



Wie geil ist Geiz?

Give-aways in der Zahnmedizin oder Zahnmedizin als Give-away

Eine ungewöhnliche Entwicklung erfasst in den letzten Jahren immer mehr Bereiche unseres Lebens. Als Folge des härter werdenden weltweiten Wettbewerbs nimmt das Angebot an kostenlosen oder stark preisreduzierten Waren und Dienstleistungen zu – eine Herausforderung, auch für die Zahnmedizin.

Wir nutzen die Suchmaschinen google, yahoo, msn, wir nutzen E-Mails und das „free of charge“. Wir telefonieren weltweit kostenlos mit skype über das Internet. Voice over Internet Protokoll (VoIP) bietet unter Einsatz einer Webcam die Möglichkeit zu kostenlosen Videokonferenzen. Zeitschriften enthalten CD-ROMs, deren Inhalt den Preis der Zeitschrift vielfach übersteigt. Beim Neukauf eines Autos werden 6.000 Euro Prämie für den schrottreifen „Alten“ geboten. Fielmann bietet Brillen aus der „Nulltarif-Kollektion“ nach Abschluss einer Versicherung für 10 Euro Jahresprämie an. Die Entwicklung macht auch vor unserem Berufsstand nicht halt. Ein Mountainbike für den Abschluss eines KFO-Behandlungsvertrages? Eine prothetische Versorgung ohne Zuzahlung? Billig-Zahnersatz übers Internet?

Berufsstand am Scheideweg

Die bisher gültige banale Realität, dass es nichts auf dieser Welt umsonst gibt, gilt offensichtlich nicht mehr. Ironischerweise schaffen freie Märkte neue Märkte, die Waren und Dienstleistungen gratis anbieten. Typischerweise versuchen Staaten durch Subventionen politischen Einfluss zu gewinnen. In einer globalen Welt, die sich Wettbewerb und Innovationen auf die Fahnen schreibt, werden beide Parameter offensichtlich stark von einem „Kostenlos-Bereich“ beeinflusst. Es gibt zwar Gegenbewegungen, die diesen Trend umkehren: Die Musikbörse Napster ist ein derartiges Beispiel: Das Downloaden von

Musiktiteln ist mittlerweile durchgängig kostenpflichtig. T-Online und Spiegel-Online bieten Seiten, die nur nach Bezahlung heruntergeladen werden können. Insgesamt muss man aber feststellen, dass die Geiz-ist-geil-Mentalität in unserer Bevölkerung stark angestiegen ist und eine Generation herangewachsen ist, die ganz selbstverständlich Give-aways – kostenlose Geschenke – mitnimmt. Unser Berufsstand steht am Scheideweg, ob er diese Entwicklung mitmacht oder ob er Strategien entwickelt, um gegen diesen Trend anzusteuern. Die Einführung der Festzuschüsse und die Zurückhaltung der Patienten stellen sicherlich eine Gefahr dar, dass sich Zahnärzte durch Nachahmung eines weltweiten Trends – wenn auch nur kurzfristig – einen Wettbewerbsvorteil verschaffen. Die nächste Zeit wird zeigen, ob unser Berufsstand stark ist und den unvermeidlichen Wettbewerb besteht. Als Grundsatz möchte ich den Vorstandsvorsitzenden der Siemens AG, *Dr. Klaus Kleinfeld*, zitieren: „Um den Betrag, den wir Deutsche teurer sind, müssen wir einfach besser sein als die Konkurrenz um uns herum.“

Dr. Martin Reißig,
Stv. Vorsitzender des Vorstandes der KZVB

