

Sigrid Hertz-Eichenrode, geb. Basedow

Die Zahnarztpraxis der Zukunft

Im Spannungsdreieck Patient, gesetzliche Krankenkasse
und Praxisorganisation

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2003 Diplom.de
ISBN: 9783832473976

Sigrid Hertz-Eichenrode, geb. Basedow

Die Zahnarztpraxis der Zukunft

Im Spannungsdreieck Patient, gesetzliche Krankenkasse und Praxisorganisation

Sigrid Basedow

Die Zahnarztpraxis der Zukunft

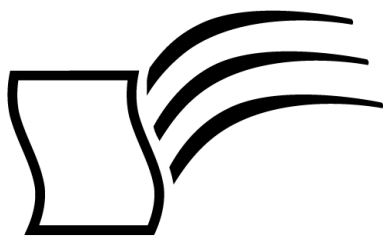
*Im Spannungsdreieck Patient, gesetzliche Krankenkasse
und Praxisorganisation*

Diplomarbeit

International School of Management (ISM) Dortmund

Fachbereich Internationale Betriebswirtschaftslehre

Abgabe April 2003



Diplom.de

Diplomica GmbH ———
Hermannstal 119k ———
22119 Hamburg ———

Fon: 040 / 655 99 20 ———
Fax: 040 / 655 99 222 ———

agentur@diplom.de ———
www.diplom.de ———

ID 7397

Basedow, Sigrid: Die Zahnarztpraxis der Zukunft - Im Spannungsdreieck Patient, gesetzliche Krankenkasse und Praxisorganisation

Hamburg: Diplomica GmbH, 2003

Zugl.: International School of Management (ISM) Dortmund, Fachhochschule, Diplomarbeit, 2003

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Diplomica GmbH

<http://www.diplom.de>, Hamburg 2003

Printed in Germany

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	III
Abkürzungsverzeichnis	IV
Symbolverzeichnis.....	VII
1. Einleitung.....	1
1.1. Problemstellung und Zielsetzung.....	1
1.2. Gang der Untersuchung	3
2. Grundlagen und Merkmale des Dienstleistungsmarketing	4
2.1. Begriffliche Abgrenzung des Marketing.....	4
2.2. Der Marketing-Mix	6
2.3. Definitiorische Erfassung des Dienstleistungsbegriffs	8
2.4. Die konstitutiven Merkmale einer Dienstleistung.....	9
2.5. Das Dienstleistungsmarketing.....	12
2.6. Aktivitätsbereiche im Dienstleistungsmarketing	14
2.7. Konsequenzen für eine wirksame Anwendung des Dienstleistungsmarketing.....	16
3. Die Bedeutung des Dienstleistungsmarketing für die Zahnarztpraxis in einem sich veränderten Spannungsdreieck	18
3.1. Dienstleistungsmarketing in der Zahnarztpraxis.....	18
3.2. Einflussfaktoren auf die Zahnarztpraxis: Der Gesundheitsmarkt im Wandel	20
3.3. Die gesetzliche Krankenkasse.....	24

3.4.	Der Patient.....	25
3.5.	Die Praxisorganisation	28
4.	Die Repositionierung der Zahnarztpraxis der Zukunft	31
4.1.	Strategie der Kostenführerschaft oder Differenzierung	31
4.2.	Profilierungspotentiale durch Zusatzleistungen: Die Mehrwert-Praxis der Zukunft.....	35
4.3.	Gesetzliche Rahmenbedingungen des zahnärztlichen Praxismarketing	38
4.4.	Das Kommunikationsmix der Zahnarztpraxis	42
4.4.1	Corporate Identity	45
4.4.2	Persönliche Kommunikation.....	48
4.4.3	Public Relation und Veranstaltungsmanagement.....	51
4.4.4	Gedruckte Praxisinformation	53
4.4.5	Multimediale Kommunikationsmedien.....	57
4.4.6	Das Dentallabor als Kommunikationspartner	59
5.	Schlussbemerkung und Ausblick.....	63
	Verzeichnis des Anhangs	67
	Anhang	68
	Literaturverzeichnis.....	88
	Eidesstattliche Erklärung.....	102

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Bewertungsschema für materielle Güter und Dienstleistungen.....	18
Abbildung 2: Das Spannungsdreieck der Zahnarztpraxis.....	24
Abbildung 3: Positionierungsstrategien einer Zahnarztpraxis	31
Abbildung 4: Abgrenzung des zahnärztlichen Leistungsangebots.....	35
Abbildung 5: Das Kommunikationsmix der Zahnarztpraxis	45
Abbildung 6: Das „erlebte“ Makroumfeld der Zahnarztpraxen	81
Abbildung 7: Positionierungen der Zahnarztpraxen	81
Abbildung 8: Angewandte Kommunikationsinstrumente der Zahnarztpraxen.....	82

Abkürzungsverzeichnis

A

Abs.	Absatz
Anm.	Anmerkung
Aufl.	Auflage

B

BÄK	Bundesärztekammer
BEMA	Bundeseinheitlicher Bewertungsmaßstab
BGB	Bürgerliches Gesetzbuch
BverfG	Bundesverfassungsgericht
BZÄK	Bundeszahnärztekammer
bzw.	beziehungsweise

C

CD	Compact Disc
----	--------------

D

d.h.	das heißt
DGZPW	Deutsche Gesellschaft für Zahnärztliche Prothetik und Werkstoffkunde e.V.
DVD	Digital Versatile Disc
DZW	Die Zahnarzt Woche

E

e.V.	eingetragener Verein
EDV	Elektronische Datenverarbeitung
Email	Electronic Mail
et al.	et alii

FAZ Frankfurter Allgemeine Zeitung

FTD Financial Times Deutschland

G

GKV Gesetzliche Krankenversicherung

GmbH Gesellschaft mit beschränkter Haftung

H

HKP Heil- und Kostenplan

Hrsg. Herausgeber

I

IDS Internationale Dental-Schau

IDZ Institut der Deutschen Zahnärzte

INFAS Institut für angewandte Sozialwissenschaft

J

Jhrg. Jahrgang

K

KZBV Kassenzahnärztliche Bundesvereinigung

M

MBO Musterberufsordnung

MBO-Ä Musterberufsordnung für Ärzte

N

Nr. Nummer

O

o.V. ohne Verfasser

o.J. ohne Jahr

P

PC Personal Computer

PR Public Relation

R

ROI Return on Investment

S

SZ Süddeutsche Zeitung

V

VDDI Verband der Deutschen Dental- Industrie e.V.

vgl. vergleiche

W

WHO World Health Organisation

WWW World Wide Web

Z

ZAHN PRAX ZAHNARZT & PRAXIS international

zm Zahnärztliche Mitteilungen

ZMK Magazin für Zahnheilkunde, Management und Kultur