ANBIETERINFORMATION*

Praxisorientierte Lösungen statt Investorenlogik

Schweizer Volldepot-Modell für mehr Wirtschaftlichkeit in der Zahnarztpraxis.

Die Schweizer Dentalbranche verändert sich spürbar. Viele Depots sind heute im Besitz von internationalen Konzernen. Entscheidungen werden dort zentral getroffen und der Fokus liegt häufig auf dem Umsatz am Quartalsende. Für Zahnarztpraxen bedeutet das: steigende Kosten und oft wenig Unterstützung bei der Frage, was wirtschaftlich für die Praxis wirklich sinnvoll ist.

Smart Dentist positioniert sich in diesem Umfeld bewusst anders. Als unabhängiges Unternehmen gehört Smart Dentist keiner Investorengruppe an, deren Fokus auf Gewinnmaximierung liegt. Smart Dentist ist ein Schweizer Unternehmen, das zu 100 Prozent im Besitz von Schweizer Zahnärzten ist, die selbst Praxen betreiben. Da steht nicht der Umsatz im Vordergrund, sondern der Praxisalltag der Kunden. Smart Dentist denkt bewusst langfristig und orientiert sich an den Bedürfnissen der Praxen. Das Ziel sind nachhaltige Kundenbeziehungen und nicht kurzfristige Renditen, welche von (internationalen) Investoren vorgegeben werden.

Bis heute haben sich über 1'000 Zahnarztpraxen in der Schweiz für Smart Dentist als ihr Depot und starken Partner zur Unterstützung des operativen Geschäfts in der Privatpraxis entschieden.

Im Fokus steht die Praxis und nicht die Rendite für Investoren.


© Smart Dentist

Am Schluss zählt nur eines: Was ist für die Praxis wirklich die wirtschaftlichste Lösung – heute und in Zukunft?

Einkauf, der mehr kann: Smart Points

Ein zentraler Bestandteil ist das Smart Points-System. Bei jedem Einkauf werden automatisch Punkte gutgeschrieben – ganz ohne zusätzlichen Aufwand. Was auf den ersten Blick wie ein klassisches Bonusprogramm wirkt, ist in der Praxis deutlich mehr: Die gesammelten Punkte lassen sich gezielt für Leistungen einsetzen, die im Praxisalltag ohnehin anfallen.

Ob Reparaturen, technische Services, Fortbildungen oder Unterstützung bei Praxisprojekten – der laufende Einkauf finanziert damit Leistungen mit, die sonst separat budgetiert werden müssten. Eine Praxis kann so beispielsweise notwendige Servicearbeiten oder Schulungen über bereits getätigte Einkäufe mitfinanzieren und entlastet dadurch direkt ihr Budget. Leistungen, die sonst separat budgetiert werden müssten, können so über den laufenden Einkauf mitfinanziert werden.

SmartPRO: Qualität und klare Konditionen

Ergänzt wird das Modell durch SmartPRO – entwickelt in Zusammenarbeit mit Karr Dental. Ausschliesslich Smart Dentist-Kunden erhalten Zugang zum exklusiven Premiumsortiment von Karr Dental – mit 15 Prozent Rabatt, was es sonst nirgends gibt – darunter Marken wie Geistlich, Curasept, The Wand, Helmut Zepf oder TRI.

Neben den finanziellen Vorteilen profitieren Praxen auch von klar definierten Konditionen, wie z. B. bei Servicetechnikern. Hinzu kommen persönliche Beratung sowie Gratis-Fortbildungen im Wert von bis zu CHF 1'755.– pro Jahr – ein Mehrwert, der über den reinen Produkteinkauf hinausgeht. SmartPRO-Kunden sind Praxisinhaber, welche sich stark auf die Wirtschaftlichkeit ihrer Praxis fokussieren.

Teil des Praxisteams – nicht nur Lieferant

Der grösste Unterschied zeigt sich im Alltag: Smart Dentist versteht sich nicht als Verkäufer von Produkten, sondern als Teil des erweiterten Praxisteams. Das bedeutet konkret: Bei technischen Problemen wird nicht automatisch ein neues Gerät empfohlen. Stattdessen wird gemeinsam mit unabhängigen Servicepartnern geprüft, ob das bestehende Gerät repariert werden kann – und welche Lösung technisch und wirtschaftlich die sinnvollste ist.

Gerade bei kostenintensiven Investitionen kann dieser Ansatz einen entscheidenden Unterschied machen. In vielen Fällen ist die Reparatur die deutlich wirtschaftlichere Lösung für eine Praxis – wird aber im klassischen Vertrieb oft gar nicht erst geprüft, weil eine Neuanschaffung für das Depot finanziell interessanter ist.

Rabatt ist nicht gleich Wirtschaftlichkeit

Auch im Materialeinkauf gilt: Ein Rabatt bedeutet nicht automatisch, dass ein Produkt tatsächlich günstiger ist – entscheidend ist immer, von welchem Ausgangspreis dieser berechnet wird, wie nachvollziehbar die Preisstruktur ist und ob Preise und Konditionen transparent vergleichbar sind.

Ein Modell mit klarer Haltung

Smart Dentist ist zu 100 Prozent im Besitz von Schweizer Praxisinhabern. Entscheidungen werden zugunsten der Praxen getroffen. Das Ergebnis ist kein klassisches Depot, sondern ein Modell, das Einkauf, Service und Praxisbetrieb verbindet und konsequent auf den wirtschaftlichen Erfolg der Privatpraxen ausgerichtet ist. DT

Smart Dentist AG
www.smartdentist.ch

Testen Sie den Smart Dentist noch heute!

smartdentist.ch | Kontaktformular | Smart Points | SmartPRO

* Die Beiträge in dieser Rubrik stammen von den Anbietern und spiegeln nicht die Meinung der Redaktion wider.

Kurz abgespült reicht nicht

Mundschutz kann zur Keimfalle werden.

Im Sport schützt ein Mundschutz Zähne, Zahnfleisch und Kiefer vor Verletzungen. Doch nach Training oder Spiel landet er oft nur kurz unter dem Wasserhahn oder direkt zurück in der Box. Eine Untersuchung zeigt nun, dass gebrauchte Mundschutze von Kindern deutlich stärker von Bakterien besiedelt sein können, vor allem wenn die Oberflächenrauigkeit durch Abnutzung zunimmt und die Reinigung zu knapp ausfällt.

Die kürzlich vorgestellte Studie der Swinburne University of Technology in Melbourne hat untersucht, wie stark Sportmundschutze und Aufbewahrungsboxen von Kindern bakteriell belastet sind. Dafür wurden Mundschutze, Boxen und Abstriche aus der Mundhöhle von zehn männlichen Australian-Football-Spielern im Alter von elf bis zwölf Jahren analysiert. Die Proben wurden vor einer Trainingseinheit genommen. Die Forschenden identifizierten kultivierbare Bakterien mittels 16S-rRNA-Sequenzierung und untersuchten ausserdem Biofilmbildung, Oberflächenrauigkeit und Reinigungsmethoden.

Insgesamt fanden die Forschenden 38 bakterielle Isolate aus 13 Gattungen. Am häufigsten wurde *Pseudomonas putida* nachgewiesen. Viele der Keime stammten eher aus der Umwelt als aus der Mundhöhle, was auf Kontamination durch Lagerung und Umgang mit dem Mundschutz hinweist. Die Mundhöhlenproben selbst zeigten dagegen eine deutlich geringere Vielfalt, vor allem mit *Staphylococcus* und *Streptococcus*.

Noch deutlicher wurde der Zusammenhang beim Material. Gebrauchte Mundschutze wiesen eine erheblich rauere Oberfläche auf als neue EVA-Materialien. Während neue Proben einen Rauigkeitswert von 0,713 Mikrometern zeigten, lagen gebrauchte Mundschutze nach einer Spielsaison bei 173,88 Mikrometern. In diesen kleinen Rillen und Unebenheiten konnten sich Bakterien leichter anlagern. Unter dem Rasterelektronenmikroskop zeigte sich auf beschädigten Oberflächen eine etwa achtfach höhere bakterielle Besiedlung.

Ein kurzes Abspülen unter Wasser entfernte in den Versuchen nur etwa 60 bis 70 Prozent der Bakterien. Mundspüllösungen mit Alkohol oder Wasserstoffperoxid sowie Reinigungstabletten schnitten besser ab, entfernten die Keime aber ebenfalls nicht vollständig. Am wirksamsten war die mechanische Reinigung mit Zahnbürste und Zahnpasta. Sie reduzierte die bakterielle Belastung um nahezu 98 Prozent. Heisst aber nicht, dass der Mundschutz selbst zum Problem wird. Er bleibt gerade in Kontaktsportarten ein wichtiger Schutz vor Zahn- und Kieferverletzungen. Die Studie zeigt vielmehr, dass Pflege und Aufbewahrung mitgedacht werden müssen. Nach dem Sport sollte der Mundschutz nicht nur kurz abgespült, sondern gründlich gereinigt, vollständig getrocknet und in einer sauberen, belüfteten Box aufbewahrt werden. Auch sichtbare Risse, raue Stellen oder ein schlechter Sitz sind Hinweise, den Mundschutz zu ersetzen. DT

Quelle: ZWP online

Zur Studie


© LimeSky – stock.adobe.com



Das ist GC.

Am 15. April markierte **GC** einen weiteren Meilenstein in seiner Firmengeschichte: Im Beisein internationaler Gäste, Partner und Branchenexperten feierte das Unternehmen in Leuven sein 105-jähriges Bestehen. Gleichzeitig wurden die erweiterten, hochmodernen Produktions- und Logistikanlagen eröffnet. **Das ist GC.**

Mehr lesen

Smile for the World
Since 1921
Towards Century of Health

GC Europe N.V.
www.gc.dental/europe/