

Leipzig, 30. Juni 2004



### Qualifizierungsszenario Prothetik: Möglichkeiten fehlt der Biss

Genauso breit wie das Thema Prothetik selbst ist auch das Angebot an Fortbildungen. Private Fortbildungsinstitute, Zahnärztekammern und vor allem die Dental-Industrie sorgen für ein kaum überschaubares Programm an ein-, zwei- und dreitägigen Seminaren, Symposien oder Workshops. Doch dem Bereich Prothetik fehlt auf Qualifikationsebene noch der Biss. An den deutschen Universitäten können zwar Zahnärzte über die DGZPW eine Weiterbildung zum Spezialisten absolvieren, aber Postgraduierten Programme für einen größeren Interessentenkreis fehlen. Ähnliche Situation bei den strukturierten Baustein-Fortbildungen: Hier gibt es nur wenige Veranstalter, die ein Curriculum durchführen. Mehr zum Qualifizierungsszenario Prothetik, zu Plänen einzelner Universitäten und zu dem Prothetikbedarf in den kommenden Jahren lesen Sie ab Seite 52.

### Das gewachsene Europa – Risiko und Chance für den Zahnarzt

- ★ Fünfundzwanzig Mitgliedsstaaten zählt die Europäische Union seit Mai 2004. Durch den Beitritt der zehn neuen Staaten eröffnet sich ein weitaus größerer Markt, den viele deutsche Zahnärzte aber eher als Bedrohung denn als Chance sehen. Die niedergelassenen Zahnärzte, hauptsächlich in den Grenzgebieten zu Polen und Tschechien, befürchten angesichts der Wettbewerbsvorteile der Zahnarztpraxen in den Beitrittsländern nicht ganz unbegründet eine Patientenabwanderung. Dieser Prozess ist jedoch schon seit langem im Gange und man hat sich jenseits unserer Grenzen sehr gut auf den Tag „X“ vorbereitet. Die Lohn- und Standortkosten für Zahnärzte sind in den osteuropäischen EU-Ländern deutlich niedriger als z. B. in Deutschland. Die Ausstattung in diesen Praxen und die Ausbildung des Personals allerdings stehen deutschen Standards inzwischen kaum nach. Man ist serviceorientiert und spricht deutsch! Die Zahnärzte in unserem Lande stehen nun also nicht nur wegen der gesundheitspolitischen Veränderungen unter Druck, sondern auch wegen einer kostengünstigeren, gut ausgebildeten und serviceorientierten Konkurrenz aus dem Ausland. Doch jede Krise beinhaltet auch Chancen. Zum einen wird der Prozess der Wandlung deutscher Zahnarztpraxen zu modernen, serviceorientierten und unternehmerisch handelnden Gesundheitsdienstleistern beschleunigt, zum anderen eröffnen sich für die deutschen Zahnärzte und ihre Fachgesellschaften große Chancen z. B. beim Know-how-Transfer. Nicht zuletzt haben deutsche Zahnärzte jetzt auch erweiterte Möglichkeiten der Berufsausübung im europäischen Ausland. Lesen Sie mehr zum Thema EU-Osterweiterung sowie zu einer aktuellen Entscheidung des Europäischen Gerichtshof (EuGH) ab Seite 24.

### Designpreis der Deutschen Zahnarztpraxen 2004

Es ist wieder einmal so weit. Die ZWP-Redaktion Zahnarzt Wirtschaft Praxis hat zum 3. Mal infolge aus zahlreichen Einsendungen die schönste Zahnarztpraxis Deutschlands ausgewählt. Kriterium für die Entscheidung war insbesondere das gelungene Zusammenspiel von Design und Funktion. Die hier vorgestellten Praxen zeigen, wie man dem Patienten schon durch die Erzeugung eines Wohlfühlambientes die Angst vor Zahnarztbesuchen nehmen und gleichzeitig sämtliche Praxisabläufe positiv beeinflussen kann.



Aus Bergen von Einsendungen wurden die zehn schönsten Praxen Deutschlands ausgewählt, die wir Ihnen im Supplement ZWP spezial „Praxiseinrichtungen“ mit Bildern und Berichten vorstellen.

### Ausschreibung Webseiten-Preis der deutschen Zahnarztpraxis 2004

Um Patienten anzusprechen und zu informieren, können Praxen heute vielfältige Wege wählen. Das Internet hat sich inzwischen zu einer wichtigen Plattform der Patientenkommunikation entwickelt. Viele Praxen verfügen heute bereits über interaktive Homepages, die sowohl über Praxisprofil und Tätigkeitsschwerpunkte informieren, es dem Patienten aber auch ermöglichen, z. B. Termine zu vereinbaren. Der Kreativität sind dabei oft keine Grenzen gesetzt. Doch ist alles, was aufwändig und inhaltsreich erstellt wird, auch wirklich gut? Lohnt es sich, eigene individuelle Homepages zu erstellen oder werden z. B. die künftig von einigen Fachgesellschaften als Mitgliederservice angebotenen standardisierten Homepages nicht wesentlich effizienter sein, da der Zahnarzt über Suchmaschinen und die Homepages der Fachgesellschaften viel leichter zu finden sein wird?

Aus diesem Grund sucht die ZWP-Redaktion Zahnarzt Wirtschaft Praxis erstmalig die zehn besten Praxis-Webseiten, über die wir im übernächsten Supplement ZWP spezial „Digitale Praxis“ berichten wollen.

Entscheidungskriterien, wie Menüführung, Seitenaufbau, Aktualität, Schnelligkeit beim Aufbau der Seiten und Informationsgehalt für die Patienten werden bei der Auswahl eine maßgebliche Rolle spielen.

Also nicht zögern, stellen Sie uns Ihre Webseite vor und füllen Sie dazu einfach den Coupon auf Seite 81 aus. Senden Sie uns diesen bis spätestens 25. August 2004 an die Oemus Media AG, Holbeinstr. 29, 04229 Leipzig, Fax: 03 41/4 84 74-2 90 zurück.