



Fotos: Sandt

Das Interieur der Praxis KU64 gestaltete das Architekturbüro GRAFT, das schon für Stars wie Brad Pitt und Angelina Jolie gearbeitet hat. Einzige Vorgabe: „Nichts darf an eine Zahnarztpraxis erinnern.“

## Der Zahnarztthimmel über Berlin

Reportage-Serie, Teil VI: „Hollywood-Praxis“ am Ku'damm

*Um sich heutzutage als Zahnarzt erfolgreich zu positionieren, muss man entweder auf Masse setzen oder den Patienten etwas Außergewöhnliches bieten, meint Dr. Stephan Ziegler. Ein Besuch in seiner Praxis ist ein Erlebnis der Extra-Klasse. Das liegt vor allem an der zukunftsweisenden Architektur, serviceorientierten Mitarbeitern und einem starken Stück Woman-Power.*

**B**erlin Tegel im Mai – KU64, das klingt nach Club und nicht nach Praxis. Wir sind auf abgehobene Menschen eingestellt, da springt uns am Flughafen die geballte Herzlichkeit entgegen. Praxisgeschäftsführerin *Steffi Busse* strahlt den KZVB-Pressereferenten *Dr. Michael Gleau* an und berlinert: „Sind Sie der Doktor? Ich hab Sie schon im Internet jesehn.“ Busses Wagen steht auf dem Parkplatz „Nur für Busse“. „Wenn man so heißt wie ich, darf man det.“

Sie öffnet den Kofferraum, in dem Brötchen mit Eiersalat angerichtet sind. „Ham Sie Hunger? Die Schrippen kauf ich jeden Morgen aufm Weg zur Arbeit bei so 'ner Oma in Schorfheide.“

Am Ku'damm 64 fahren wir samt bodenständiger Schrippenplatte ins Obergeschoss. Von „2001 Odyssee im Weltraum“ bis zu „Dune, der Wüstenplanet“ – Assoziationen aus der Traumwelt Hollywood weckt die lichtdurchflutete Praxislandschaft. In sattem Gelb mit ein paar weißen Akzenten glänzen Decken, Böden und damit verschmolzene Raumteiler. Büros und Behandlungsräume sind einsehbar. Rezeption und „Wartelounge“ gehen ineinander über.

### **Fliegender Teebeutel**

Auf der Terrasse hüpft die fünfjährige Emily um eine Sonnenliege herum. Service-Manager *Uwe Meritz* bringt ihrer Mutter Sonnen-



brille, Latte Macchiato, den Anamnesebogen und einen Kugelschreiber mit herausgedrückter Mine, die er vorher getestet hat. Solche Feinheiten hat Meritz in einem Fünf-Sterne-Hotel gelernt. Busse beugt sich zu Emily herunter: „Kennst Du die Feen-Rakete?“ Mit Feuer und viel Hokusfokus bringt die Geschäftsführerin einen ausgeleerten Teebeutel zum Fliegen. Zahnarzt Dr. Peter Kienzle kommt zu Emily und ihrer Mutter auf die Terrasse. Er begrüßt sie mit Handschlag und Namen, denn er hat vorher auf seinem Bildschirm gelesen, wer wo wartet. Während Kienzle die beiden durch die Praxis führt, gibt Busse in den Praxis-PC ein, dass sie für Emily heute die Feen-Rakete gezaubert hat. Beim nächsten Besuch wird sie oder eine Kollegin Emily vorführen, wie „Springgummi Fridolina“ von einem Finger zum anderen springt. Den Trick hat das ganze Team geübt. Der Computer merkt sich Getränkewünsche, Lieblingsmusik ebenso wie „Schrullen“ und „Macken“ der Patienten, erklärt Busse. Wer bei der Behandlung einen Film sehen möchte, bekommt eine Videobrille mit Kopfhörer. Dauert der Film länger als die Behandlung, wird der Service-Manager vor der nächsten Sitzung in die Videothek gegenüber laufen und die DVD besorgen, damit der Patient den Film zu Ende schauen kann. „Patientenbindung ist uns wichtiger als die Zahl neuer Patienten“, betont Busse. Und: „Kleine Aufmerksamkeiten sind nicht teuer. Irgendwann schreibe ich ein Buch über kostenloses Management.“

#### „Bank überfallen ging nicht“

Abgesehen von der Architektur, die – wie niemand leugnet – teuer war, lebt das Praxis-konzept in erster Linie von guten Einfällen. Ein Kommunikationsleitfaden, an dem alle mitarbeiten, gibt Antworten auf häufige Patientenfragen, zum Beispiel: „Bezahl ich dir hier etwa alles?“ Der Leitfaden rät zu schlagfertigen Antworten wie: „Ja, (...) wir mussten es von den Praxiseinnahmen bezahlen. Die Zahnärzte haben keinen Nebenjob! Bank überfallen ging auch nicht.“

Schon als Dr. Stephan Ziegler seine Praxis noch in Wilmersdorf hatte, ist das Team jedes Jahr vier Tage verreist. Viele Ideen für die neue Praxis entstanden 2003 an der Algarve. Einmal im Monat tauschen sich Zahnärzte

und Management in einer Konferenz aus. Ein wöchentlicher „Praxis-Ticker“ hält das Team auf dem Laufenden. „Jeder hier wusste, dass Sie heute kommen“, verrät uns Busse. Die Mitarbeiter sind in viele Entscheidungen eingebunden, vor allem in die Personalauswahl, denn: „Es reicht nicht nur gut zu sein, man muss auch nett sein.“

Unternehmerisches Denken wird gefördert, etwa durch den Praxisladen „Smileprophys“, an dessen Gewinn die Mitarbeiterinnen beteiligt sind. Das Wort „Helferin“ ist hier verpönt. „Warum nicht gleich Stuhlschwester?“ fragt Busse. „Front-Office-Managerin im KU64 klingt doch cooler.“

#### Zähne werden schlafen gelegt

Im Behandlungszimmer klettert Emily zielstrebig auf den Stuhl. Die Instrumente, mit denen sie heute in Berührung kommt, sind Spiegel, Wasser- und Luftsprayer. Kienzle sprüht ihr etwas Luft in die Haare, sie lächelt. „Soll ich Dir ein Foto von Deinen Zähnen machen?“ Mit der Intraoralkamera zeigt Kienzle zwei kariöse Stellen, die behandelt werden müssen. Emily fragt: „Tut das dann weh?“ „Wir legen die Zähne vorher schlafen, dann tut es nicht weh.“ Diese Formulierung ist kein spontaner Einfall des Zahnarztes, sie gehört zum „Wording“ der Praxis, das alle Mitarbeiter beherrschen. Kienzles Assistentin hält Emily eine Dose Gel unter die Nase, mit dem die Stelle zur Lokalanästhesie bei der nächsten Behandlung eingerieben wird. „Das riecht lecker nach Erdbeer.“



Zauberei gehört zum Service: Patientin Emily wundert sich über die „Feen-Rakete“, einen Teebeutel, den Geschäftsführerin Steffi Busse zum Fliegen bringt.



Auch negatives Feedback kommt vor. Einmal war das Terminmanagement bei einem Patienten schief gelaufen. Busse hat ihn um eine zweite Chance gebeten. „Niemand bekommt eine zweite Chance“, antwortete er. Busse blieb hartnäckig und ist stolz auf das Ergebnis: „Inzwischen ist er einer unserer besten Patienten. Er empfiehlt uns weiter.“

Wenngleich die Klientel bunt gemischt ist – von der Schülerin bis zum Manager, von der Bioladen-Stammkundin bis zum Szenegänger – nicht jeder Patient passt ins Praxiskonzept. Rund die Hälfte ist privat versichert, die anderen nehmen auch Leistungen in Anspruch, die über den Kassenkatalog hinausgehen. 200 neue Patienten verzeichnet die Praxis pro Monat. Binnen einer Woche sollte jeder einen Termin bekommen. „Praktisch kein Patient verlässt die Praxis ohne einen neuen Termin“, sagt Busse. An sieben Tagen pro Woche ist die Praxis geöffnet – für die Geschäftsführerin kein Grund zum Meckern: „An Wochenenden geben viele Patienten mehr Geld aus. Sie haben in Ruhe gefrühstückt und sind in Einkaufsstimmung.“

### **Bohren im Schichtdienst**

Die neun Zahnärzte sind unterschiedlich spezialisiert. Sie decken das gesamte Spektrum ambulanter Leistungen ab – von Implantologie bis Kieferorthopädie. Die Zahnärzte und Managerinnen arbeiten nach einem ausgetüftelten Schichtsystem, zum Beispiel drei Tage 12 Stunden, dann haben sie eine Woche frei. Nach diesem System könnten sich jeweils drei Zahnärzte ein Behandlungszimmer teilen. Zur Zeit sind diese Kapazitäten nur zu 60 Prozent ausgelastet, aber immerhin: Seit dem Umzug der Praxis von Wilmersdorf an den Ku'damm im Jahr 2005 hat sich die Zahl der Mitarbeiter von 20 auf 40 verdoppelt. Auch Ziegler bohrt im Schichtdienst. In seinen „freien Wochen“ erledigt er den Papierkram.

### **Hingefallen, aufgestanden, gelernt**

Busse und Ziegler sind ein eingespieltes Tandem: Als er 1991 seine erste Praxis übernahm, war sie zunächst als Azubi mit dabei. „Ick bin det Herz, er ist der Kopf“, beschreibt Busse das Duo. Ziegler erzählt, er hatte schon eine Bar und – was uns besonders überrascht –



Busse und Ziegler – „Herz und Hirn“

einen Naturkostladen. Damit sei er Pleite gegangen. Aus dieser Niederlage hat er offenbar gelernt. Busse charakterisiert ihn als knallharten Unternehmer, der beim Einkauf feilscht. „Wir suchen grundsätzlich bundesweit nach dem kleinsten Preis.“

### **Alles, außer gewöhnlich**

Für Furore sorgte die Innenarchitektur von selbst. Hochglanzmagazine haben Fotostrecken davon gedruckt. Die Hollywoodpraxis kommt ohne klassische Werbung aus, aber nicht ohne andere Kommunikationsmaßnahmen. Von der Garantiekarte für Zahnersatz bis zur Homepage – alles ist im KU64-Gelb gestaltet. Das durchgängige Farb- und Designkonzept, der Praxisname „KU64 Die Zahnspezialisten“ und der Claim „Alles, außer gewöhnlich“ prägen sich durch ihren hohen Wiedererkennungswert ein.

Wir begeben uns per Aufzug wieder hinab auf den Berliner Boden der Tatsachen. War das real? Kann und darf es inmitten von Arbeitslosigkeit, Gesundheitsreformen und Knappheit der Mittel eine Hollywoodpraxis geben? Vieles mag schöner Schein sein, aber eines überzeugt: Die Menschen, denen wir dort begegnet sind, glauben an ihren Erfolg, und sie vermitteln Begeisterung, denn sie haben diese Traumwelt selbst mitgestaltet.

Julika Sandt