

Stippvisite Praxissteuerung, Dres. Alamouti und Melchior, Köln

Wirtschaftlich führen ohne Zeitaufwand

| Antje Isbaner

Sie sind jung, ambitioniert und seit 2009 ein erfolgversprechendes Team mit Praxis in Köln. Dr. Cyrus Alamouti und Dr. André Melchior sind sehr gut ausgebildet und ideenreich beim Aufbau ihres Patientenstamms. Sie denken unternehmerisch und steuern ihr Unternehmen mit PraxisNavigation® von Prof. Dr. Bischoff & Partner.

Große sandfarbene Feinsteinzeugplatten auf dem Boden, weiß und schilfgrün gehaltene Wände, eine Naturbruchsteinwand und das Licht, das durch die Fensterfassade hineinströmt, schaffen ein helles und gleichsam warmes Ambiente. Sowohl Architektur als auch Einrichtung der Praxis korrespondieren mit der runden Außenfassade des Gebäudes im Kölner Mediapark. Und es verwundert nicht, dass die Praxis bereits in ihrem Gründungsjahr als eine der zehn schönsten Zahnarztpraxen Deutschlands mit dem Designpreis der ZWP ausgezeichnet wurde. „Bei der Praxisarchitektur haben wir großen Wert auf Transparenz gelegt“, erklärt Dr. Alamouti. Und Dr. Melchior ergänzt: „Vom offen gestalteten Wartezimmer aus bekommen unsere Patienten den

professionellen und dabei entspannten Praxisalltag hautnah mit. Hier gibt es keine Geheimnisse, und das schafft eine vertrauensvolle Atmosphäre.“

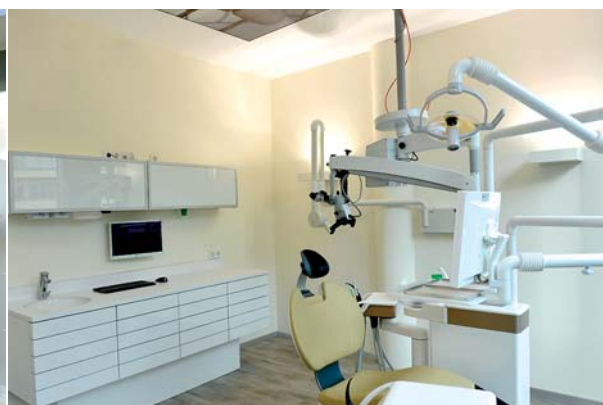
Insgesamt beschäftigt die Praxis sechs Mitarbeiterinnen und eine selbstständige Abrechnungsexpertin. Ein Meistertechniker arbeitet auf eigene Rechnung. Die Tätigkeitsschwerpunkte sind Endodontie, Funktionsdiagnostik und deren interdisziplinäre Therapie. Also ein kleines Unternehmen. Aber Betriebswirte sind die beiden Zahnärzte, die sich seit Kindertagen aus ihrer Geburtsstadt Remscheid kennen, nicht und wollen es auch nicht werden. „Wir haben in der Gründungsphase sehr viel gelernt, was die wirtschaftliche Seite der Praxis angeht“, meint Melchior, „aber wir wollten einen Weg finden, die Praxis wirtschaftlich zu führen, ohne

dass uns dadurch viel Zeit und Geld verloren geht.“ Über Kollegen kamen sie schließlich zu Professor Bischoff und waren von der Kombination Finanzbuchhaltung und Praxissteuerung angetan. „So banal es klingen mag“, sagt Alamouti, „aber einer der Gründe, warum wir uns für PraxisNavigation® entschieden haben, war der, dass man das heute eben so macht. Wir arbeiten beide leidenschaftlich gerne als Zahnärzte und sind froh, dass wir jetzt mit wenig Zeitaufwand und überschaubarem betriebswirtschaftlichem Know-how unsere Praxis unternehmerisch führen können.“

So sehen die beiden Zahnärzte auf einen Blick, wie sich die Einnahmen und Kosten ihrer Praxis in den vergangenen Quartalen entwickelt haben. Gibt es saisonale Schwankungen? Steigen die



Empfangs- und Wartebereich der Praxis Dres. Alamouti Et Melchior.



Ein Blick in einen der Behandlungsräume der Praxis.

Einnahmen wie geplant? Wie entwickeln sich die Kosten? „Gerade im Kostenbereich“, so Melchior, „gibt uns der Vergleich mit anderen Praxen Orientierung. Anhand dieser Tabelle sehen wir zum Beispiel, ob wir bei den Materialkosten, der Personalkostenquote, den Finanzierungskosten oder Abschreibungen zu hoch liegen. Die einzelne Position hinterfragen wir anhand weiterer Detailgrafiken genauer und wissen dann recht schnell, was zu tun ist.“



Die Praxisinhaber (v.l.n.r.): Dr. Cyrus Alamouti, Dr. André Melchior

Mit Concept Kopfmedizin-Köln, der medizinischen Kooperationsgemeinschaft von Zahnärzten, Osteopathen und Orthopäden haben die Praxisinhaber die Möglichkeit geschaffen, Patienten interdisziplinär und ganzheitlich unter einem Dach zu behandeln. Dazu Alamouti: „Wer hier von seinen Kopfschmerzen befreit wird, bleibt häufig auch unser Patient in der Praxis.“ Der als Privatpraxis geführte Bereich wird separat in PraxisNavigation® ausgewiesen, um die Wirtschaftlichkeit im Blick zu halten.

Als Spezialisten für Endodontie führen die beiden mikroskopgestützte Wurzelbehandlungen nach neuesten internationalen Standards durch und haben sich über diese Leistung bereits ein Überweisernetzwerk aufgebaut. Über Kollegenfortbildungen in der eigenen Praxis mit internationalen Referenten pflegen und bauen sie es aus. „Der Endobereich macht einen großen Teil unseres Umsatzes aus. Um diesen Bereich weiter zu optimieren, erarbeiten wir mit Professor Bischoff gerade eine Sonderauswertung“, erklärt Melchior. Über eine solche verfügt die Praxis bereits im Prophylaxebereich. „Danach rechnet sich unser Praxis-Shop nicht wirklich. Doch weil dies ein wichtiger

Service ist, verzichten wir nicht darauf – auch wenn es sich nicht ‚rechnet‘“, erklärt Alamouti. Darüber hinaus treten die beiden Zahnärzte in Fernsehsendungen auf, veröffentlichen Artikel in der Fach- und Publikumspresse, schalten Anzeigen und organisieren Veranstaltungen für Zielgruppen, wie z.B. für Kinder. Über welche Schiene wie viele Patienten kommen, sagt ihnen die Empfängerstatistik im Steuerungsbericht.

In der Aufbauphase sei es auch wichtig, die eigene Produktivität zu kennen. „Es gibt Tage, da hat man subjektiv das Gefühl, unheimlich viel gearbeitet zu haben, aber die Einnahmen sind gering. Dann gibt es wieder Tage, da hat man das gegenteilige Gefühl, und trotzdem wurde Umsatz generiert. Dafür muss man ein Gefühl bekommen“, meint Alamouti. Dabei hilft der Tagesumsatz aus dem Abrechnungsprogramm und am Ende des Quartals der Bericht. Er zeigt, welche Behandlungsbereiche besonders gut gelaufen sind und wie sich die jeweilige Wertschöpfung darstellt. Denn viel Umsatz heißt ja nicht zwangsläufig viel Gewinn. „Für uns ist es wichtig, von Anfang an produktiv zu arbeiten. Die Kosten der Praxis je Stunde im Vergleich zum zahnärztlichen Honorar je Stunde zeigen uns auf einen Blick, ob wir auf dem richtigen Weg sind“, so Melchior.

Auf die Frage, ob sie sich vorstellen könnten, ohne PraxisNavigation® zu arbeiten, schmunzeln beide: „Wir haben keine Erfahrung mit betriebswirtschaftlichen Standardauswertungen, von denen ältere Kollegen hin und wieder berichten. Also wissen wir wahrscheinlich gar nicht, wie gut wir es haben“, lacht Alamouti. Und auch Melchior ist die Vorstellung fremd, „stundenlang über Zahlen zu sitzen. Das wäre doch auch unternehmerisch völliger Unsinn, da ich die Zeit doch viel profitabler als Zahnarzt einsetzen kann.“ Der persönliche Kontakt zu den Fachleuten bei Professor Bischoff aber ist beiden sehr wichtig, denn „die Leute kennen sich aus, verstehen unsere Fragen, denken mit und entwickeln Lösungen mit uns, oft am Telefon. Das gibt uns ein gutes Gefühl.“

* Mehr Informationen zum Produkt unter www.bischoffundpartner.de oder Telefon: 0800/9 12 84 00

1/3
AZ