



Zielgruppenanalyse

Zahnärzte

**Status, Bedarf und Lösungen:
Chancen zur Spezialisierung**

Nicole Gerwert

VersicherungsJournal

VersicherungsJournal Verlag GmbH
Rathausstraße 15, 22926 Ahrensburg, Deutschland
Telefon: +49 (0)4102 7777880
E-Mail: kontakt@versicherungsjournal.de
www.versicherungsjournal.de

VersicherungsJournal-Zielgruppenanalyse

Nicole Gerwert
Zielgruppenanalyse Zahnärzte
Status, Bedarf und Lösungen: Chancen zur Spezialisierung

ISBN dieser Version: 978-3-938226-47-6

Titelbild: © CandyBox Images / Fotolia.com
Porträt der Autorin: Elena Erašmy, www.lichthalle-krefeld.de
Lektorat und Gestaltung: Myrto Anna Rieger

Copyright 2017 by:

Nicole Gerwert und VersicherungsJournal Verlag GmbH
Jeglicher Nachdruck und jede Verwertung der Inhalte – auch
auszugsweise – sowohl in gedruckter Form als auch in elektronischen
Medien bedürfen der schriftlichen Genehmigung durch den Verlag.

Inhalt

Vorwort	VII
Einleitung.....	15
I. Annäherung an die Zielgruppe	20
1. Der Vermittler im Expertenstatus.....	20
1.1. Warum eine Zielgruppendefinition notwendig ist	20
1.2. Konsequenzen der Spezialisierung: das Netzwerk	21
1.3. Keine Angst vor Kompetenzverlust	23
2. Alleinstellungsmerkmale der Personengruppe	26
2.1. Finanzen: Mit was und wie ein Zahnarzt rechnet	26
2.2. Der Zahnarzt – ein (verkanntes) Multitalent	30
2.3. Zielgruppenansprache	31
3. Der berufliche Werdegang.....	34
3.1. Das Zahnmedizinstudium.....	34
3.2. Berufsstart und Weiterbildungszeit	37
4. Die Feminisierung der Zahnarztwelt.....	40
4.1. Ein Berufsbild mit männlichen Attributen	40
4.2. Die Entwicklung des Zahnarztmarktes – beeinflusst von der Feminisierung?	42
4.3. Zu den Folgen der höheren Frauenquote.....	46
4.4. Hürden in der Karriereplanung: das Mutterschutzgesetz...	47
4.5. Versicherungsschutz speziell für Frauen	52
II. Berufsordnung und Standesrecht.....	54

1. Exkurs: Sozialversicherung	54
2. Die Zahnärztekammern und ihre Aufgaben.....	55
2.1. Die Landes Zahnärztekammern	55
2.2. Die Bundeszahnärztekammer.....	57
2.3. Die Bundesversammlung	58
2.4. Die Kassenzahnärztlichen Vereinigungen.....	59
2.5. Ein Beispiel der Selbstverwaltung.....	61
3. Das Versorgungswerk der Zahnärztekammer	63
3.1. Das Finanzierungssystem	65
3.2. Anwartschaften in der Deutschen Rentenversicherung....	66
3.3. Beiträge und Rentenzahlungen	68
3.4. Rentenniveau.....	69
a) Der Vergleich mit der privaten Altersvorsorge.....	70
b) Ein kurzes Wort zur Berufsunfähigkeitsrente.....	72
III. Die Zahnarzthaftung.....	74
1. Zur Gesetzeslage.....	74
2. Der Tarifumfang bei der Berufshaftpflicht	75
3. Über die vertragliche und deliktische Haftung	79
4. Behandlungsfehler durch den Zahnarzt	81
4.1. Behandlungssituation.....	81
4.2. Aufklärungspflichtverletzung	83
4.3. Zur Verjährung.....	83
5. Erweiterter Strafrechtsschutz.....	85
6. Erfüllungsschäden	85

7. Schadensbeispiele in der Berufshaftpflicht	89
8. Verhaltensregeln im Schadensfall.....	94
9. Ermittlung der Personenschaden-Sterbetafel.....	100
IV. Praxisversicherungen.....	103
1. Praxisinventarversicherung.....	103
1.1. Unterversicherung – allgemein.....	103
1.2. Unterversicherung – Nachträgliche Kürzung der Versicherungssumme.....	104
1.3. Klausel: Unterversicherungsverzicht.....	105
1.4. Unterversicherung – Enthftung des Vermittlers über die Anbieterwahl.....	105
1.5. Ermittlung der Versicherungssumme.....	107
1.6. Schadenregulierung.....	108
1.7. Zeitwertentschädigung vs. Neuwertentschädigung	108
a) Zur Definition und Ermittlung des Zeitwerts.....	109
b) Die Definition und Ermittlung des Neuwerts	110
1.8. Besonderheiten in der Zahnarztpraxis.....	112
a) Teure Geräte.....	112
b) Sicherungsanforderungen.....	113
c) Einbruchschaden.....	113
d) Leitungswasserschaden.....	116
2. Die Betriebsunterbrechung	121
3. Elektronikversicherung.....	123
3.1. Überspannungsschäden.....	125
3.2. Ungeschicklichkeit / Bedienungsfehler	128
3.3. Versicherungssummen und Höchstersatzleistungen.....	130
3.4. Cyberversicherung.....	133

4. Praxisausfallversicherung	137
4.1. Entgehender Betriebsgewinn und fortlaufende Kosten...	138
4.2. Fortlaufende Kosten	139
4.3. Betriebskostenübernahme bei Berufsausübungsgemeinschaften	140
4.4. Vertreterkosten	142
4.5. Praxisausfall- vs. Krankentagegeldversicherung	143
4.6. Praxisausfallversicherung vs. Berufsunfähigkeitsrente ...	144
5. Rechtsschutzversicherung	145
5.1. Besonderheiten des beruflichen Rechtsschutzes für den Zahnarzt in eigener Praxis	148
a) Behandlung bzw. Dienstvertrag – Patientenkontakt	148
b) Werkvertrag – Zahntechniker (wenn Fremdlabor)	149
c) Arbeitsverträge	150
5.2. Bundeszahnärztekammer – Vorgaben aus dem Zahnheilkundengesetz	150
5.3. Kassenzahnärztliche Vereinigung und Krankenkassen ...	154
5.4. Bedarfsanalyse	155
Schlusswort	157
Danksagung	160
Anhang	162
Checkliste für das Versicherungsportfolio von Zahnärzten	162
1. Versicherungen für den angestellten Zahnarzt	162
2. Versicherungen für den niedergelassenen Zahnarzt	163
3. Versicherungen für die Privatperson im Zusammenhang mit der beruflichen Ausübung	167
Über die Autorin	168

Einleitung

Finanz-, Wirtschafts- und Versicherungsberatung braucht Vertrauen. Vertrauen entwickelt sich durch die Präsentation von Fachwissen – aber auch durch den Nachweis von Beratungskunst, die zu beherrschen notwendig ist, will man eine spezielle Zielgruppe betreuen.

Deshalb ist der Schlüssel für eine erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen dem Zahnarzt und dem Versicherungsvermittler die Kombination von fundiertem Fachwissen und der Kenntnis über die gängigen Themen, die einen Zahnarzt beschäftigen. Dieses Expertentum bildet die Grundlage für eine fundierte Beratung.

Was Prävention, Diagnose und Therapie für den Zahnarzt darstellen, das sind in der Wirtschaftsberatung und Versicherungsvermittlung die Bereiche Analyse, Beratung und Umsetzung.

Gerade zu Beginn einer Spezialisierung eines Vermittlers bestehen in der Regel Zweifel, ob die konsequente Verfolgung des gewählten Weges richtig ist. Somit werden häufig die Türen zu anderen Märkten nicht ganz geschlossen oder es wird kurzerhand aus dem bestehenden Unternehmen einfach ein zweites mit Dental-Label gegründet.

Welche Vorteile aber eine konsequente Spezialisierung hat, möchte ich Ihnen in diesem Buch aufzeigen und Ihnen vorneweg von meinem eigenen Weg berichten.

Bereits im Jahr 2008 ging ich direkt nach Beendigung meines Wirtschaftsstudiums mit dem Schwerpunkt Finanzdienstleistung in die Selbstständigkeit. Dabei baute ich mir gezielt mein Know-how für das Beratungsfeld der Finanzdienstleistungen für Zahnmediziner auf.

Von Beginn an war es mein Wunsch, meinen Kunden vollumfänglich zu verstehen. Deshalb habe ich mich intensiv in die Belange der Zielgruppe eingearbeitet. Für mich ergab es sich als natürliche und

logische Konsequenz, dass ich diesen Zeitaufwand nicht für alle potenziellen Akademiker-Kunden am Markt aufbringen kann.

Aussagen wie „Von einer Zielgruppe kann man nicht leben“ habe ich damals in meinem jugendlichen Leichtsinn und meiner angeborenen Sturheit schlichtweg ignoriert. Durch Unterstützung meines damaligen Mentors und weitere Unterstützer aus meinem damaligen Unternehmen, bei dem ich eine hervorragende fachliche Ausbildung als Maklerin nach § 84 HGB genoss, konnte ich schnell und qualifiziert zur Spezialistin heranwachsen.

Im Übrigen habe ich mich damals für die Zielgruppe Zahnärzte entschieden, weil mich dieses Berufsfeld von Beginn an gepackt hatte. Mich beeindruckte das große Spielfeld für den Berater von Versicherungs- bis Betriebswirtschaftsthemen.

Ferner durfte ich über Hospitationen bei erfahrenen Beratern erleben, dass der Zahnarzt an sich sehr strukturiert, geradlinig und „auf den Punkt“ ist – was meinen eigenen Beratungsstil widerspiegelt. Der Zahnarzt fordert Präzision und Ehrlichkeit, belohnt dies aber auch mit Vertrauen in die Beratung.

Als dann bei mir das Thema der Honorarberatung für die Gründungsphase bei Zahnärzten und die Führung von Zahnarztpraxen immer mehr an Fahrt aufnahm und mein Wunsch zur Weiterentwicklung dieser Geschäftsfelder stetig wuchs, entflammte schließlich der Gedanke, eine eigene Wirtschaftsberatung zu gründen.

Am 1. Juni 2015 fiel nun der Startschuss für einen eigenständigen Weg mit der Gründung des Unternehmens *Wirtschaftsberatung für Zahnärzte*. Mit dieser Wirtschafts- und Finanzberatung sowie Niederlassungs- und Praxisberatung konzentriere ich mich auf die Beratung von Assistenz Zahnärzten, angestellten Zahnärzten, niederlassungswilligen und niedergelassenen Zahnärzten.

Alles in allem berate ich seit mittlerweile acht Jahren konsequent die Zielgruppe der Zahnärzte. Für mich hat sich die oben angesprochene Sturheit, also die Spezialisierung, gelohnt. Ich arbeite mit einem großen Netzwerk von Beratern jeglicher Couleur aus der Dentalbranche zusammen.

In der Dentalwelt fühle ich mich wohl und werde dort, wie auch von meinen Kunden, als Expertin für Finanzdienstleistung und weitere Themen wahrgenommen.

Aus diesem Grund möchte ich auch Sie mit Hilfe dieses Buches zu einer Spezialisierung motivieren oder mich Ihnen an dieser Stelle als Expertin für Ihr Netzwerk vorstellen.

Oft trifft man in Zahnarztpraxen auf Berater anderer Zielgruppen, die sich jedoch nur aufgrund der Provisions- oder Umsatzaussichten dort „festgebissen“ haben. Die Versicherungsthemen werden dann sträflich vernachlässigt oder zum Teil fehlerhaft umgesetzt. Nach der Devise: „Lieber selbst machen als über einen dementsprechenden Versicherungsexperten für diese Materie, um nicht das Mandat zu verlieren“.

An dieser Stelle ist es angebracht, zum Miteinander in der Beraterbranche aufzurufen und die Scheu vor dem Teilen von Kunden zu nehmen.

Dieser Ansatz zur Kooperation gilt auch bei der Beratung eines Assistenzzahnarztes oder eines angestellten Zahnarztes. Das Wissen über die Branche schafft bei diesen berechtigtes Vertrauen in die Zusammenarbeit und kann für eine gemeinsame Beratung durch Sie und einen Experten Mehrwerte schaffen.

Seit dem 1. Juni 2015 bin ich ebenfalls als freie Maklerin (§ 93 HGB) und Expertin für die Beratung von Zahnärzten ein Teil der von Buddenbrock Gruppe. Hier hat die oben beschriebene Vorgehensweise sogar einen Namen: Expertenlogik!

Das Modell Expertenlogik der von Buddenbrock Gruppe ist einfach. Jeder Kunde hat einen zentralen Berater als Ansprechpartner. Darüber hinausgehend steht jedem Kunden durch den kollektiven Austausch der einzelnen Berater das gebündelte Know-how aus jedem nur erdenklichen Spezialbereich zur Verfügung.

Ein übergeordnetes Ziel, welches ich mit diesem Buch verfolge, ist, für die Zahnärzteschaft das Vertrauen in die Beratung zurückzugewinnen durch fachlich gut und für die Zielgruppe speziell ausgebildete Berater.

Hier kann dieses Buches natürlich nur ein Anstoß sein. Aber wegen dieses übergeordneten Ziels freue ich mich, dass mir das Heilwessennetzwerk RM eG in der Zusammenarbeit mit dem Bildungsinstitut Perspectivum und der Industrie- und Handelskammer (IHK) die Chance gibt, mein Wissen über den Zahnarzt und die dazugehörigen Sachversicherungen als Dozentin im Lehrgang „Berater/in Heilwessen (IHK)“ weiterzugeben.

Natürlich gibt es nicht nur den einen Weg zum Ziel und auch ich bin noch nicht am Ende meines Lernens. Daher würde ich mich sehr über einen fachlichen Austausch mit meinen Lesern und konstruktive Kritik zum Inhalt meines Buches freuen.

Es richtet sich zwar in erster Linie an Versicherungsmakler, die eine Zielgruppenspezialisierung für den Zahnarztmarkt fokussieren und sich somit eine homogene Kundschaft schaffen möchten. Dennoch freue ich mich über jeden Zahnarzt, der dieses Buch liest und sich ggf. an der einen oder anderen Stelle wiederfindet.

Auch aus der Perspektive der Zahnmediziner dürfte es ein Zugewinn für eine etwaige Zusammenarbeit sein, einmal den Blickwinkel eines Beraters einzunehmen. Möglicherweise wächst der Respekt für das Versicherungsgeschäft. Zusätzlich erhalten sie die Gelegenheit, ihren eigenen Berater künftig mit dem hier gewonnenen Wissen auf den Zahn zu fühlen.

Übrigens möchte ich an dieser Stelle einen kleinen Hinweis zur „Anrede“ geben. Ich bitte um Ihr Verständnis, dass ich im gesamten Buch sowie in der bereits gelesenen Einleitung auf eine Unterscheidung zwischen männlicher und weiblicher Anrede verzichtet habe. Diese Vorgehensweise soll allein den Lesefluss unterstützen.

Ebenfalls im Sinne des Leseflusses habe ich mich dem einheitlichen Sprachgebrauch meines Verlags, des VersicherungsJournal-Verlags, angeschlossen und spreche einheitlich von „Kunden“.

Meine Kunden bezeichne ich selbst im Berufsalltag liebevoll als „Mandanten“. Durch meine harte Zeit des Vokabelpaukens im Lateinunterricht verbinde ich dieses Wort mit „Vertrauen“ (mandare = anvertrauen). Vertrauen ist für mich das Wertvollste, das mir im Berufsalltag entgegengebracht werden kann.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen viel Freude mit meinem für Sie geschriebenen Buch „Zielgruppenanalyse Zahnärzte“ und erhoffe mir, dass das Buch seinen Nutzen – den Sie durch das Lesen zu erreichen hoffen – erfüllt.

Ferner freue ich mich stets über eine persönliche Kontaktaufnahme.

Ihre

Nicole Gerwert

Maria-Veen, Dezember 2016