

kurz im fokus

Patientenansturm im Dezember

Deutsche Zahnärzte befürchten spätestens in der Vorweihnachtszeit einen Boom auf ihre Praxen. Grund: Vielen Patienten fällt erst in der letzten Minute ein, dass noch eine Kontrolluntersuchung beim Zahnarzt ansteht. Die Mediziner rechnen zum Jahresende wieder mit überfüllten Wartezimmern. Allein in Hamburg „fehlten“ zum Ende des dritten Quartals 130.000 Patienten beim Zahnarzt – so lautet die Prognose aus einer Presserklärung der Kassenzahnärztlichen Vereinigung Hamburg (KZV). Etlichen Patienten fällt aber erst zum Ende des Jahres auf, dass ihnen noch der Stempel in ihrem Bonusheft, durch den sie ihre Zahnarztbesuche nachweisen können, fehlt.

Bedeutung von eHealth steigt

Neue Kommunikationstechniken werden im Gesundheitssystem immer wichtiger. Das zeigt die Studie „Monitoring eHealth Deutschland 2005/2006“. Laut der Studie beurteilen 86 % der Verantwortlichen in Krankenhäusern und Kliniken sowie über 90 % der Verantwortlichen in Krankenkassen die Bedeutung von eHealth im Jahr 2008 mit „sehr hoch/hoch“. Aber: Über die Hälfte der befragten Ärzte, Apotheken und Patienten erwartet vom Einsatz der eHealth-Lösungen zwar eine verbesserte Verfügbarkeit, Aktualität und Transparenz von gesundheitsrelevanten Daten, befürchtet aber auch mehr Verwaltungsaufwand, höhere Kosten und eine verminderte Datensicherheit. Über 60 % der befragten Ärzte sehen einen hohen Nutzen des elektronischen Arztbriefes und der so genannten ePatientenakte. Der elektronischen Gesundheitskarte mit den bislang vorgesehenen Pflichtenwendungen attestiert jedoch nur ein Drittel der Ärzte einen hohen Nutzen.

Immer mehr ohne Krankenversicherung

Immer mehr Menschen in Deutschland haben keine Krankenversicherung. Nach einer kürzlich veröffentlichten Studie der gewerkschaftsnahen Hans-Böckler-Stiftung waren im Jahr 1995 105.000 Personen in Deutschland ohne Krankenversicherung, 2003 sind es 188.000 Menschen gewesen. Besonders die Zahl der Erwerbstätigen an der Gruppe der Nichtversicherten sei deutlich gestiegen. Ihr Anteil liege mittlerweile bei über 40 %. Darunter zahlreiche Selbstständige mit kleinem Einkommen und geringfügig Beschäftigte. Auch Geschiedene und Ausländer stünden überdurchschnittlich oft ohne Schutz da.

Studium

BLZK gegen Bachelor- und Masterabschlüsse

Bachelor- und Masterabschlüsse für die Studiengänge der Heilberufe Arzt, Zahnarzt und Apotheker lehnen Dr. H. Hellmut Koch, Präsident der Bayerischen Landesärztekammer (BLÄK), Michael Schwarz, Präsident der Bayerischen Landes Zahnärztekammer (BLZK) und Johannes Metzger, Präsident der Bayerischen Landesapothekerkammer (BLAK) kategorisch ab. Konkrete sprachen sie sich in München gegen die Implementierung eines solchen zweistufigen, modularen Studienganges in der ärztlichen, zahnärztlichen oder pharmazeutischen Ausbildung aus. So förderungswürdig die Entstehung eines europäischen Bildungsraumes sei, so fragwürdig er-

scheine der Versuch, Anpassungsprozesse im Bereich der Hochschul- und Universitätsausbildung für die Heilberufe mit ökonomischen Sachzwängen zu begründen. „Die Forderung nach kürzeren Ausbildungszeiten läuft Gefahr, die hohe Qualität der Zahnheilkunde in Deutschland, die auch im Ausland anerkannt ist, infrage zu stellen“, warnte Zahnärztekammer-Präsident Schwarz. „Unser Problem liegt heute doch nicht in der mangelnden Qualifikation der Zahnmedizin-Absolventen, sondern in einem Sozialversicherungssystem, das gut ausgebildete Ärzte und Zahnärzte mittlerweile zu tausenden ins Ausland abwandern lässt, weil dort die Arbeitsbedingungen günstiger sind.“

ANZEIGE



Buchvorstellung I

Die Zahnarztpraxis als Marke

Ist von einer Marke die Rede, denkt man an bekannte Namen von Automobilherstellern, Konsumgüter oder Lebensmitteln. Marken haben eine enorme Ausstrahlungskraft. Aber eine Praxis als Marke zu verstehen und zu führen – wie soll das funktionieren? Das Konzept der Marke ist einfach. Es beruht auf Qualität, Emotionalität, Einzigartigkeit und Unverzichtbarkeit. Diese Wettbewerbsvorteile sind heute entscheidend für alle erfolgsorientierte Unternehmer im Gesundheitsmarkt. Markenführung funktioniert für die Zahnarztpraxis genauso wie der Aufbau eines guten Rufes – nur eben nach einer anderen Vorgehensweise. Der Zahnarzt, der die Grundregeln der Markenführung

beachtet, kann erfolgreich eine eigenständige Marke etablieren und zur Nr. 1 im Kopf seiner Patienten werden. Er sorgt dafür, dass sich die gute Qualität und der Zusatznutzen seiner Praxis herumsprechen. Im November erscheint im Deutschen Zahnärzte Verlag das Buch „Die Zahnarztpraxis als Marke – Qualität sichtbar machen“. Es ist das erste Buch, das sich mit der Thematik der Markenführung für die Zahnarztpraxis fundiert beschäftigt. Es zeigt, wie vielschichtig das Vorgehen ist und worauf es bei der Praxismarke ankommt. Dabei fließen die langjährigen praktischen Erfahrungen der Autoren mit ein und sichern so die Praxisnähe und die Lebendigkeit des Buches.



Die Zahnarztpraxis als Marke – Qualität sichtbar machen

Prof. Helmut Börkircher und Dipl.-Wirtsch.-Ing. (FH) Sabine Nemeč (Herausgeber)

Deutscher Zahnärzte Verlag, Köln
ISBN 3-934280-80-3