamleiter: Eine sehr wichtige. Streichen Sie das Wort „müssen“ aus Ihrem Sprachschatz! Formulierungen wie „das müssen Sie bezahlen, Sie müssen sich hinlegen, das muss ich nachschauen“ sorgen für Unmut in der Kommunikation. Das Wort „müssen“ richtet quasi Schaden an, denn das bedeutet: Ich muss, weil du es mir nicht wert bist, dass ich es gerne mache. Sagen Sie lieber: „Ihr eigener Anteil beträgt so und so viel, bitte legen Sie sich hin oder da schau ich mal nach.“

Auf der nonverbalen Ebene achten Sie bitte darauf, dass Gespräche auf Augenhöhe stattfinden. Wenn der Patient liegt und der Zahnarzt ist über ihm, dann vergrößert das die Kluft – der Gesunde ist der Überlegene, der Kranke ist der Unterlegene. Allgemein gilt, dass Gespräche über Investitionen auf dem Behandlungsstuhl nichts verloren haben. Diese sollten, wenn möglich, in einem extra Beratungszimmer stattfinden.

BZB: *Wie kommuniziert ein Zahnarzt den Preis einer Leistung richtig?*

Kamleiter: Wichtig ist, erst den Nutzen zu erarbeiten. Eben herauszustellen, was hat der Patient von der Entscheidung. Stellen Sie Fragen wie: „Wie



Gespräche über Investitionen sollten in einem extra Beratungszimmer stattfinden, nicht auf dem Behandlungsstuhl.

wichtig ist Ihnen, dass der Zahnersatz lange hält, dass man ihn nicht sieht, dass er nicht entnehmbar ist?“ Und wenn es um die tatsächliche Summe geht: „Der Gesamtpreis beträgt 1.000 Euro, Ihre Kasse übernimmt davon 400 Euro, den Restbetrag von 600 Euro bezahlen Sie selbst.“ Das klingt anders, als wenn man von vornherein sagt: Sie müssen 600 Euro dazubezahlen. So wirft der Zahnarzt zudem kein schlechtes Bild auf die Krankenkasse. Wichtig ist auch: Sprechen Sie nicht von Kosten, sondern von einem Preis oder einem Wert. Ihre Behandlung hat einen Wert von so und so viel klingt anders als: Ihre Behandlung kostet das und das.

BZB: *Es dauert sicher, bis man diese Regeln in seinem Alltag umsetzt?*

Kamleiter: Natürlich, es ist eine Umstellung. Aber es ist kein Hexenwerk. Und es lohnt sich, denn eines ist klar: Es ist nicht anzunehmen, dass die Krankenkassen in Zukunft mehr zahlen werden. Und eines ist auch sehr wichtig: Diese Veränderung betrifft das gesamte Unternehmen. Denn ich weiß aus Erfahrungen, dass die Beratungsgespräche, in denen es dann um den Preis geht, oft eine Helferin führt. Weil der Zahnarzt sagt: Ich bin kein Verkäufer, sondern Zahnarzt. Also ist das Ziel, dass das gesamte Praxisteam diese Kommunikationsregeln beachtet. Leider wird das Thema Kommunikation in der zahnärztlichen Ausbildung sträflich vernachlässigt, deswegen ist das Leben für die Zahnärzte schwer. Sie haben gelernt, wie man eine Füllung macht und ein Implantat setzt, aber das reicht in der heutigen Zeit leider nicht mehr aus.

BZB: *Herzlichen Dank für das Gespräch.*