

**[kurz im fokus]**

**Umsatzplus der deutschen Dental-Industrie**

Die deutsche Dental-Industrie verzeichnet für das Jahr 2006 ein Umsatzplus von fast neun Prozent. Insgesamt erwirtschafteten die 200 im Verband der Deutschen Dental-Industrie zusammengeschlossenen Unternehmen einen Gesamtumsatz von rund 3,5 Milliarden Euro, wie Verbandssprecher Markus Heibach mitteilte. Angesichts der allgemein positiven Wirtschaftsprognosen rechnet die Branche mit weiter steigenden Umsätzen. Die deutschen Zahntechniker blicken hingegen erneut auf ein schwieriges Geschäftsjahr zurück. Die Einführung der Festzuschüsse beim Zahnersatz habe vor zwei Jahren zu einem Umsatzrückgang von über 30 Prozent geführt, erklärte Innungs-Präsident Jürgen Schwichtenberg in Köln.

**Studie zum Qualitätsmanagement**

Die Pflicht, bis 2009 ein QM-System in der Praxis einzuführen, steht für Ärzte fest. Doch wie viel Zeit und Geld kostet das? Dies hat die repräsentative Studie „Qualitätsmanagement in der ärztlichen Praxis 2007“ der Gesellschaft für Gesundheitsmarktanalyse ermittelt. Die externen Kosten für die Einführung des QM hängen stark von dem verwendeten System ab, wobei DIN-ISO mit 5.600 Euro vergleichsweise aufwendig ist, EPA (1.800 Euro) und QEP (850 Euro) recht günstig sind. Im laufenden Betrieb betragen die Kosten zum Beispiel bei ISO im Mittel monatlich rund 160 Euro. Der Arbeitsaufwand beansprucht über durchschnittlich 37 Wochen den Praxisinhaber im Mittel 5,7 Stunden pro Woche und die Mitarbeiter 7,8 Stunden pro Woche. Unter [www.stiftung-gesundheit.de](http://www.stiftung-gesundheit.de) kann die Studie heruntergeladen werden.

**Stabile Kassenbeiträge 2007**

Die Bundesregierung geht für das laufende Jahr von stabilen Beitragssätzen in der Gesetzlichen Krankenversicherung (GKV) aus. Laut Ministeriumssprecher Klaus Vater könnten die Kassen in diesem Jahr dank der wirtschaftlichen Erholung mit einem Mehraufkommen von mindestens einer Milliarde Euro rechnen. Präzise Angaben über die Auswirkung der Konjunktur auf die Beitragseinnahmen im ersten Quartal seien im Mai oder Juni zu erwarten. Das durchschnittliche Beitragssatzniveau von 13,92 Prozent werde aber das ganze Jahr über halten, wenn nichts Gravierendes passiere, sagte Vater.

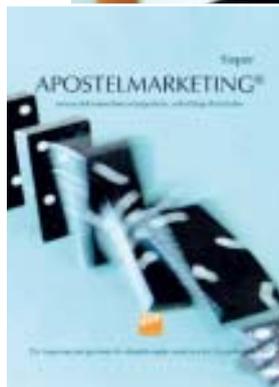
**[Buchrezension]**

**„Apostelmarketing“®**

Die Autoren Kerstin Sieper und Dr. Achim Sieper entwickeln eine Marketingmethode für Heilberufe, speziell für die niedergelassenen Heilberufe. Profanes Wettbewerbsverhalten wird mit Berufsethik und ärztlichen Pflichten in eine Übereinstimmung gebracht. Im Ergebnis wird moderne ärztliche Unternehmensethik in Praxisführung und Wettbewerb ausgebreitet. Dank der eingetretenen Liberalisierung des Berufsrechts kann der Zukunftsmarkt der Zahnmedizin wettbewerbsfähig in ein neues Aktionsfeld gestellt werden. Selbstbehauptung unter schwieriger gewordenen Bedingungen aber auf dem Boden ärztlicher Berufsethik. Es ist ein engagiert geschriebenes Buch, oft mit emotionalen Appellen versehen, die sich an ältere und jüngere Zahnarztgenerationen wenden. Allerdings weist das Buch – zwangsläufig – keine Imprimatur der berufenen Beobachter und Wächter korporativen Berufsrechts auf. Die lockere Auf-



Dr. Achim Sieper: „Apostelmarketing“ – Der Patient als Botschafter.



machung und Schreibweise wirken ansprechend, auch wenn Begründungen bisweilen weit ausholen (weil die Autoren als Querdenker branchenübergreifend Erfolgsmuster analysieren und auf die Gesundheitswirtschaft übertragen). Vor dem Hintergrund des stärkeren Wettbewerbs wird ein neues Marketingmodell, das Apostelmarketing, entwickelt, und in seinen praktischen Anwendungen erläutert. Apostelmarketing nach den Prinzipien von Wahrheit und Überzeugung schafft ursprüngliches Vertrauen und verbindet Arzt und Patient durch fachliche und soziale Kompetenz, Qualitätsbewusstsein, Authentizität und beruflichen Erfolg. Die Anforderungen an Praxisführung und an das gesamte Team einschließlich Labor sind hoch und müssen von allen Teammitgliedern erfüllt werden. Das Bild einer globalen Glaubhaftigkeits- und Glaubwürdigkeitsstruktur der Praxisorganisation erschafft eine Art Marke und setzt das Bild der Aposteltreue in der Patientennachfolge fort.

Ohne dass das Stichwort der Freiberuflichkeit in extenso eingewebt ist, werden alle Grundsätze der Freiberuflichkeit verwirklicht: persönliche Kompetenz, Initiative und Kreativität, persönliches Verantwortungsbewusstsein und persönliche Haftung, Menschlichkeit und Qualitätsverantwortung sowie Teamverantwortung. Damit werden die Werte und Kräfte freiberuflicher Existenz in ein modernes Aktionsfeld gestellt und erfahren mittels der Apostel-

bilder sinnvolle Bedeutung. Apostelmarketing ist ein anspruchsvolles Programm, ganz im Sinne von Frau Nölle-Neumann „Vertrauen siegt“. Die Methode erscheint in ihrer Konsequenz als Grundlage für dauerhafte Leistungsperformance, allerdings muss man hier mit Schwachstellen rechnen, wie es auch unter Aposteln Schwächlinge und Ausfälle gab. Insgesamt ein originelles, praxisbezogenes und leistungswertes Buch!

(Dr. Neumann-Wedekindt, Präsident der Bundeszahnärztekammer a.D.)

**Tipp:**

Die Autoren bieten für Zahnärzte und Dental-labore Themenseminare und Workshops zu dem Thema „Apostelmarketing® – Trends und Chancen für jede Praxis“ an. Weitere Informationen unter [www.all-dente.com](http://www.all-dente.com).

- Kerstin Sieper, Dr. Achim Sieper: „Apostelmarketing“®
- ALL DENTE Verlag GmbH
- 624 Seiten mit über 1.000 Abbildungen
- ISBN: 3-9808979-8-2

Für 119,00 Euro + Versand können Sie das Buch unter folgender Adresse bestellen:

**Oemus Media AG**  
**Holbeinstr. 29, 04229 Leipzig**  
**Tel.: 03 41/4 84 74-2 01**  
**Fax: 03 41/4 84 74-2 90**  
**E-Mail: [grasse@oemus-media.de](mailto:grasse@oemus-media.de)**  
**[www.oemus-media.de](http://www.oemus-media.de)**