

Gerhard F. Riegl

# Erfolgsfaktoren für die zahnärztliche Praxis

Innovatives Praxismarketing in  
der Zahnmedizin mit Patienten-  
& Zuweiserforschung

Zahnarzt-Imagestudie &  
Qualitätsmanagement  
Prophylaxe - Implantologie –  
Zuweiserkooperation

---

## Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie, detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

**Riegl, Gerhard F.**  
**Erfolgsfaktoren für die zahnärztliche Praxis**  
**ISBN: 978-3-926047-18-2**  
**Reihe: Gesundheitsmanagement, Band 12**

## IMPRESSUM

Prof. Dr. rer. pol. Gerhard F. Riegl  
D-86153 Augsburg, Provinostr. 11  
Tel. 0049 (0)821 / 567 144-0  
Fax 0049 (0)821 / 567 144-15  
[www.prof-riegl.de](http://www.prof-riegl.de)  
[info@prof-riegl.de](mailto:info@prof-riegl.de)

### **Konzeption, Inhalt, Koordination und Durchführung:**

Prof. Riegl & Partner GmbH (**PR.&P.®**)

### **Gestaltung und Satz:**

Prof. Riegl & Partner GmbH (**PR.&P.®**)  
Moritz Jacobs (Junior Art Director)  
Maximilian Müller (Grafik & Illustration)  
Bojan Wilytsch (Layout-Variationen)

### **Einbandgestaltung und Farbklima:**

2k kreativkonzept  
Gesellschaft für effektive Werbung mbH, Karlsruhe

### **Copyright:**

Verlag Prof. Riegl & Partner GmbH,  
Augsburg, Germany  
Alle Rechte vorbehalten

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in digitaler Form oder in elektronische Systeme.

### **Herstellung:**

1. Auflage  
Hofmann Druck  
Emmendinger Buch- und Offsetdruckerei  
Jürgen Hofmann, 79312 Emmendingen

Vorwort .....	9
---------------	---

## **1.0 NEUES STRATEGIEDENKEN IN DER ZAHNMEDIZIN ..... 11**

1.1 Neuordnung der Gesundheitsversorgung und Zahnmedizin .....	12
1.1.1 Strategiewechsel in der Zahnmedizin „Work smarter – not harder“ .....	18
1.1.2 Expertenkompetenz und Führungskompetenz für Zahnärzte .....	18
1.1.3 Wenn die bisherigen Erfolgsstrategien der Praxisführung versagen .....	19
1.2 Vier progressive Strategien für die Praxiszukunft .....	20
1.2.1 Markenmythos in der Zahnarztpraxis .....	21
1.2.2 Zielgruppenstrategien zur Veredelung des Praxiserfolgs .....	22
1.2.3 Augenblicke der Wahrheit beim Prozessmanagement .....	23
1.2.4 Menschlichkeit als die Wettbewerbsprofilierung .....	24
1.3 Excellence in der Zahnmedizin .....	26
1.3.1 Beste Patientenorientierung als Steigerung zur Kundenorientierung .....	26
1.3.2 Zufriedenheitsmanagement als Erfolgsfaktor für Zahnärzte .....	31
1.3.3 Glücksstrategien als Erfolgsfaktor im zahnärztlichen Bereich .....	37
1.3.4 Wertschöpfungen mit Markenzahnmedizin.....	39

## **2.0 STUDIENBASIS & ERGEBNISSE DER IMAGEFORSCHUNG ..... 45**

2.1 Basis der Dental-Imagestudien .....	46
2.1.1 Design der Patientenstudien und Studiensteckbriefe .....	46
2.1.2 Design der Zuweiserstudie und Studiensteckbrief .....	48
2.2 Image und Qualitätsergebnisse für Zahnärzte.....	50
2.2.1 Positive Imagepolitik bei Patienten und Zuweisern .....	50
2.2.2 Zahnarztimage bei Patienten.....	53
2.2.3 Qualitätsmanagement nach den Ergebnissen der Patientenstudie .....	61
2.2.4 Schwerpunkt: Image und Qualitätsmanagement in der Zahnprophylaxe ...	64
2.3 Image und Qualitätsergebnisse für Implantologen .....	86
2.3.1 Ruf der Implantologen bei Zuweisern.....	69
2.3.2 Qualitätsmanagement nach den Ergebnissen der Zuweiserstudie .....	73

## 3.0 MASTERPLAN FÜR ZAHNÄRZTLICHES MARKETING ..... 79

3.1 Artgerechtes Marketing nach den zahnmedizinischen Erfolgsregeln .....	80
3.2 Systematik zum individuellen zahnärztlichen Qualitätsmarketing .....	82
3.2.1 Visionen zur eigenen idealen Zahnarztpraxis .....	83
3.2.2 Diagnosen und Benchmarking zur idealen Zahnarztpraxis .....	84
3.2.3 Strategien und Qualitätssterne zur idealen Zahnarztpraxis .....	86
3.2.4 Werbung und Selbstdarstellung für die ideale Zahnarztpraxis.....	94
3.2.5 Behandlungen mit Markenqualität in der idealen Zahnarztpraxis .....	94
3.2.6 Mit Teamarbeit zur idealen Zahnarztpraxis .....	95
3.3 Strategische Zielgebiete für zahnärztliches Qualitätsmarketing .....	96
3.3.1 Gewinnung idealer Patienten und Zuweiser als Erfolgsprinzip .....	97
3.3.2 Umgang mit Patienten und Zuweisern als Erfolgsprinzip.....	97
3.3.3 Bindung idealer Patienten und Zuweiser als Erfolgsprinzip .....	98

## 4.0 ERFOLGSPRINZIP »PATIENTENGEWINNUNG & ZUWEISERAKQUISE« ..... 101

4.1 Zielgruppen für Zahnmediziner .....	104
4.1.1 Patientenzielgruppen im Dentalbereich.....	108
4.1.2 Zuweiserzielgruppen für Implantologen .....	114
4.2 Regionales Geo-Marketing im Dentalbereich .....	122
4.2.1 Patientenherkunft und Gewinnung von Patienten .....	124
4.2.2 Zuweiserherkunft und Gewinnung von Zuweisern.....	133
4.3 Werbung zur Gewinnung von Patienten und Zuweisern .....	142
4.3.1 Werbung bei Patienten.....	143
4.3.2 Internetwerbung in der Zahnmedizin .....	149
4.3.3 Neue Kommunikationsformen für Zahnarztpraxen .....	151
4.3.4 Grass Root Working für zahnärztliche Praxisteam.....	156
4.3.5 Werbung bei Zuweisern .....	162

# 5.0 ERFOLGSPRINZIP »PRAXISERLEBNIS & KOLLEGIALE KOOPERATION« ..... 169

5.1 Schlüsselerlebnisse von Patienten und Kollegen.....	171
5.1.1 Augenblicke der Wahrheit in der Praxis aus Sicht der Patienten .....	173
5.1.2 Augenblicke der Wahrheit bei Kooperationen aus Sicht der Zuweiser....	178
5.2 Verbesserungspotenziale in Zahnarztpraxen aus Sicht der Patienten.....	182
5.3 Erfolgsfaktor Praxisorganisation.....	187
5.3.1 Terminmanagement bei Zahnärzten.....	188
5.3.2 Ideale Praxiszeiten für Patienten .....	190
5.3.3 Positiv gefühlte Wartezeiten .....	190
5.4 Erfolgsfaktoren Telefon und Empfang in der zahnärztlichen Praxis.....	195
5.4.1 Telefonleitung als Nabelschnur nach außen.....	195
5.4.2 Empfang in der Praxis als Visitenkarte der zahnärztlichen Kompetenz....	196
5.5 Erfolgsfaktor Wartezonen in der zahnärztlichen Praxis .....	200
5.6 Erfolgsfaktoren beim Behandlungsmanagement in der zahnärztlichen Praxis.....	202
5.6.1 Atmosphäre der Räume als Erfolgsfaktor.....	204
5.6.2 Zahnärztliche Untersuchung als Erfolgsfaktor.....	208
5.6.3 Zahnärztliche Behandlungsqualität als Erfolgsfaktor .....	209
5.6.4 Prophylaxekompetenz als Erfolgsfaktor.....	211
5.6.5 Prothetikkompetenz in Verbindung mit Zahntechnik als Erfolgsfaktor .....	212
5.6.6 Zahnarzt- und Teamqualität als Erfolgsfaktor.....	213
5.7 Erfolgsfaktor Beratung in der zahnärztlichen Praxis.....	218
5.7.1 Beratungswünsche der Patienten .....	220
5.7.2 Ideale Beratung zur Prophylaxe.....	221
5.7.3 Ideale Beratung zur Implantatversorgung .....	224
5.7.4 Finanzielle Beratungen für Patienten .....	227
5.7.5 Beratungsart und Hilfsmittel nach dem Wunsch der Patienten.....	228
5.7.6 Idealer Entscheidungsablauf für Patienten in der Praxis bei Zahnersatz ..	232
5.7.7 Regel- und Komfortversorgungswünsche der Patienten.....	234
5.8 Zusammenarbeit mit Zuweisern unter Marketingaspekten .....	238

## **6.0 ERFOLGSPRINZIP »PATIENTENBINDUNG & ZUWEISERPFLEGE« ..... 247**

6.1 Vermessung der Patientenbindungen an zahnärztliche Praxen .....	252
6.1.1 Patientenbindung durch Terminvereinbarungen .....	252
6.1.2 Häufigbesucher der zahnärztlichen Praxis.....	253
6.1.3 Weiterempfehlung als Erfolgsindikator für gute Praxisbindung.....	255
6.2 Vermessung der Zuweiserbindungen an Implantologen .....	256
6.2.1 Anreize zur Bindung von Zuweisern .....	256
6.2.2 Fünf Kernkompetenzen zur Zuweiserbindung .....	257
6.3 Dosierung der Maßnahmen zur Bindung der richtigen Patienten .....	258
6.3.1 Patiententypologie und Bindungsstrategien.....	258
6.3.2 Exitmanagement bei Patienten ohne Vertrauen.....	261
6.4 Zukunftsorientierte Bindung von Patienten an die Praxis .....	262
6.4.1 Patienten mit der Praxis nachhaltig verbinden.....	262
6.4.2 Zahnarztpraxen als „Third Place“ für Patienten .....	263

## **7.0 QUINTESSENZEN ZU DEN ERFOLGSFAKTOREN ..... 269**

## **8.0 ANHANG: DATENGRUNDLAGEN ZUM STUDIEN- & ZUKUNFTSWERK ..... 279**

8.1 Steckbriefe, Repräsentativität, Patientenanalysen & Praxisbesonderheiten.....	280
8.2 Imagedaten der Zahnarztpraxis (Patienten Allgemeine Zahnmedizin) .....	288
8.3 Imagedaten der Prophylaxe-Zahnarztpraxis (Patientenbefragung) .....	289
8.4 Imagedaten der Implantologen (Zuweiserbefragung) .....	290
8.5 Definitionslexikon Patientenforschung mit Tabellen aus 56 000 Evaluationen (148 Seiten) .....	291
8.6 Definitionslexikon Zuweiserforschung mit Tabellen aus 3300 Evaluationen (78 Seiten) .....	445
8.7 Stichwortverzeichnis.....	527

# ERFOLGS FAKTOREN

## für die zahnärztliche Praxis

### Innovatives Praxismarketing in der Zahnmedizin mit Patienten- & Zuweiserforschung

Zahnarzt-Imagestudie & Qualitäts-Management  
Prophylaxe — Implantologie — Zuweiserkooperation

#### Das Neue und Besondere an diesem Ideen- und Zukunftswerk

- Zielführender Überblick zu wissenschaftlich fundierten Erfolgsfaktoren für Zahnärzte und Implantologen.  
Basis 60 000 Befragungen und 30 Jahren Branchenmonitoring
- Internet und neue Medien werden auch für Zahnärzte immer wichtiger, aber anders als gedacht
- Nachhaltige zahnärztliche Qualitätssicherung erfordert auch nachhaltige Patientenorientierung und gegebenenfalls entsprechende Zuweiserorientierung mit guten Qualitätsindikatoren
- Priorität hat die Pflege vertrauensvoller belastbarer Patienten-Zahnarzt-Beziehungen. Aber genauso wichtig kann für beide Seiten die diplomatische Trennung von subjektiv unlösbaren Fällen bei unerreichbarer Vertrauensbasis sein (Exit-Management).
- Neue Spielregeln und Strategien für patientengerechte Systemveränderungen in der Zahnmedizin mit der Kunst des richtigen und wohl dosierten Marketing.

#### Wie Sie durch dieses Werk unmittelbar profitieren:

- Wettbewerbsvorsprung für Querdenker durch sofort anwendbare Erfolgsideen aus dem Reich der neuesten Patienten- und Zuweiserforschung
- Empfehlungen zum systematischen Masterplan für Ihr zahnärztliches Praxismarketing oder für Ihr Zuweisermarketing als Spezialist
- Anwendung der Erfolgsfaktoren, auf die es bei der Gewinnung Ihrer idealen Patienten oder Zuweiser ankommt
- Professionelle Gestaltung Ihrer zahnärztlichen Selbstdarstellung mit neuartiger Werbung, neuen Medien und Internet nach berufsgerechten Erfolgsprinzipien
- Einsatz hoch wirksamer Erfolgsfaktoren für Ihren beeindruckenden und wertschöpfenden Umgang mit treuen Patienten oder Zuweisern

#### Entstehung des Werkes:

Dieses Ideen-, Studien- und Zukunftswerk ist durch 30-jährige Beratungs- und Forschungsarbeit sowie jahrzehntelangen Erfahrungsaustausch mit den besten Zahnärzten, Chirurgen, Praxismitarbeiterinnen, Zahntechnikern und Trendsettern im Dentalbereich entstanden. Der Verfasser und wissenschaftliche Leiter der umfangreichen Institutsuntersuchungen mit 60 000 Evaluationen, auch international, Prof. Dr. G. Riegl, ist Marketingdozent an der Hochschule Augsburg und gilt als Wegbereiter des professionellen zahnärztlichen Marketing im deutschsprachigen Raum.

#### Erfolgsfaktoren für die zahnärztliche Praxis

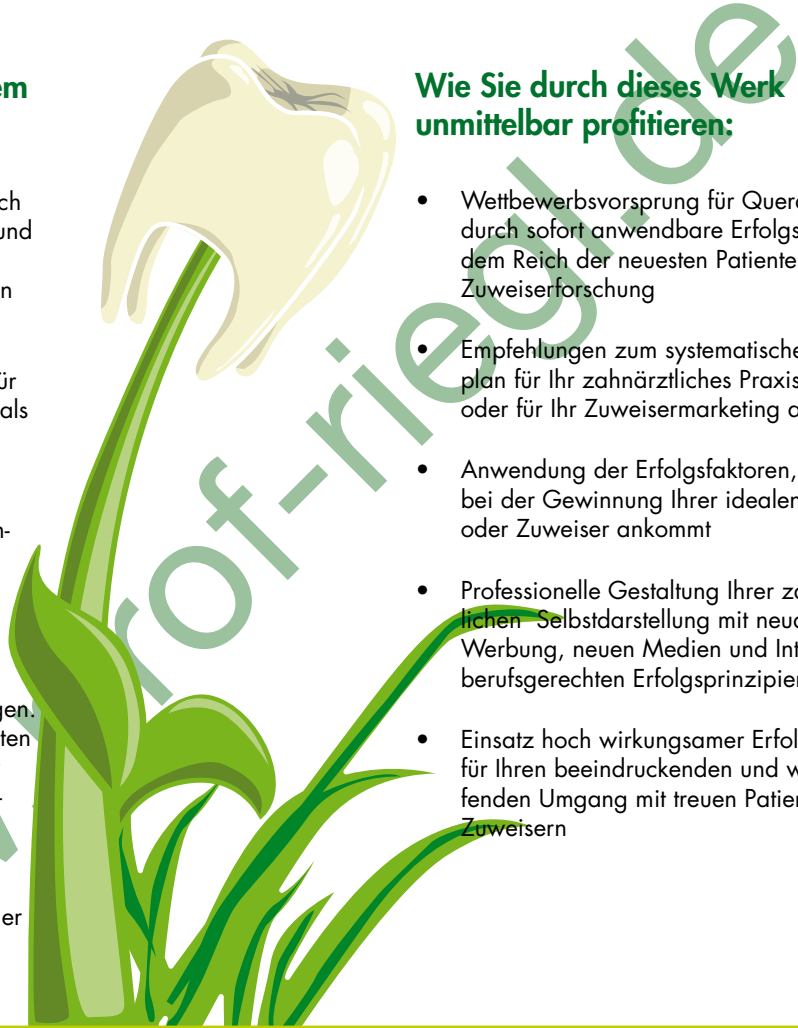
Verfasser: Prof. Dr. Gerhard F. Riegl  
Umfang: 539 Seiten, 200 Abb., Atlasformat, mehrfarbig  
Inklusive Tabellenteil (200 Seiten) zum Image von Zahnärzten und Spezialisten

#### Expresslieferung (im Inland portofrei!)

Verlag Prof. Riegl & Partner  
Provinosstraße 11, D-86153 Augsburg  
Telefon 0049(0)821-567144-0  
Fax 0049(0)821-567144-15

Bestellnummer: ISBN 978-3-926047-18-2  
Preis: 99 Euro (CHF 149)

[www.prof-riegl.de](http://www.prof-riegl.de)



# BESTELLCOUPON

Bitte ausfüllen und per Fax 0049(0)821-567144-15 oder per Post oder [info@prof-riegl.de](mailto:info@prof-riegl.de) an den Verlag Prof. Riegl & Partner senden

Ja, bitte liefern Sie mir/uns ..... Exemplar(e) des Ideen-, Zukunfts- und Grundlagenwerkes

## ERFOLGS FAKTOREN

für die zahnärztliche Praxis  
von Gerhard F. Riegl

Innovatives Praxismarketing in der Zahnmedizin mit Patienten- & Zuweiserforschung  
Zahnarzt-Imagestudie & Qualitäts-Management  
Prophylaxe – Implantologie – Zuweiserkooperation  
auf der Basis von 60 000 Befragungen

Preis je Exemplar **99 Euro** (CHF 149)  
Bestellnummer ISBN 978-3-926047-18-2  
Im Inland portfrei

Verlag Prof. Riegl & Partner  
Provinstraße 11  
D 86153 Augsburg

de

Name \_\_\_\_\_

Telefon / Fax / mail \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_

Straße / Nr. \_\_\_\_\_

PLZ / Ort /  
Land (falls außer Deutschland) \_\_\_\_\_

Datum \_\_\_\_\_ Unterschrift 



Für Ihre praktische Anwendung in der eigenen Praxis  
**Senden Sie mir Infos zum Dental-Benchmarking**

- Qualitätsmanagement der Meisterklasse
- Gewinnbringende Praxisanalyse für Teammitglieder und für Patienten durch Patientenbefragung
- Einen einzigartigen Praxis-Vergleichstest in der Region

Bequemer, schneller und Patienten beeindruckender Einstieg in das eigene Qualitätsprogramm (2011 Pflicht)

Info per Post oder Fax **0049(0)821-567144-15** oder  
Mail: **[info@prof-riegl.de](mailto:info@prof-riegl.de)** anfordern!  
Stempel und Namen oben nicht vergessen

Ihr Stempel 

## Weitere Studien und Werke aus der **PR.&P.**-Reihe Gesundheitsmanagement ([www.prof-riegl.de](http://www.prof-riegl.de))

Riegl, G.F.: Zahnarztpraxis als Center of Excellence (3. Auflage 2003)  
ISBN 978-3-926 047-15-1, EUR 49,- (CHF 75,-)

Riegl, G. F.: Krankenhausmarketing und Qualitätsmanagement  
ISBN 978-3-926047-12-0, Euro 125,- (CHF 190,-)

Riegl, G. F.: Apotheken Novum (2009)  
ISBN 978-3-926047-17-5, Euro 99,- (CHF 149,-)

Riegl, G. F.: Ideale Kinderklinik  
ISBN 978-3-926047-13-7, Euro 49,- (CHF 75,-)

Riegl, G. F.: Erfolgsfaktoren in der Apotheke  
(2. Auflage 2004)  
ISBN 978-3-926047-16-8, Euro 49,- (CHF 75,-)

Riegl, G. F.: Ideale zukunftssichere Geburtsklinik  
ISBN 978-3-926047-11-3, Euro 49,- (CHF 75,-)

Riegl, G. F.: Das Image der deutschen Apotheke (1995)  
ISBN 978-3-926047-09-0, Euro 15,- (CHF 25,-)

Riegl, G. F.: Ideales reproduktionsmedizinisches Zentrum  
ISBN 978-3-926047-14-4, Euro 49,- (CHF 75,-)

Riegl, G. F.: Marketing für die Arztpraxis, Neuauflage geplant  
ISBN 978-3-926047-03-8, vergriffen