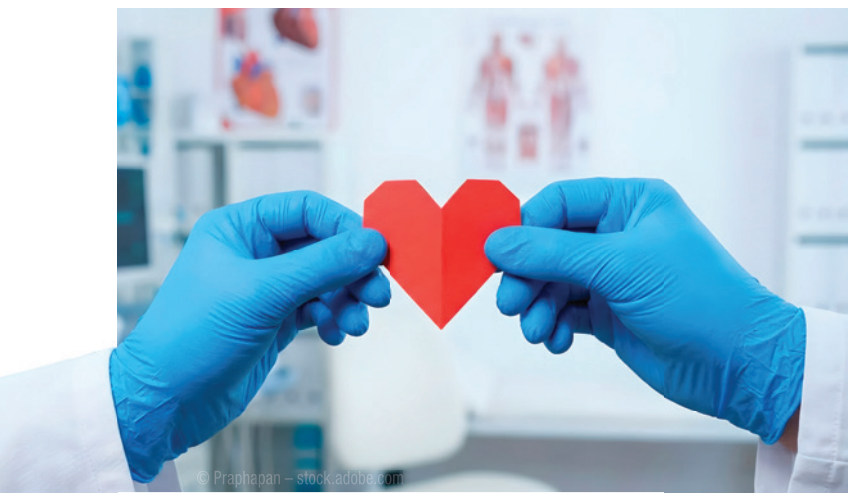
Emotionen schaffen Vertrauen

Ärzte dürfen Menschlichkeit zeigen.

BERN – Wenn Ärzte in Gesprächen über schwere Krankheiten eigene Emotionen zeigen oder passende persönliche Erfahrungen teilen, gelten sie als vertrauenswürdiger und mitfühlender, ohne an Professionalität einzubüssen. Das zeigt eine Studie der Universität Bern mit Befragten aus allen Sprachregionen der Schweiz.

Gespräche über eine Verschlechterung des Gesundheitszustands oder eine begrenzte Lebenszeit gehören zu den schwierigsten Situationen in der Medizin. Ärzte wurden bisher häufig dazu angehalten, sachlich und emotional zurückhaltend zu bleiben. Ob dies den Erwartungen der Bevölkerung entspricht, war jedoch unklar.

Für die vom Schweizerischen Nationalfonds finanzierte Studie versetzten sich 1'572 Personen in die Rolle eines Patienten mit fortgeschrittenem Lungenkrebs. Sie bewerteten insgesamt 7'250 Gesprächsszenarien, in denen unter anderem Erfahrung des Arztes, Gesprächsdauer, Klarheit, persönliche Beziehung und Emotionsausdruck variierten.



Die Ergebnisse zeigen: Erwähnt ein Arzt beispielsweise, dass eine nahestehende Person an derselben Krankheit litt, steigen die Bewertungen von Vertrauen, Mitgefühl und Professionalität. Besonders positiv wirkt es, wenn er Traurigkeit verbal ausdrückt und Tränen in den Augen hat. Das wahrgenommene Mitgefühl erhöhte sich dabei um bis zu fast zwei Punkte auf einer Skala von 0 bis 10. Die Professionalität wurde nicht schlechter bewertet. Dies galt auch bei kurzen Gesprächen, wenig Berufserfahrung oder fehlender vorheriger Beziehung zum Patienten.

Entscheidend ist, dass persönliche Offenheit zur Situation passt, authentisch wirkt und sich an den Bedürfnissen des Patienten orientiert. Die Forscher weisen darauf hin, dass die Studie auf hypothetischen Szenarien beruht und kulturelle Unterschiede nur begrenzt berücksichtigt.

Die Ergebnisse sprechen dafür, emotionale und zwischenmenschliche Fähigkeiten stärker in der medizinischen Aus- und Weiterbildung zu vermitteln. Patienten sollen sich ernst genommen und begleitet fühlen, während Ärzte lernen, mit den emotionalen Anforderungen ihres Berufs umzugehen. DT

Quelle: Universität Bern

ANZEIGE



Digitalisierung mit Mehrwert

Mehr Sicherheit, mehr Effizienz.

BERN – Digitalisierung ist kein Selbstzweck. Richtig eingesetzt erhöht sie die Patientensicherheit, vereinfacht Abläufe und senkt Kosten. In der Schweiz führen Medikationsprobleme jährlich zu rund 20'000 Spitalaufenthalten. Besonders an den Übergängen zwischen Behandlungen fehlen oft aktuelle Informationen. Durchgängig verfügbare digitale Medikationsdaten können Fehler und Schäden verhindern.



Zugleich verursachen inkompatible IT-Systeme und mehrfache Dokumentationen unnötigen Aufwand. Strukturierte Gesundheitsdaten, die sicher zwischen Systemen fliessen, reduzieren Rückfragen, Doppeluntersuchungen und administrative Umwege. Das jährliche Nutzenpotenzial einer elektronischen Gesundheitsakte mit E-Rezepten und E-Überweisungen liegt bei rund 1,2 Milliarden Franken.

Dafür braucht es gemeinsame Standards statt Insellösungen. prio.swiss unterstützt DigiSanté, fordert aber ein Gesamtkonzept, klare Aufgaben des Bundes, abgestimmte Gesetze und die frühe Einbindung der Branche. So bleibt mehr Zeit für die Behandlung und das Gesundheitswesen finanzierbar. DT

Quelle: prio.swiss

Neues Aussehen, gleiche Leidenschaft

Der neue Markenauftritt der OEMUS MEDIA AG.

LEIPZIG – Die OEMUS MEDIA AG schlägt ein neues Kapitel ihrer Unternehmensgeschichte auf. Nach mehr als 30 Jahren erhält das Leipziger Medienhaus einen neuen Markenauftritt. Er macht sichtbar, wie sich das Unternehmen vom klassischen Fachverlag zu einem vernetzten Medien-, Event- und Community-Unternehmen entwickelt hat.

Mehr als drei Jahrzehnte lang prägte das bisherige Logo Zeitschriften, Kongresse, Websites, Newsletter und Messeauftritte der OEMUS MEDIA AG. In dieser Zeit hat sich das Unternehmen kontinuierlich weiterentwickelt. Aus dem klassischen Fachverlag ist längst ein vernetztes Medienunternehmen geworden, in dem Print, Online, Event, Study und Corporate ineinandergreifen und gemeinsam die Kommunikation für die Dentalbranche gestalten. Der neue Markenauftritt macht diese Entwicklung nun auch optisch erlebbar.

Im Zentrum des neuen Auftritts steht «oemus». Bewusst kleingeschrieben, reduziert, ganz auf das Wesentliche konzentriert. Sein prägendstes Element ist das neu gestaltete «u». Es erinnert an ein Lächeln und schlägt damit die Brücke zu den Wurzeln des Unternehmens in der Zahnmedizin. Gleichzeitig steht das «u» symbolisch für «you», «us» und «wir» und damit für Nähe, Gemeinschaft und den Community-Gedanken, der die OEMUS MEDIA AG seit vielen Jahren prägt. Kurz gesagt: #welovewhatwedo.

Auch farblich hat sich einiges verändert. Mit Deep Viola erhält die Dachmarke eine eigenständige Hauptfarbe, die Professionalität und Kreativität verbindet und sich bewusst vom gewohnten Erscheinungsbild vieler Unternehmen im Gesundheitswesen absetzt. Ergänzt wird sie durch ein modulares Farbsystem. Jeder Unternehmensbereich – Print, Online, Event, Study und Corporate – erhält eine eigene Sekundärfarbe. So entsteht innerhalb der Marke eine klare Orientierung, ohne dass der gemeinsame Auftritt aus dem Blick gerät. Aus dem charakteristischen «u» leitet sich zudem ein eigener Markenrapport ab. Diese visuelle Sprache zieht sich künftig durch Magazine, Websites, Social-Media-Kanäle, Kongresse, Newsletter und Messeauftritte. Die Marke funktioniert damit nicht mehr allein über ihr Logo, sondern über ein durchgängiges Gestaltungssystem, das auf jedem Touchpoint wiederzuerkennen ist.



Der neue Markenauftritt knüpft bewusst an das an, wofür die OEMUS MEDIA AG seit mehr als drei Jahrzehnten steht: Nähe zum Markt, Leidenschaft für dentale Themen und ein starkes Netzwerk aus Menschen, Wissen und Kommunikation. Die visuelle Sprache ist moderner geworden, die Werte dahinter bleiben dieselben. Sie bilden auch künftig die Grundlage für alles, was die Marke OEMUS ausmacht. DT

Quelle: OEMUS MEDIA AG

IMPRESSUM

Verlag
OEMUS MEDIA AG
Holbeinstraße 29
04229 Leipzig
Deutschland
Tel.: +49 341 48474-0
Fax: +49 341 48474-290
kontakt@oemus-media.de
www.oemus.com

Herausgeber
Torsten R. Oemus

Vorstand
Ingolf Döbbecke
Dipl.-Betriebsw. Lutz V. Hiller
Torsten R. Oemus

Chefredaktion
Katja Kupfer

Redaktionsleitung
Dr. med. stom. Alina Ion
a.ion@oemus-media.de

Vertriebsleitung
Stefan Reichardt
reichardt@oemus-media.de

Anzeigenverkauf/ Projektmanagement
Simon Guse
s.guse@oemus-media.de

Produktionsleitung
Gernot Meyer
meyer@oemus-media.de

Anzeigendisposition
Lysann Reichardt
l.reichardt@oemus-media.de

Art Direction
Dipl.-Des. (FH) Alexander Jahn
a.jahn@oemus-media.de

Satz
Aniko Holzer, B.A.
a.holzer@oemus-media.de

Erscheinungsweise
Dental Tribune Swiss Edition erscheint 2026 mit 8 Ausgaben, es gilt die Preisliste vom 1.1.2026. Es gelten die AGB.

Druckerei
Dierichs Druck+Media GmbH
Frankfurter Straße 168
34121 Kassel
Deutschland

Verlags- und Urheberrecht
Dental Tribune Swiss Edition ist ein eigenständiges redaktionelles Publikationsorgan der OEMUS MEDIA AG. Die Zeitschrift und die enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt besonders für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Bearbeitung in elektronischen Systemen. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Verlages. Bei Einsendungen an die Redaktion wird das Einverständnis zur vollen oder auszugsweisen Veröffentlichung vorausgesetzt, sofern nichts anderes vermerkt ist. Mit Einsendung des Manuskriptes geht das Recht zur Veröffentlichung als auch die Rechte zur Übersetzung, zur Vergabe von Nachdruckrechten in deutscher oder fremder Sprache, zur elektronischen Speicherung in Datenbanken zur Herstellung von Sonderdrucken und Fotokopien an den Verlag über. Für unverlangt eingesandte Bücher und Manuskripte kann keine Gewähr übernommen werden. Mit anderen als den redaktionseigenen Signa oder mit Verfassernamen gekennzeichnete Beiträge geben die Auffassung der Verfasser wieder, welche der Meinung der Redaktion nicht zu entsprechen braucht. Der Autor des Beitrages trägt die Verantwortung. Gekennzeichnete Sonderteile und Anzeigen befinden sich ausserhalb der Verantwortung der Redaktion. Für Verbands-, Unternehmens- und Marktinformationen kann keine Gewähr übernommen werden. Eine Haftung für Folgen aus unrichtigen oder fehlerhaften Darstellungen wird in jedem Falle ausgeschlossen. Gerichtsstand ist Leipzig.

Hinweis zum Einsatz von KI
Unsere Redaktion schreibt für Menschen – von Menschen. Wir nutzen künstliche Intelligenz unterstützend, zum Beispiel für Recherche, Transkriptionen oder Entwürfe. Alle veröffentlichten Inhalte werden jedoch von qualifizierten Redakteuren erstellt, überprüft und auf Fakten kontrolliert. Fachjournalistische Verantwortung und Qualität stehen für uns an erster Stelle.

Editorische Notiz (Schreibweise männlich/weiblich/divers)
Wir bitten um Verständnis, dass – aus Gründen der Lesbarkeit – auf eine durchgängige Nennung der männlichen, weiblichen und diversen Bezeichnungen verzichtet wurde. Selbstverständlich beziehen sich alle Texte in gleicher Weise auf Männer, Frauen und diverse Personen.

DENTAL TRIBUNE
The World's Dental Newspaper

Ich bin GC.

Perfektion bis an die Praxistür.

Um Zahnarztpraxen und Labore zuverlässig zu versorgen, setzen wir auf eine starke, zunehmend lokale Wertschöpfungskette. Durch kontinuierliche Investitionen in unsere Prozesse, modernste Ausrüstung und vor allem in unsere Mitarbeiter sichern wir die Verfügbarkeit innovativer Materialien – genau dann, wenn sie gebraucht werden.



„Durch unsere Supply-Chain-Struktur in Europa schaffen wir nicht nur einen Mehrwert, indem wir immer mehr lokal produzieren, sondern wir streben auch nach Perfektion in unserer Belieferung von Kunden und Händlern. Kontinuierliche Investitionen und Verbesserungen bei Prozessen, Ausrüstung, Menschen und Qualität unterstützen diese strategische Entscheidung."

Ich bin GC.

Walter Bogaerts, Vice President Supply Chain, GC Europe N.V., GC Europe AG

Smile for the World
Since 1921
100 years of Quality in Dental

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