

ZWP

ZAHNARZT WIRTSCHAFT•PRAXIS

ISSN 1617-5077 • www.oemus.com • Preis: € 6,50 | sFr 10,- zzgl. MwSt.



Privatleistung ab Seite 38



wirtschaft

**Erfolg braucht
Patienten**

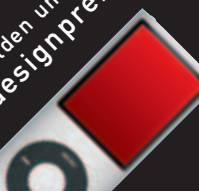
ab Seite 22

zahnmedizin

**Prophylaxeprodukte
motivieren**

ab Seite 76

iPods und Flatscreen zu gewinnen!
DESIGNPREIS #8
jetzt anmelden unter:
www.designpreis.org





Sofort jünger und frischer
aussehende Haut

WORKSHOP THEORIE & PRAXIS

Faltenunterspritzung mit Hyaluronsäure

Charakter und Zielsetzung

In unserem halbtägigen Kurs eignen Sie sich anhand von Theorie und Praxis die wesentlichen Grundlagen im Umgang mit Hyaluronsäure an und lernen alle Behandlungsbereiche kennen.

Ihnen wird die umfangreiche TEOSYAL-Produktreihe vorgestellt, welche über ein auf alle Grade der alternden Haut abgestimmtes Sortiment für Gesicht, Hals sowie Dekolleté verfügt.

Zu den wesentlichen Eigenschaften der TEOSYAL-Gele zählen die außergewöhnliche Viskosität und Elastizität, welche effektive Füllungen von Hautdeformationen bei äußerst geringem Risiko ermöglichen. Die Besonderheiten und Funktionsweisen der Produkte werden Ihnen in unserem Kurs mit Live-Demonstrationen dargestellt und spezielle Injektionstechniken vorgeführt. Im Anschluss haben Sie die Möglichkeit, das vermittelte Wissen im Hands-on-Training zu vertiefen.

Workshoptermine 2009 *

27. Juni	Düsseldorf
22. August	Stuttgart
19. September	Berlin
10. Oktober	Leipzig
17. Oktober	München
24. Oktober	Frankfurt
14. November	Hamburg
12. Dezember	Mannheim

*Unsere Kurse werden bundesweit durchgeführt und ausschließlich Ärzten angeboten. Wir freuen uns auf Ihre Anfrage!

Informationen zu den Inhalten und zur Anmeldung erhalten Sie über:

Frau Dani Kozic
Telefon: 08161 - 14 80 50
E-Mail: info@teoxane.de

DAS BESTE AUS HYALURONSÄURE

TEOSYAL

EFFIZIENT • SICHER • WIRKSAM

TEOXANE
GERMANY

TEOXANE GmbH Am Lohmühlbach 17 85356 Freising

Tel.: +49 (0) 8161 148 05-0 Fax: +49 (0) 8161 14805-15

info@teoxane.de www.teoxane.de



Dr. Peter Engel
Präsident Bundeszahnärztekammer

Offenheit verdient Anerkennung

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

„Offenheit verdient immer Anerkennung.“ – Diese Wertschätzung des früheren Reichskanzlers Otto von Bismarck sollte angesichts der nicht mehr nachvollziehbaren und abstrusen Finanzgeschäfte der jüngeren Vergangenheit heute eigentlich mehr denn je gelten. Ob eine solche Transparenz im politischen Raum aber tatsächlich erwünscht ist oder um sich greifen könnte, darf angesichts leidvoller Erfahrungen bezweifelt werden. In unseren Praxen kommen wir aber an dieser Transparenz nicht vorbei – vor allem, wenn es um Zusatzkosten für den Patienten geht, die als Eigenanteil zu erbringen sind. Wir alle wissen, dass die Bedeutung der Privatliquidationen in Relation zu den Kassenleistungen für das wirtschaftliche Überleben einer Praxis inzwischen existenziell geworden ist. Diese Erkenntnis war auch die treibende Kraft bei unserem Kampf für eine wirtschaftlich faire und betriebswirtschaftlich stimmige Novellierung der Gebührenordnung für Zahnärzte (GOZ).

Losgelöst davon, dass die nötige GOZ-Reform zunächst aufgeschoben wurde, müssen, können und sollen wir unseren Patienten Leistungen jenseits des vertragszahnärztlich definierten Kontingents anbieten. Das fängt mit der professionellen Zahnreinigung an und endet beim Implantat. Dazwischen liegt ein weites Feld von Leistungen, das dem Patienten immer wieder alternativ zum Kassenstandard aufzuzeigen ist. Dafür braucht es Offenheit. Diese bedingt eine klare Kommunikation mit dem Patienten. Dabei sollte der Zahnarzt sich seiner Rolle im partnerschaftlichen Vertrauensverhältnis mit dem Patienten und der daraus erwachsenden Verantwortung immer bewusst sein, um sich nicht dem Verdacht eines „Verkäufers“ auszusetzen. Die Erfahrung lehrt, dass die Neigung zur Zuzahlung beim Patienten wächst, wenn man ihm die Gründe und Vorzüge einer solchen optimierten Leistung verständlich erläutert.

Für eine zeitgemäße Präsentation der möglichen Angebote innerhalb der einzelnen Praxis bedarf es neben der richtigen Kommunikation auch des entsprechend geschulten Personals. Die Delegation von beispielsweise Prophylaxearbeiten ermöglicht dem Zahnarzt eine stärkere Konzentration auf andere zahnärztliche Aufgaben. Deshalb ist die Profession gut beraten, in die Fort- und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter/-innen zu investieren und sie entsprechend zu fördern, damit der hieraus erwachsende Teamgeist sich auch positiv auf die Patienten auswirken kann.

Wenn Sie diese Formen der Offenheit pflegen, wird die Anerkennung durch die Patienten nicht ausbleiben.

politik

- 6 Fokus
- 8 Statement Nr. 5: „Der Zahnarzt zwischen Möglichem und Machbarem.“

wirtschaft

- 10 Fokus

praxismanagement

- 12 Controlling: Erfolg auch ohne Zahlen?
- 14 Privatleistungen verkaufen ... in der Krise
- 18 Maßnahmen zur Erhöhung der Patientenzufriedenheit
- 22 Erfolg braucht Patienten Teil 5
- 24 Wie Benchmarking Ihre Praxis besser macht

recht

- 26 Kein Wort ohne Anwalt
- 30 Privatliquidation bei GKV-Patienten – ein Reizthema

psychologie

- 32 Die Sicht des Patienten

steuer- und abrechnungstipps

- 34 Alles auf Kasse?

zahnmedizin

- 36 Fokus

privatleistungen

- 38 Steigerung der Privatleistungen
- 44 Vom Umgang mit angeblich schwierigen Patienten

- 48 Der ausländische Patient

- 54 Rezeptionskraft: Unterstützung und Bestätigung von Selbstzahlerleistungen

- 56 Die Zukunft der Zahnmedizin heißt Prophylaxe

- 62 Inkasso ist auch Marketing

- 64 Das korrekte Vorgehen bei Privatvereinbarungen

praxis

- 68 Produkte

- 72 Patientencompliance bei der Kariesbehandlung

- 76 Prophylaxeprodukte motivieren

- 78 CAD/CAM-gefräster Zahnersatz: Optimierung des Praxisgewinns

- 80 Praxispotenziale schon in der Konzeption schaffen

- 82 Fortbildung: Unternehmerisches Handeln sichert die Zukunft der Praxis

dentalwelt

- 86 Fokus

- 90 „E-Learning ist eine effiziente Wissensvermittlung“

- 92 Erfolgreiche Tradition und beste Zukunftsaussichten

finanzen

- 94 Fokus

- 96 Abrechnungsdienstleistungen: Zeit, Sicherheit und Freude bei der Arbeit

rubriken

- 3 Editorial

- 4 Inhaltsverzeichnis

- 98 Impressum/Inserentenverzeichnis

Beilagenhinweis

In dieser Ausgabe der ZWP Zahnarzt Wirtschaft Praxis befinden sich das ZWP spezial Bleaching/ Cosmetic Dentistry.



ANZEIGE

The advertisement features a gold, tufted background. At the top, the text 'DESIGNPREIS #8' is written in large, bold, white letters on a black, torn-edge banner. Below this, a white box contains the text 'EINSENDESCHLUSS: 01.07.2009'. At the bottom, a red banner with white text reads 'iPods und Flatscreen zu gewinnen!'. Below the red banner, the text 'informationen erhalten sie unter: zwp-redaktion@oemus-media.de' and the website 'www.designpreis.org' are displayed in white on a dark background.

Comfort-Angebot



Made in Germany

ContactLite Comfort in TOP-Ausstattung:

Arzt-Element und Stuhl:

- 1 x 6-Funktionsspritze
- 1 x Turbineneinrichtung mit Licht
- 2 x Ritter Micromotoren mit Licht
- 1 x Zahnsteinentfernungsgerät
- 1 x OP-Lampe Ritter PlanetLite
- 1 x Multifunktions-Fußanlasser

Helferinnen-Element:

- Speibecken, herausnehmbar und desinfizierbar
- Spraynebelsauger und Speichelsauger
- 3 Funktionsspritze
- Entkeimungssystem Ritter ABS
- Bedientasten zur Stuhl- und Instrumentensteuerung



Qualität ✓
Preis ✓
Leistung ✓

Auch in Version S (Schwingbügel) und C (Cart) verfügbar!

19.950,-

~~Listenpreis 26.774,- EUR~~

AKTIONSPREIS in EURO, zzgl. gesetzl. MwSt., gültig bis 31.07.2009



Exklusivangebot -
nur über die
dental bauer gruppe
www.dentalbauer-gruppe.de

Alle Preise verstehen sich zzgl. Montage und der gesetzl. MwSt. inkl. Verpackung und Versand Deutschland. Abweichungen zwischen Muster und Originaloberfläche sind technisch bedingt. Änderungen zur technischen Weiterentwicklung vorbehalten. Bilder stimmen nicht mit Basisausstattung überein. © Ritter 2009. Alle Rechte vorbehalten. Hier verwendete Kennzeichen und Marken sind geschützte und eingetragene Warenzeichen bzw. Marken ihrer jeweiligen Eigentümer.

Ritter® Concept GmbH
Bahnhofstr. 65
08297 Zwönitz
Tel. 037754 / 13-400
Fax 037754 / 13-280
info@ritterconcept.com
www.ritterconcept.com

Gemeinsam gegen Reformstau:

Keine pauschale Ablehnung der neuen GOZ

Mehr Rechtssicherheit und Honorargerechtigkeit für alle Beteiligten durch konstruktive Korrekturen an der neuen GOZ lauten die Kernforderungen der Zahnärzte, die sich zur diesjährigen gemeinsamen Frühjahrstagung des Deutschen Arbeitskreises für Zahnheilkunde (DAZ) e.V. und der Vereinigung Demokratische Zahnmedizin e.V. (VDZM) Ende April in Frankfurt am Main zusammengefunden hatten. Im Zusammenhang mit der anstehenden Novellierung der Gebührenordnung für Zahnärzte (GOZ) forderte die Versammlung die Schaffung von mehr Transpa-

renz in der Abrechnung durch zeitgemäße Leistungsbeschreibungen sowie die Abschaffung der vielen Grauzonen und unübersichtlichen Analogbewertungen der alten GOZ. Wichtiges Ziel sei dabei die Vermeidung unnötiger Rechtsstreitigkeiten für Patienten, Zahnärzte und Erstattungsstellen. Die Verbände DAZ und VDZM brachten außerdem zum Ausdruck, dass es bei aller Kritik dennoch lohne, den Entwurf zur GOZ zu einem verbesserten Ergebnis zu führen. Daher forderten sie alle Zahnärzterverbände auf, sich einem neuen Anlauf nicht zu versperren. Das

Bundesministerium forderten die Verbände indes dazu auf, bei einem erneuten Anlauf die Diskussionen breiter und nachhaltiger zu führen. Diese sollten im Rahmen eines aus allen Gruppen zusammengesetzten Gremiums stattfinden, um mit allen Beteiligten die zielführenden Kriterien und Kompromisse so transparent und plausibel wie möglich zu erarbeiten. (DAZ e.V.)

Gesundheitsfonds:

Bund schießt vier Milliarden Euro zu

Das Defizit des Gesundheitsfonds ist wohl offenbar noch größer als bisher angenommen. Erst im April hatte der zuständige Schätzerkreis aus Experten des Bundesgesundheitsministeriums, des Bundesversicherungsamtes und des Spitzenverbandes der gesetzlichen Krankenkassen den zusätzlichen Finanzbedarf auf 2,9 Milliarden Euro taxiert. Der mittlerweile beschlossene Nachtragshaushalt des Bundes stellt jedoch einen Ermächtigungsrahmen von bis zu vier Milliarden Euro bereit, wie der Sprecher des Bundesgesundheitsministeriums, Klaus Vater, kürzlich in Berlin bestätigte. Dabei sei laut Vater der zusätzliche Finanzierungsrahmen jedoch als reine Vorsichtsmaßnahme zu sehen, um allen Eventualitäten vorzubeugen. Ob dieser Rahmen tatsächlich ausgeschöpft werden muss, hänge schließlich auch von der weiteren konjunkturellen Entwicklung ab. Die jüngste Prognose des Schätzerkreises hält Vater dennoch für realistisch, da in der ersten Jahreshälfte zum einen die Kostenentwicklung bei den Arzneimitteln unterproportional geblieben sei und zum anderen die wichtigsten Ausgabenpunkte wie Ärzthonorare und Krankenhauskosten in dieser Schätzung bereits berücksichtigt seien. Die Defizite der gesetzlichen Krankenkassen werden mit dem Zuschuss vom Bund durch die Steuerzahler ausgeglichen – allerdings muss der Gesundheitsfond den Zuschuss bis zum Jahr 2011 wieder zurückzahlen.

Hausmann Cartoon



MULTIERGONOMY, MULTIFUNCTION AND A LOT MORE

A7

VIELSEITIGKEIT UND BEWEGUNGSFREIHEIT

Qualität und Ästhetik vereinen. Funktionalität und Design verbinden. Zuverlässigkeit macht sicher.

Die Classe A7 Plus - das Crossover-Konzept von Anthos!

Es bietet Ihnen eine ganz neue Arbeitsdimension und Leistungen, die im Einklang mit der technologischen Entwicklung stehen.



CROSSOVER CONCEPT

C L A S S E A 7 P L U S
w w w . a n t h o s . c o m

Dental Eggert Württemberger Str. 14 D-78628 Rottweil Telefon: 0741 / 17400-42 Fax: 0741 / 17400-1142 www.dental-eggert.de
Abodent Dental-Medizinische Großhandlung GmbH Alte Straße 95 D-27432 Bremervörde Telefon: 04761 / 5061 Fax: 04761 / 5062 www.abodent.de
MeDent GmbH Sachsen Limbacher Str. 83 D-09116 Chemnitz Telefon: 0371 / 350386/87 Fax: 0371 / 350389 info@medent-sachsen.de
Dental-Depot Leicht Gooßestraße 25 D-28237 Bremen Telefon: 0421 / 612095 Fax: 0421 / 6163447



H.S. Augsburg Untere Jakobermauer 11 - 86152 Augsburg • H.S. Berlin Keplerstr. 2 - 10589 Berlin • H.S. Bremen Universitätsallee 5 - 28359 Bremen • H.S. Chemnitz Dresdener Str. 39 - 09130 Chemnitz • H.S. Cottbus Hufelandstr. 8 a - 03050 Cottbus • H.S. Dortmund Londoner Bogen 6 - 44269 Dortmund • H.S. Dresden Am Waldschlößchen 4 - 01099 Dresden • H.S. Düsseldorf Emanuel-Leutze-Str. 1 - 40547 Düsseldorf • H.S. Erfurt Mainzerhofplatz 14 - 99084 Erfurt • H.S. Essen Jägerstr. 26 - 45127 Essen • H.S. Frankfurt Lyoner Str. 20 - 60528 Frankfurt • H.S. Freiburg Hanferstr. 1 - 79108 Freiburg • H.S. Fulda Sturmstr. 3-5 - 36037 Fulda • H.S. Gießen Kerkrader Str. 3-5 - 35394 Gießen • H.S. Göttingen Ulmer Str. 123 - 73037 Göttingen • H.S. Göttingen Theodor-Heuss-Str. 66a - 37075 Göttingen • H.S. Greifswald Steinbecker Straße 7 - 17489 Greifswald • H.S. Gütersloh Avenwedder Str. 210 - 33335 Gütersloh • H.S. Hamburg Essener Str. 2 - 22419 Hamburg • H.S. Hannover Ahrensburger-Str. 1 - 30659 Hannover • H.S. Heidelberg Im Breitspiel 19 - 69126 Heidelberg • H.S. Hof Hochstr. 7 - 95028 Hof • H.S. Hürth Kalscheuener Str. 19 - 50354 Hürth • H.S. Jena Buchaer Str. 6 - 07745 Jena • H.S. Kassel Friedrich-Ebert-Str. 21-23 - 34117 Kassel • H.S. Kiel Neufeldt Haus Westring 453-455 - 24118 Kiel • H.S. Koblenz Bahnhofplatz 7a - 56068 Koblenz • H.S. Landshut Schinderstraße 36 - 84030 Landshut-Ergolding • H.S. Langen Pittlerstr. 49-50 - 63225 Langen • H.S. Leipzig Großer Brockhaus 5 - 04103 Leipzig • H.S. Mainz Wallstraße 10 - 55122 Mainz • H.S. München Theresienhöhe 13 - 80339 München • H.S. Münster Hüfferstr. 52 - 48149 Münster • H.S. Nürnberg Nordostpark 32-34 - 90411 Nürnberg • H.S. Passau Dr.-Emil-Brichta-Str. 5 - 94036 Passau • H.S. Ravensburg Zwergerstr. 3 - 88214 Ravensburg • H.S. Regensburg Kumpfmühler Str. 65 - 93051 Regensburg • H.S. Rosenheim Kirchenweg 39-41 - 83026 Rosenheim • H.S. Saarbrücken Käthe-Kollwitz-Str. 13 - 66115 Saarbrücken • H.S. Schwerin Wisnarsche Str. 390 - 19065 Schwerin • H.S. Stuttgart Industriestr. 6 - 70565 Stuttgart • H.S. Ulm/Donau Eberhardstr. 3 - 89073 Ulm/Donau • H.S. Würzburg Würthstr. 13-15 - 97082 Würzburg

Nr. 5

Statement



„Der Zahnarzt
zwischen Möglichem
und Machbarem.“

DR. BRITA PETERSEN • Präsidentin der Zahnärztekammer Bremen

„Wir Zahnärzte können mit der modernen Zahnheilkunde unseren Patienten (fast) alle Wünsche erfüllen. Jedoch begrenzt die immer strikere Budgetierung im Bereich der GKV das Versorgungsangebot für gesetzlich Versicherte. Das Wohl der Patienten und die sichere Zukunft unserer Praxen hängen mehr denn je vom privaten Leistungsangebot ab.“

„Sind wir Zahnärzte im Jahre 2009 quasi gezwungen, mehr Privatleistungen zu liquidieren? Den Anteil der Privatleistungen zu erhöhen ist *eine* Möglichkeit, die Praxis in die Gewinnzone zu führen.“

Was im ärztlichen Bereich die IGeL-Leistungen sind, sind im übertragenen Sinne im zahnärztlichen Bereich die Privatleistungen, also „sinnvolle“ Leistungen, die nicht im Leistungskatalog der gesetzlichen Krankenkasse enthalten sind. Nehmen wir zum Beispiel Frau Schmidt. Frau Schmidt ist bei der AOK versichert. Frau Schmidts Zahnfleisch ist entzündet. Sie hat Taschentiefen von 3 mm – die GKV zahlt hier nichts. Der Zahnarzt bietet seiner Patientin eine professionelle Zahnreinigung oder eine Parodontosebehandlung an. Beides sind Privatleistungen, die Frau Schmidt aus eigener Tasche bezahlen muss. Ihr Sohn benötigt eine kieferorthopädische Behandlung. Laut Auskunft des Kieferorthopäden fällt diese Behandlung aber auch nicht in den GKV-Bereich. Die Indikation für eine vertragszahnärztliche kieferorthopädische Behandlung ist nicht gegeben.

Ein anderer Patient legt Wert auf eine hochwertige prothetische Versorgung, zum Beispiel Vollverblendungen im nicht sichtbaren Bereich, Implantate anstelle einer Prothese.

Diese Behandlungen sind ebenso Privatleistungen. Die gesetzlichen Krankenkassen gewähren seit 2005 nur noch einen befundbezogenen Festzuschuss zum Zahnersatz – egal, ob der Patient die Regelversorgung wählt oder eine gleich- beziehungsweise andersartige Versorgung mit Privatleistungen. Diese Festzuschüsse sind ein Erfolgsmodell und für andere Bereiche nachahmenswert. Die Kosten können für die Krankenkasse kalkuliert werden. Der Patient kann aus dem gesamten Angebot das Optimum für sich wählen. Leider ist medizinische Kompetenz kein Garant für betriebswirtschaftlichen Erfolg. Die Zahlen im „Jahrbuch 2008“ der KZBV belegen es deutlich: Während sich das Zahnarzteinkommen 1980 noch im oberen Bereich der Facharzteinkommen bewegte, sank es im Laufe der Jahre massiv. Bis 2003 rutschte es in die untere Hälfte der Einkommensskala ab. Die Gründe dafür sind unter anderem die über lange Jahre weit unter den Preissteigerungsraten liegenden, geringen Anhebungen oder gar Absenkungen der Vergütung in der vertragszahnärztlichen Versorgung und insbesondere die ohne jegliche Anhebung seit 1988 geltende Gebührenordnung für Zahnärzte, zuständig für die Liquidation privat verabreiteter Leistungen.

Sind wir Zahnärzte im Jahre 2009 quasi gezwungen, mehr Privatleistungen zu liquidieren? Den Anteil der Privatleistungen zu erhöhen ist *eine* Möglichkeit, die Praxis in die Gewinnzone zu führen. In Zeiten der Wirtschaftskrise gestaltet sich das jedoch schwierig. Denn auch unsere Patienten sind von der Wirtschaftskrise betroffen – und können beziehungsweise wollen sich (kostspielige) private Behandlungen nicht mehr leisten.

Ceterum censeo: Die GOZ, unsere private Gebührenordnung, muss nach 21 Jahren endlich angepasst werden.“

Dr. Brita Petersen
Präsidentin der Zahnärztekammer Bremen

Ti-Max X

eXtreme Premium Series

Yes, We Can Change!

Die weltweit erste LED Kupplung
LED ermöglicht Ihnen eine bessere Sicht mit Ihren
vorhandenen Lichtturbinen

LED Kupplung

Modell: PTL-CL-LED III für NSK PTL
Bestellcode: P100-1601

€ 299,00*

MULTiflex® KaVo® LED Kupplung

Modell: KCL-LED für KaVo®
MULTiflex® LUX
Bestellcode: P100-5600

€ 384,00*



X600L
Lichtturbine




NSK Kupplung

LED

KaVo® Kupplung

* zzgl. gesetzl. MwSt.





Schwaben-Tipps zur GOZ

Wir Schwaben können alles – außer Hochdeutsch natürlich. Um auch Nicht-Schwaben unsere Tipps zugänglich zu machen, haben wir einen Experten bemüht, der unsere Schwaben-Tipps übersetzt hat.

Und hier ist er nun in Hochdeutsch – Der Schwaben-Tipp Nummer 5

Muss't für Patienten was reparieren, kannst du als Zahnarzt nur verlieren. So beim Wiedereinsetzen einer Krone, was man als Zahnarzt niemals ohne das Überarbeiten der Krone tut.

Nun aufgemerkt und seid ganz Ohr: der Schwabe macht dies im Labor. Und B-E-B acht-zwei-eins-drei ist auf der Rechnung dann dabei.

Und wer dies alles jetzt versteht, ist wie der Schwab' – kein bisschen blöd!

Und der Papierkram geht ganz schnell, das macht der Schwabe maschinell.

Diese Kronenüberarbeitung darf beim Kassenpatienten natürlich nicht auf dem HKP stehen, sie wird über das BMV-Z-Formular mit dem Patienten privat vereinbart und abgerechnet.

Die Schwaben-Tipps zur GOZ werden Ihnen präsentiert von Reinhard Winkelmann, Gabi Schäfer, Detlef Gurgel und Manfred Pfeiffer

Kontakt:
schwaben-tipps@synadoc.de

Praxiswerbung:

Patientenansprache per Brief unbedenklich

Ärzten ist es auch nach der Neufassung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) gestattet, ihre Patienten per Post zum Beispiel auf Vorsorgetermine oder einen „Tag der offenen Tür“ hinzuweisen. Zwar handelt es sich dabei um Werbung, die Zustellung von Briefen ist von der Verschärfung der Rechtslage jedoch nicht betroffen. Die Kontaktaufnahme per E-Mail, Fax oder Telefon zu Werbezwecken ist dagegen nur mit ausdrücklicher Zustimmung der Patienten gestattet. Die Rechtsanwältin Dr. Wiebke Baars von der Hamburger Kanzlei Taylor Wessing rät daher: „Ärzte sollten sich von ihren Patienten gleich bei der Erhebung der Daten die aus-

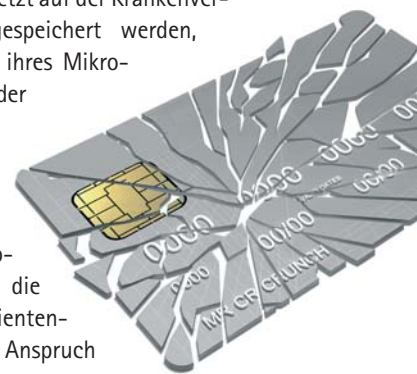
drückliche Einwilligung einholen, sie auch per E-Mail, Fax oder Telefon auf besondere Aktionen hinweisen zu dürfen.“ Diese einschränkenden Regelungen gelten jedoch nur für Werbemaßnahmen. Die normale Kommunikation im Arzt-Patienten-Verhältnis ist über alle Kanäle zulässig, für die Patienten ihre Kontaktdaten angegeben haben. Um beispielsweise Laborergebnisse oder Terminausfälle mitzuteilen, können Ärzte und Praxismitarbeiter frei zwischen den verschiedenen Medien wählen. Für vertrauliche Informationen eignet sich das Fax allerdings nicht, da nicht ausgeschlossen werden kann, dass auch Dritte darauf Zugriff haben. (Stiftung Gesundheit)

Nach Datenskanal bei Krankenkasse:

FVDZ sieht Risiko bei Gesundheitskarte

Diese Nachricht hat nicht nur die Ärzte und Patienten, sondern die gesamte Gesellschaft geschockt. Die IKK Weser-Ems soll hochsensible Patientendaten an eine private Versicherungsgesellschaft verkauft haben. Laut dem Bundesdatenschutzbeauftragten Peter Schaar soll diese dann bei den IKK-Patienten angerufen und den Eindruck erweckt haben, als würde sie im Auftrag ihrer Krankenkasse Zusatzversicherungen vermitteln. Besonders brisant an dieser Tatsache ist der Verkauf von wichtigen Zusatzinformationen wie „krebskrank“ oder „kein Zähne“, die damit den Patienten eindeutig charakterisieren. Der Bundesvorsitzende des Freien Verbandes Deutscher Zahnärzte (FVDZ), Dr. Karl-Heinz Sundmacher, sieht darin ein weiteres gefährliches Signal: „Ohne Ende jagt ein Datenskanal den anderen“, kommentiert er die aktuellen Geschehnisse, „und unverfroren wird uns von dem Bundesgesundheitsministerium und den Krankenkassen geschworen, das könne mit der elektronischen Gesundheitskarte (eGK) nicht passieren. Diese Schwüre sind leichtfertige Meineide.“ Wenn die gesetzliche Strafandrohung schon heute nicht in der Lage sei, die noch vergleichsweise banalen Patientendaten vor Missbrauch durch die Zugriffsberechtigten zu schützen, fragt

Sundmacher weiter, was werde dann erst für eine kriminelle Energie durch die weitaus sensibleren Krankheitsdaten freigesetzt, die über die eGK gespeichert werden sollen? „Das Projekt eGK wird in ein Datendesaster führen, es muss gestoppt werden“, fordert der FVDZ-Chef daher. Neben den normalen Daten, die bereits jetzt auf der Krankenversicherungskarte gespeichert werden, soll die eGK dank ihres Mikroprozessorschips in der Lage sein, weitere Daten zu speichern. Hier sind vor allem der sogenannte elektronische Arztbrief, die elektronische Patientenakte oder auch in Anspruch genommene Leistungen zu nennen. Der entscheidende Knackpunkt für viele Kritiker ist die Übermittlung und zentrale Speicherung dieser hochsensiblen Daten übers Internet, was vor allem zahlreiche datenschutzrechtliche Bedenken hervorruft. Außerdem wird befürchtet, dass die Karte das Recht der Bürger auf informelle Selbstbestimmung verletzt und die Krankheitsdaten der Obhut der Ärzte entzogen werden. (FVDZ)



Öffnungszeiten:

Auch sonntags zum Zahnarzt

Starre Öffnungszeiten sind schon seit einigen Jahren passé. Dadurch können viele Konsumenten auch am Sonntag vielfältige Dienstleistungen in Anspruch nehmen. Zahnarztpraxen fallen jedoch unter das Verbot der Sonntagsarbeit. Darauf hatte die Berliner Senatsgesundheitsverwaltung in einem Schreiben an die Kassenzahnärztliche Vereinigung Berlin (KZV Berlin) hingewiesen. Nach Ansicht der Behörde fällt die Öffnung von Zahnarztpraxen nicht unter die Ausnahmeregelungen des Ar-



beitszeitgesetzes, wonach Arbeitnehmer an Sonn- und Feiertagen in Not- und Rettungsdiensten sowie in Krankenhäusern und anderen Einrichtungen zur Behandlung, Pflege und Betreuung von Personen beschäftigt werden dürfen. Diese Ansicht teilt die KZV jedoch nicht. Ihrer Meinung nach sollten Zahnarztpraxen zumindest unter die „anderen Einrichtungen“ fallen und ebenso öffnen dürfen. „In einer modernen Dienstleistungsgesellschaft müssen Zahnarztpraxen auch sonntags ihre Patienten behandeln dürfen“, fordert daher auch der Vorsitzende der KZV Berlin, Dr. Jörg-Peter Husemann. Von den derzeit 2.575 Zahnarztpraxen, die bei der KZV Berlin zugelassen sind, bieten lediglich 13 Praxen am Sonntag reguläre Sprechzeiten an, während fünf weitere Praxen zumindest nach Vereinbarung am Sonntag öffnen. Besser ist es da um eine zahnärztliche Versorgung der Berliner am Samstag bestellt: An diesem Tag bieten bereits rund 280 Praxen Sprechstunden an. (KZV Berlin)

Berufssituation:

Immer mehr Zahnärzte arbeiten als Angestellte

Die Zahl der Zahnärzte, die nicht in eigener Niederlassung, sondern als Angestellte in Praxen arbeiten, ist zwischen dem dritten Quartal 2007 und dem dritten Quartal 2008 von 1.559 auf 2.884 gestiegen.

Diese Zahlen weist das aktuelle Jahrbuch 2008 der Kassenzahnärztlichen Bundesvereinigung (KZBV) aus, das die statistischen Basisdaten und Trends zur vertragszahnärztlichen Versorgung in Deutschland dokumentiert. Als Ursache für den Anstieg um fast 85 Prozent sieht der KZVB vor allem in den hohen Investitionskosten für eine Praxisgründung. Außerdem werde die Arbeit in Anstellung zunehmend als attraktive Alternative bei den jungen Zahnärzten

angesehen. Dieser Trend zur Anstellung ist eingebettet in eine generelle langfristige Entwicklung.

Seit Jahren ist demnach eine wachsende Tendenz der Zahnärzte zum gemeinschaftlichen Arbeiten in Verbänden zu beobachten. Zahl und Größe der Gemeinschaftspraxen mit mehreren Inhabern nehmen stetig zu. So ist beispielsweise ihr Anteil von 7,5 Prozent im Jahr 1991 auf 19 Prozent in 2007 angewachsen. Nach Einschätzung des KZVB-Vorstandes ist dies auch eine Reaktion auf den wachsenden Kostendruck und die Unsicherheit im Gesundheitswesen.

(Kassenzahnärztliche Bundesvereinigung)

ANZEIGE



NICHT NUR EIN SCHÖNES DENKMAL-OBJEKT, SONDERN AUCH EINE GUTE ANLAGE!

LOFTWOHNUNGEN DER EXTRAKLASSE

in Kempten, direkt am Wasser, mit 10 x 10% Denkmalschutz-AfA im Konservierungsmodell.

1. Bauabschnitt bereits vollständig verkauft,
2. und letzter Bauabschnitt jetzt im Verkauf.

Immobilien – bleibende Werte!

Pfersee Kolbermoor GmbH & Co. KG
TEL (069) 63306-305 · rosenau@bestproperties.de
mehr auch unter www.is24.de/49593992



Controlling: Erfolg auch ohne Zahlen?

| Prof. Dr.-Ing. Thomas Sander, Dr. med. dent. Michal Constanze Müller



Zurzeit sieht sich die zahnärztliche Profession zunehmend mit Veröffentlichungen zum Thema Controlling konfrontiert: Kennzahlen, spezielle Computerprogramme zur Praxissteuerung und Controlling-Tools bis hin zur Balanced-Score-Card werden als die entscheidenden und ausschlaggebenden Instrumente für eine erfolgreiche Unternehmensführung bei Zahnärzten dargestellt. Doch ist dies tatsächlich so? Wie sieht es in der praktischen Umsetzung im Alltag aus? Die Autoren wagen einen Blick über den Tellerrand und kommen zu erstaunlichen Ergebnissen.

Die marktwirtschaftliche Entwicklung im Gesundheitswesen fordert den Zahnarzt neben seiner eigentlichen ärztlichen Tätigkeit immer mehr auch als Unternehmer, der verantwortlich die betriebswirtschaftlichen Belange seiner Praxis im Blick behalten muss. Es macht Sinn, sich hierzu geeigneter Hilfsmittel, also beispielsweise einem passenden Controlling, zu bedienen. Doch wie und in welcher Form ist das in der täglichen Praxis wirklich zielführend?

Häufig wird unter dem Begriff Controlling lediglich das reine Erstellen und Beurteilen betriebswirtschaftlicher Kennziffern verstanden. Die zahlreichen auf dem Markt befindlichen Praxissoftwares sowie die zurzeit aus dem Boden sprießenden Finanzberatungen für Zahnarztpraxen unterstützen diese Interpretation fleißig. Aber welchen Sinn und Nutzen hat reines Zahlencontrolling und welchen Stellenwert soll es in der täglichen Praxis einnehmen?

Die Autoren haben sich dieser Frage auf innovative Weise unmittelbar „aus der Praxis für die Praxis“ genähert, indem sie bewusst nichtzahnärztliche erfolgreiche Unternehmer ganz verschiedener Berufsgruppen zu ihren aktuellen Erfahrungen mit diesem Thema befragten. Ausgewählt wurden die Branchen Handwerk, Rechtsberatung und Einzelhandel/Textilwaren.

Handwerk und Controlling

Die Schornsteinfegerbranche befindet sich derzeit im vergleichbaren Umbruch zur Marktwirtschaftlichkeit wie die der Zahnärzte. Betriebswirtschaftliche Belange, unternehmerische Ausrichtung des Betriebes und Controlling hatten bislang kaum Bedeutung. Es verwundert daher nicht, dass ein befragter Schornsteinfeger (Schornsteinfegermeister mit einem Gesellen) dann im Interview auch angab, bislang eigentlich kein Controlling zu machen. Zwischen den Zeilen war allerdings an vielen Punkten herauszuhören, dass er letztlich, wenn auch unbewusst, doch bereits viele Elemente eines Controllings anwendete, wie z.B. die folgende Aussage zeigt: „Ich achte schon bei meinem Gesellen darauf, wie er z.B. mit den Kunden umgeht. Und seine Arbeitseffizienz beobachte ich ebenso, das heißt was er am Tag so schafft – und darüber rede ich dann auch mit ihm.“

Controlling beim Rechtsanwalt

Auch die rechtsberatende Profession war bislang nur wenig mit dem Thema Controlling konfrontiert, steht aber aufgrund des wachsenden Wettbewerbs ebenso zunehmend vor der Herausforderung des unternehmerischen Handelns. Nach den Erfahrungen eines befragten Anwalts (Rechtsanwalt mit Spezialisierung auf Arbeitsrecht in einer

Kanzlei mit drei weiteren Partnern) ist aber gerade der Trend zu einem rein zahlenbasierten Controllingverständnis nicht hilfreich: Seine Aussagen hierzu: „Kennzahlen? Außer dass wir Ihnen sagen, was sie uns sagen sollen, sagen die uns gar nichts. Entscheidend ist die Interpretation. Das sind dann Wertungen, und es ist Verhandlungssache im Gruppeninteresse, wie man damit umgeht. Kennzahlen bestimmen nicht. Allerdings wird durch sie eine gewünschte Transparenz von Abläufen herbeigeführt. Zahlen helfen zu planen und sie sind Verstärker.“

Controlling im Einzelhandel

Im Einzelhandel ist klassisches Controlling eine Selbstverständlichkeit und wird routinemäßig seit Langem durchgeführt. Dennoch ist es gerade in dieser Hinsicht interessant, dass auch oder sogar gerade ein Einzelhändler (Inhaber eines Bettenhauses mit sechs Mitarbeitern) mit der umfangreichsten praktischen Erfahrung hierbei ganz klar die Bedeutung des Controllings und vor allem der rein kennzahlengestützten Unternehmensführung deutlich relativiert. Seine interessantesten Aussagen hierzu: „Beachten Sie, dass Controlling per se immer nur rückwirkend ist und Hilfsdaten für den Status quo liefert. Unerwartete neue Entwicklungstendenzen werden nicht erfasst, diese muss man zusätzlich im Blick behalten. Dieses unternehmerische

Bauchgefühl hat überall dort Bedeutung, wo die Zahlen nichts sagen können: zum Beispiel zukünftige politische und ökonomische Tendenzen, inhaltliche Änderungen usw."

Was kann man daraus lernen?

Die befragten Unternehmer sind sich – unabhängig von ihren völlig verschiedenen beruflichen Ausrichtungen und unterschiedlichen Erfahrungstiefen mit dem Fachgebiet Controlling – darüber einig, dass es Controlling in ihren Betrieben geben muss. Auch wird die Erhebung von Kennzahlen grundsätzlich positiv gesehen. Doch sollten diese nicht überbewertet werden und es müssen auch die richtigen sein. Der Einzelhändler empfiehlt ganz klar: „Steuern Sie nur das, was sich auch steuern lässt. Produzieren Sie kein Alibi-Geschwätz nach dem Motto: ‚Hab ich gemacht, guck ich mir aber nicht an!‘ Dann können Sie das gleich lassen.“ Und der Rechtsanwalt: „Letztlich würde ich eher den Kennzahlen glauben, wenn es um die Darstellung von Entwicklungen geht. Aber für eine Investition ist auch hier die Interpretation entscheidend, das Gefühl. Ein reines Zahlencontrolling halte ich nicht für sinnvoll. Der Mensch dahinter ist entscheidend.“ Dies sollte auch die zahnärztliche Profession für sich dringend im Hinterkopf behalten, wenn es um ihre Positionierung hierzu geht.

Fazit

Alle Befragten sehen das Controlling somit als geeignetes Hilfsmittel zur

autoren.

Prof. Dr.-Ing. Thomas Sander

Professor für Infrastrukturökonomie an der Medizinischen Hochschule Hannover
E-Mail: Sander.Thomas@MH-Hannover.de

Dr. med. dent.

Michal Constanze Müller

Dr. Müller ist in Hannover in eigener Praxis niedergelassen. Nebenberuflich ist sie zudem in verschiedenen Bereichen in Forschung und Lehre an der Medizinischen Hochschule Hannover MHH engagiert.
E-Mail: drmichalmueller@web.de

Entscheidungsfindung. Aber die Wertung bleibt beim Chef. Und Controlling ist kein Selbstzweck, sondern soll der Sache dienen und nicht umgekehrt. Keinesfalls sollte man sich im Tagesgeschäft und auch bei unternehmerischen Entscheidungen ausschließlich von Kennzahlen leiten lassen. Letztlich muss jeder Zahnarzt in seiner individuellen Situation vor diesem Hintergrund selbst das für ihn Richtige definieren. Zu empfehlen ist die

einmalige Festlegung weniger sinnvoller Parameter und diese dann auch regelmäßig in speziell dafür eingeplanten Zeiten zu erheben. Was genau in welchem Umfang in Ihrer Praxis zu tun ist, hängt von Ihrer individuellen Strategie ab, wie Sie Ihre Praxis für die Zukunft aufstellen wollen. Es ist Ihre verantwortliche unternehmerische Entscheidung, die Sie sich nicht von externen Leistungsanbietern abnehmen lassen sollten.

ANZEIGE

KaVo ESTETICA® E70

Erleben Sie ein völlig neues Komfortgefühl.

Mit KaVo Prämienmeilen sammeln.
Info und Registrierung: www.kavo-club.com

Partner von **Miles & More**
Lufthansa

Die neue ESTETICA E70

Einfach komfortabel. Komfortabel einfach.
Die neue KaVo ESTETICA E70:

- Mehr Komfort – durch das neue intuitive Bedienkonzept
- Mehr Komfort – durch die ergonomische Schwebestuhltechnik
- Mehr Komfort – durch individuelle und erweiterbare Ausstattungen
- Mehr Komfort – durch integrierte, automatisierte Hygienefunktionen

Die KaVo ESTETICA E70.
Behandlungskomfort neu definiert.

www.kavo.com/E70



KaVo. Dental Excellence.

KaVo Dental GmbH · D-88400 Biberach/Riß
Telefon +49 7351 56-0 · Fax +49 7351 56-1488 · www.kavo.com

Privatleistungen verkaufen ... in der Krise

| Marc M. Galal

Die Bereitschaft von immer mehr Menschen wächst, für ihre Gesundheit und, im Zahnbereich ebenso, für ihre Schönheit Geld auszugeben. Nun muss nur noch mancher Zahnarzt über seinen Schatten springen und neben der zu erbringenden medizinischen Leistung auch sein Verkaufstalent unter Beweis stellen. Häufig kommt es vor, dass Zahnärzte eher schüchtern Zusatzleistungen anbieten und ihnen bereits der Schweiß auf der Stirn steht, weil sie befürchten, dass ihre Patienten sie zurückweisen. Dann kommt es so, wie es kommen muss: Der Patient wendet sich ab und der Zahnarzt sieht sich in seinen schlimmsten Befürchtungen bestätigt. Warum das so ist und wie sich in der Praxis auch beratungsintensive Zusatzleistungen gut verkaufen lassen, lesen Sie in diesem Beitrag.

Warum sind manche Zahnärzte gute Verkäufer und andere nicht? Warum bestätigt sich die schlimme Befürchtung, wie gerade geschildert? Weil das Unterbewusstsein alles speichert. Es kann nicht zwischen Realität und Illusion unter-

scheiden. Aus diesem Grund sollte man es stets vermeiden, sich selbst schlecht zu machen. Sagen Sie nicht zu sich selbst: „Ich werde es nie schaffen. Ich bin einfach nicht gut darin ... Privatleistungen und Zusatzprodukte zu verkaufen.“ Ihr Unterbewusstsein hat nämlich gute Ohren und speichert diese Äußerungen als Wahrheit ab. Betrachten Sie vielmehr jeden Kontakt mit einem Patienten als Verkaufschance, auf die Sie lange hingefiebert haben.

Beobachten Sie Ihre Patienten genau. Dies hilft Ihnen dabei, den richtigen Ton zu treffen. Interessiert sich der Patient für ein spezifisches Produkt, dann liefern Sie ihm alle wichtigen Informationen. Und dann ist, zusätzlich zu Ihrer natürlichen Freundlichkeit und der Tatsache, dass Sie ein gutes Produkt oder eine anspruchsvolle Behandlung anzubieten haben, auch noch Technik gefragt. Der Schauspieler John Wayne sagte einmal: „Mut ist, wenn man Todesangst hat, sich aber

trotzdem in den Sattel schwingt.“ Bezogen auf den Verkauf heißt dies, den Kopf nicht in den Sand zu stecken, denn dann schaut der Hintern immer noch raus (japanisches Sprichwort). Fünf Praxis-Tipps helfen Ihnen, auch in der Krise Privatleistungen erfolgreich zu verkaufen:

1. Minimieren Sie das Risiko für Ihre Patienten

Je weniger Patienten zu verlieren haben, wenn sie auf neue Angebote eingehen, desto leichter fällt die Entscheidung. Besonders hilfreich sind hier flexible Angebote, die am besten auf den jeweiligen Patienten zugeschnitten sind. Fehlen diesbezügliche Informationen, können Zahnärzte verschiedene Angebote entwerfen, die für den Patienten das Risiko minimieren (Test-Behandlung, kleine Leistungspakete u.a.) und diverse Zahlungsmöglichkeiten enthalten. Die Erweiterung der Angebote in der Zahnarztpraxis auf private Leistungen ist alles andere als einfach und deshalb sollten Zahnärzte es ihren Patienten so leicht wie möglich machen.

2. Eignen Sie sich Techniken der Überzeugung an

Effektive Überzeugungstechniken sind gefragt. Um sie optimal einsetzen zu

„Die Bereitschaft von immer mehr Menschen wächst, für ihre Gesundheit und, im Zahnbereich ebenso, für ihre Schönheit Geld auszugeben.“





**CEREC Event Uni Zürich –
Abschiedsymposium Prof. Mörmann
am 27. Juni 2009
Jetzt anmelden: www.cerec.uzh.ch**

CEREC AC MIT CEREC Bluecam

So einfach kann Präzision sein.

Die neue Aufnahmeeinheit CEREC AC, die neue CEREC Bluecam und eine nochmals verbesserte 3D-Software machen CAD/CAM-Zahnheilkunde noch präziser und anwendungssicherer. Erleben Sie eine bisher unerreichte Aufnahmegenaugigkeit^[1]. Bilden Sie in einem einzigen Aufnahmevorgang problemlos einen halben Kiefer ab. Und erstellen Sie präzise Modelle und perfekte Restaurationen vom Inlay bis zum dauerhaften Brückenprovisorium mit bis zu 4 Gliedern. **Es wird ein guter Tag. Mit Sirona.**

www.sirona.de

^[1] Ergebnis Studie Prof. Dr. Mehl (Universität Zürich 2008): Tiefenmessgenauigkeit von bis zu 19 µm.

können, setzt es die richtige Einschätzung des Kunden voraus, seine unerfüllten Wünsche und Probleme müssen erkannt werden. Krisensichere Zahnärzte wissen, welche Denkmuster ihre Kunden haben und können ihnen deshalb auch den größtmöglichen Nutzen anbieten. Wenn gute Zahnärzte ein Argument platzieren, liefern sie rationale und emotionale Gründe für die Behandlung und erleichtern so dem Patienten, mit Kopf und Bauch zu ihrem Angebot ja zu sagen. Die Stärke oder Einzigartigkeit einer Behandlung zu vermitteln, reicht nicht. Der Nutzen oder Vorteil für den Kunden ist die Emotion, die den Ausschlag gibt.

3. Legen Sie Beweise vor

Wenn Stiftung Warentest eine Zahncreme mit der Note „sehr gut“ auszeichnet, steigen sofort die Absatzzahlen des prämierten Produktes. Beweise wie Zeitungsartikel, Statistiken, Untersuchungen erhöhen die Glaubwürdigkeit und stärken das Image sowohl des Produktes oder der Dienstleistung als auch des Zahnarztes. Untermauern Sie Ihre Behauptungen also immer mit einem schriftlichen Beweis. Das können z.B. auch Vorher-Nachher-Fotos bei erfolgreich abgeschlossenen Zahnbehandlungen sein. Sie holen sich so quasi einen neutralen Befürworter mit ins Boot.

4. Die Sprachmelodie wirkt

Nicht nur die Vorteile des Produktes oder einer Dienstleistung beeinflussen die Entscheidung des Kunden, auch Ihr eigenes Auftreten als Zahnarzt ist ausschlaggebend. Bestimmt haben Sie schon oft gehört, dass Fachwissen allein nicht zum Abschluss führt. Ganz im Gegenteil, jemand kann unendlich viel wissen, aber wenn er sein Know-how nicht auch gut vermittelt, dann wird er nichts verkaufen. Was aber ist mit der perfekten Sprachmelodie? Achten Sie stets darauf, den richtigen Ton anzuschlagen oder verschenken Sie bares Geld, indem Sie sich nur auf den Inhalt konzentrieren?

„Achten Sie stets darauf, den richtigen Ton anzuschlagen oder verschenken Sie bares Geld, indem Sie sich nur auf den Inhalt konzentrieren?“



5. Üben Sie sich

Stellen Sie sich gelegentlich vor den Spiegel und spielen Sie ein Verkaufsgespräch durch. Überprüfen Sie, während Sie die wichtigsten Sätze laut sprechen, ob Sie souverän klingen, begeistert, zugleich aber locker und charmant. Achten Sie auf Unsicherheiten in der Stimme, arbeiten Sie gezielt mit Pausen und Sprechtempo. Pausen gliedern ein Gespräch, wirken kompetent und vertrauensfördernd. Aufzählungen wirken als Turbo und holen Ihr Gegenüber schnell wieder aus einem Gesprächstief heraus. Machen Sie zudem Aussagen und lassen Sie diese auf Ihren Gesprächspartner wirken. Eine echte Aussage wirkt, während ein Satz, der zwar inhaltlich eine Aussage ist, aber dessen Verlauf eher einer Frage gleicht (zum Satzende hin aufsteigende Melodie) Sie unsicher wirken lässt. Der Spiegel lügt nicht und zeigt Ihnen Ihre Schwächen schonungslos. Wenn Sie der Patient wären, würden Sie dann bei

sich kaufen? Überzeugen Sie sich selbst, dann überzeugen Sie auch andere.

Gute Leistung für gutes Geld

Durch zahllose Gesundheitsreformen sind die Leistungen der Krankenkassen enorm geschrumpft. Und dieser Trend zur Reduzierung der Leistungen wird sich fortsetzen. Gleichzeitig ist das Bewusstsein der Versicherten zur eigenen Gesundheit gewachsen. Und auch auf ihr Äußeres achten Menschen inzwischen wesentlich mehr. Wer attraktiv aussieht, hat nicht nur bessere Jobchancen. Ein strahlendes Lächeln mit weißen Zähnen hat immer eine positive Signalwirkung. Es zahlt sich also langfristig aus, in die eigene Gesundheit ebenso zu investieren wie in ein ansprechendes Äußeres. Zusatzleistungen in Zahnarztpraxen werden immer mehr in Anspruch genommen und eröffnen die Chance auf Umsatzwachstum, auch in schwierigen Zeiten.

Wer bereit ist, sein eigenes Geld auszugeben, der will dafür natürlich eine passable Gegenleistung. Oder anders gesagt: Der Patient ist anspruchsvoller geworden. War ein Zahnarzt früher gut, wenn er Patienten relativ schmerzfrei behandeln konnte und beim Spritzen nicht direkt auf den Nerv traf, so wird das heute vorausgesetzt. Zahlungsbereite und -kräftige Patienten wollen in einer einladenden freundlichen Umgebung empfangen werden, die möglichst nicht an unangenehme Behandlungen aus der Kindheit erinnert. Je heller und freundlicher die Praxis und je besser der Wartebereich ausgestattet ist, desto wohler wird sich der Patient fühlen. Zusatzleistungen sollten im Wartebereich aushängen, damit der Patient weiß, was es so alles Neues gibt. Er ist meist nicht, wie das Fachpersonal, über neue Entwicklungen und Produkte automatisch auf dem Laufenden. Erste (kurz gehaltene) Informationen erhält er also im Wartezimmer, die ausführliche Beratung erfolgt später im persönlichen Gespräch.

ANZEIGE

Das Auftreten ist wichtig

Zahnärzte sind tagtäglich mit ängstlichen Patienten konfrontiert. Ängstliche Patienten sind aber nicht in der Lage, Informationen aufzunehmen. Dennoch gibt es immer noch Dentisten, die ihre Patienten zuerst auf dem Behandlungsstuhl Platz nehmen lassen, gleich in Schräglage versenken und erst nach einem Blick ins Mundrauminnere anfangen, zu beraten. Wenn sie überhaupt beraten. Wer sich in die Rolle von Patienten versetzen kann, der wird nachvollziehen, dass Geschäfte am besten auf gleicher Augenhöhe gemacht werden. Zusätzliche Dienstleistungen sollten nicht auf dem Behandlungsstuhl angeboten werden, sondern an einem Beratungsplatz, bei dem die Partner sich gegenüber sitzen. Das nimmt dem Patienten das Unterlegenheitsgefühl und mit der Distanz zum Behandlungsstuhl wächst auch die Distanz zur Angst. Denn nur, wer sich ernst genommen fühlt und frei entscheiden kann, der kommt wieder.

Keine Frage: Eine ausführliche Beratung kostet zunächst einmal (unbezahlte) Zeit. Und doch sollten sich Zahnärzte genau diese Zeit öfter einmal nehmen, denn der wachsende Umsatz gleicht den Zeitverlust leicht aus. Lassen Sie also beim Verkauf von Zusatzleistungen niemals Hektik aufkommen. Es kostet Sie Glaubwürdigkeit, wenn Ihre Beratung nur so lange gut ist, wie die Zustimmung des Kunden noch nicht unter Dach und Fach ist. Nehmen Sie sich dagegen die Zeit für ein nettes Wort und ein Lächeln zum Abschied, dann gehen Ihre Patienten mit einem guten Gefühl nach Hause und kommen sicher bald wieder – vielleicht schon, um die erste privat bezahlte Leistung in Anspruch zu nehmen.

autor.



Marc M. Galal ist Vertriebsexperte und lizenziertes NLP-Trainer. Auf dieser Grundlage hat er das Verkaufskonzept NLS® Neuro-Linguistic-Selling entwickelt. Eine einzigartige Verkaufslinguistik macht NLS® zu einem unentbehrlichen Werkzeug für den modernen, professionellen Verkäufer.

kontakt.

Marc M. Galal Institut

Rudolfstr. 13–17, 60327 Frankfurt am Main

Tel.: 0 69/74 09 32 70

E-Mail: info@marcgalal.com

www.marcgalal.com



Sensations-Preise!

Hochwertiger Zahnersatz zu günstigen Preisen

Brücke, 3-gliedrig

- NEM / vollverblendet
- inklusive Arbeitsvorbereitung
- inklusive MwSt. / Versand

komplett **263,37 €***

* Preisbeispiel deutsches Labor: 676,30 €

Zirkonoxid-Krone System: Wieland

- CAD-/CAM-gefräst und vollverblendet
- bis zu 14 Glieder am Stück
- inklusive Arbeitsvorbereitung
- inklusive MwSt. / Versand

komplett **99,99 €***

* Wegen großer Nachfrage bis zum 30.06.09 verlängert.
Es zählt das Auftragsdatum der Praxis.

 **dentaltrade**[®]
...faire Leistung, faire Preise

freecall: (0800) 247 147-1
www.dentaltrade.de

Maßnahmen zur Erhöhung der Patientenzufriedenheit

| Bernd Sandock

Das Fundament des Praxiserfolgs ist zweifellos die Qualität der zahnmedizinischen Leistung. Wer aber will auf einem Fundament wohnen, statt in einem komfortablen Haus? Dem Patienten jedenfalls reicht es im Allgemeinen nicht. Er erwartet mehr. Hierzu muss die fachliche Leistung ergänzt werden, um eine tatsächliche Kundenzufriedenheit und damit Patientenbindung zu erreichen. Das KANO-Modell liefert hilfreiche Hinweise, wie dieses Ziel umgesetzt werden kann.



Wir sind in einer wirtschaftlichen Phase, die gekennzeichnet ist von einem Käufermarkt: Aufgrund der Angebotsvielfalt bei den jeweiligen Produkten und Dienstleistungen kann der Kunde entscheiden, von welchem Anbieter und welches Produkt er kauft. Er ist gegenüber dem Anbieter in einer komfortableren Position.

Deshalb ist seit geraumer Zeit eine Frage in den Vordergrund gerückt: „Wie können wir die Kundenzufriedenheit erhöhen, damit wir unsere bisherigen Kunden an uns binden und auch neue gewinnen?“

Das KANO-Modell

Vor dem Hintergrund der Bedeutung dieses Themas hat KANO ein „Modell der Kundenzufriedenheit“ entwickelt, das die verschiedenen Anforderungen von Kunden an ein Produkt oder eine Dienstleistung systematisiert und deren unterschiedliche Wirkung auf die Zufriedenheit erklärt. Das Modell bietet eine gute Entscheidungsgrundlage für kundenbezogene Maßnahmen und ist vom Verfasser auf die Situation von Zahnarztpraxen übertragen worden (Abb. 1). KANO unterscheidet drei Gruppen von Faktoren des Produkts oder der Dienstleistung, die Einfluss auf die Kundenzufriedenheit haben: die „Grundanforderungen“, die „Leistungsanforderungen“ und die „Begeisterungsfaktoren“.

Die Grundanforderungen sind diejenigen, die der Kunde erwartet, aber nicht explizit ausspricht („unausgesprochen“ und „erwartet“), weil er sie im Grunde für selbstverständlich hält. Das können übertragen auf den Zahnarztpatienten zum Beispiel sein: eine gute fachliche Qualität der zahnärztlichen Behandlung, Sauberkeit und Hygiene in der Praxis, eine angemessene Wartezeit und ein zeitgemäßer technischer Standard.

Als Leistungsanforderungen sind die Anforderungen definiert, die der Kunde von dem Produkt oder der Dienstleistung erwartet und die er auch formuliert („ausgesprochen“ und „erwartet“). Dazu können bei dem Patienten beispielsweise seine individuellen Wünsche an die Beschaffenheit des Zahnersatzes gehören, Wünsche nach ästhetischen Korrekturen, schnelle und erfolgreiche Schmerzbesitzigung, der Preis usw.

Begeisterungsfaktoren

Begeisterungsfaktoren sind nach KANO Bedingungen, die der Kunde nicht automatisch erwartet und daher in der Regel auch nicht ausdrücklich ansprechen wird („unerwartet“ und „unausgesprochen“). Sie machen das „Mehr als das Übliche“, das Besondere aus. In der Zahnarztpraxis sind dazu zu zählen: eine für den Patienten verständliche und ausführliche Information und Aufklärung; spezielle Service-



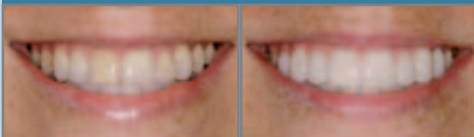
LUMINEERS®
BY CERINATE®

LUMINEERS® SMILE PROGRAMM



- KEINE SPRITZE • KEINE PRÄPARATION
- KEIN PROVISORIUM • KEIN ENTFERNEN EMPFINDLICHER ZAHNSUBSTANZ

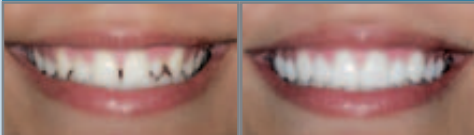
VERFÄRBUNGEN



VORHER

NACHHER

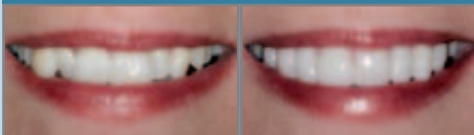
LÜCKEN UND ABSTÄNDE



VORHER

NACHHER

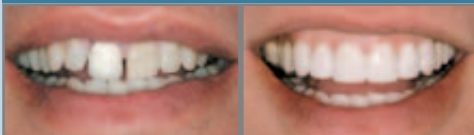
SCHIEFSTELLUNGEN



VORHER

NACHHER

ALTE KRONEN UND BRÜCKEN



VORHER

NACHHER

LUMINEERS BY CERINATE® ist ein Keramik-Veneer zur schmerzfreien Formkorrektur und dauerhaften Aufhellung des Lächelns Ihrer Patienten! Eine Haltbarkeit von über 20 Jahren wurde klinisch erwiesen.

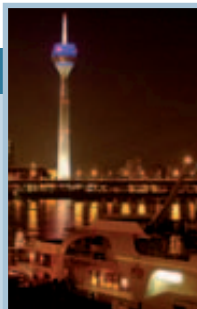
ZAHLREICHE VORTEILE FÜR IHREN PRAXISERFOLG

- Überregionale Werbung in Fach- und Konsumentenpresse.
- Kostenlose Informations-Hotline für Konsumenten.
- Unterstützende Marketingmaterialien, z. B. Displays, Informationsbroschüren etc.
- Kompetente Ansprechpartner für die Unterstützung Ihres Praxisteam.
- Umfassendes Schulungsmaterial auf DVD und CD-ROM.
- Kostengünstiges Starter-Kit.

Fazit: Neupatienten und zusätzlicher Umsatz für Ihre Praxis!

LUMINEERS® SMILE
DESIGN WORKSHOP

DEUTSCHLAND
ÖSTERREICH



DÜSSELDORF

25.-26.09.2009



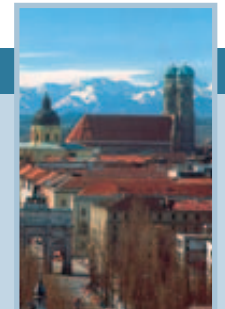
WIEN

16.-17.10.2009



FRANKFURT

30.-31.10.2009



MÜNCHEN

20.-21.11.2009

MELDEN SIE SICH JETZT AN:

American Esthetic Design GmbH, Telefon: 081 06/300 500, Fax: 081 06/300 510

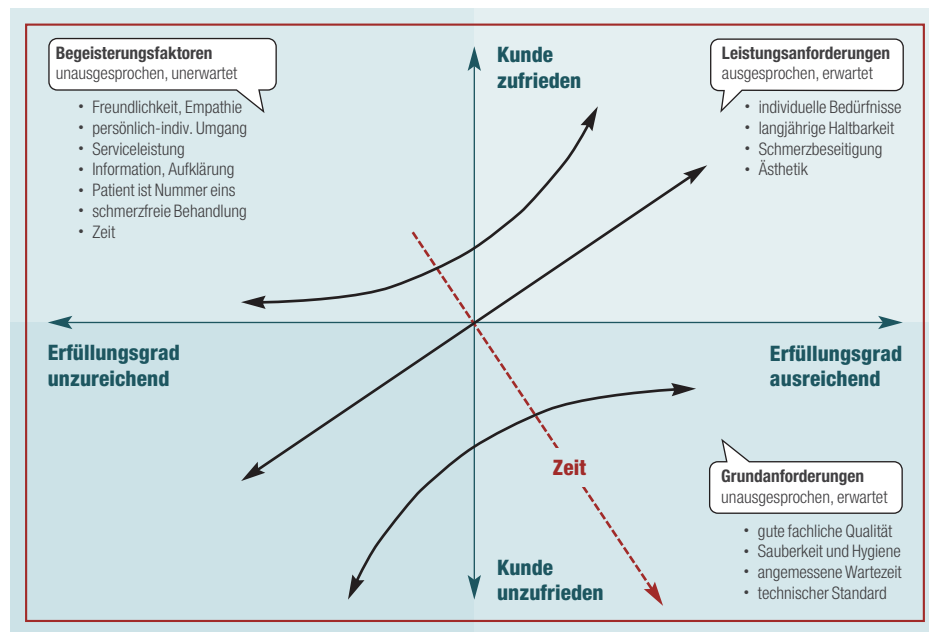


Abb. 1: Modell der Kundenzufriedenheit nach KANO (aus: Sandock, B.: Gelebtes Qualitätsmanagement; Balingen, 2007).

leistungen; ein freundlicher, verbindlicher Patientenumgang des gesamten Teams; die Zeit, die sich Zahnarzt und Teammitglieder für ihn nehmen; das Gefühl des Patienten, die Nummer eins zu sein und mit seinen individuellen Wünschen ernst genommen zu werden etc. Die angeführten Beispiele können für den individuellen Patienten durchaus variieren. So kann beispielsweise für den Geschäftsmann, der aufgrund seiner Termindichte wenig Zeit hat, eine extrem kurze Wartezeit von einer Grundanforderung zu einem Begeisterungsfaktor werden.

Den Einfluss des Erfüllungsgrades dieser drei Faktorengruppen (waagerechte Achse: von „unzureichend“ bis „ausreichend“) auf die Zufriedenheit des Kunden (senkrechte Achse: von „unzufrieden“ bis „zufrieden“) beschreibt KANO folgendermaßen: Wenn die Grundanforderungen unzureichend erfüllt sind, ist der Patient am „tiefsten Punkt“ seiner Unzufriedenheit. Aber auch bei einem ausreichenden Erfüllungsgrad steigt die Kurve nicht über die „Nulllinie“ hinaus: Der Patient ist nicht mehr zutiefst unzufrieden, aber auch noch nicht zufrieden, denn er setzt beispielsweise die gute fachliche Qualität voraus.

Die Leistungsanforderungen „starten“ bereits höher und bewirken bei einem ausreichenden Erfüllungsgrad bereits eine deutliche Zufriedenheit bei dem

Patienten. Sind die Begeisterungsfaktoren unzureichend erfüllt, ist der Patient nicht unzufrieden, denn er rechnet gar nicht mit ihnen. Je stärker aber diese Faktoren zum Tragen kommen, desto steiler nimmt die Zufriedenheit oder gar Begeisterung zu.

Die nach unten gerichtete Zeitachse bringt zum Ausdruck, dass „Begeisterungsfaktoren“ und „Leistungsanforderungen“ im Laufe der Zeit zunehmend selbstverständlicher, das heißt vom Kunden unausgesprochen erwartet werden, und daher tendenziell zu „Grundanforderungen“ werden können, weil sie von herausgehobenen Extraleistungen zu verbreiteten Standardleistungen werden. So mag eine kurze Wartezeit in einer Bestellpraxis vor 30 Jahren ein Begeisterungsfaktor gewesen sein, wie gegenwärtig vielleicht noch bei dem einen oder anderen Orthopäden, heute aber ist dies in einer Zahnarztpraxis sicher den Grundanforderungen zuzurechnen.

Das KANO-Modell zeigt, dass speziell durch die Erfüllung der Begeisterungsfaktoren und auch der Leistungsanforderungen eine Praxis bei der Erhöhung der Patientenzufriedenheit punkten kann. Bedingung ist aber, dass die Grundanforderungen erfüllt werden. Anders betrachtet: In diesen beiden Bereichen ist durch einen geringeren Mehreinsatz eine höhere Wirkung bei der Kundenzufriedenheit zu erzielen,

was eine hohe Effizienz bedeutet. Und eine erhöhte Kundenzufriedenheit zieht eine stärkere Bindung der Patienten an die Praxis nach sich.

Beschwerdemanagement

Wenn Herr Ungeduld sich über zu lange Wartezeit beschwert, wird die Mitarbeiterin sicher eine Erklärung versuchen und sich entschuldigen. Sie ist bemüht, die Situation zu bereinigen und abzuhaken. Vielleicht stempelt sie den Patienten aber auch insgeheim als Querulanten ab. Werden solche Dinge von der Praxis insgesamt registriert und zum Anlass genommen, Verbesserungen zu überlegen, zumal wenn es nicht nur einmal vorkommt? Oder werden sie lediglich als lästig angesehen? Das gesamte Team sollte sich bei dem Thema Patientenkritik und -beschwerde von einer positiven Einstellung leiten lassen. So ist dem Verfasser in einer Praxis der Spruch aufgefallen: „Wenn Sie mit uns zufrieden sind, erzählen Sie es Ihren Freunden und Bekannten – Wenn Sie mit uns unzufrieden sind, erzählen Sie es bitte uns.“ Das Computerunternehmen Hewlett-Packard hat vor einiger Zeit eine unternehmensinterne Untersuchung zum Thema „Die hohen Kosten des Kundenverlustes“ durchgeführt. Einige der Ergebnisse besagen:

- Wenn ein Kunde reklamiert, so steht er für 26 weitere, die sich nur nicht äußern.
- Der unzufriedene Kunde spricht mit 8 bis 16 anderen darüber, was ihm missfällt.
- Einen neuen Kunden zu gewinnen ist fünfmal teurer als einen vorhandenen zu halten.
- 91 Prozent der unzufriedenen Kunden kommen nicht wieder ...
- ... aber 90 Prozent der nach ihrer Reklamation zufriedengestellten Kunden bleiben.

Aufgrund der negativen Folgen der Unzufriedenheit bei Kunden spricht man seit einiger Zeit vom „Beschwerdemanagement“, das den Umgang mit Beschwerden und dessen Vorbeugung regeln soll. Ein praxisinternes Beschwerdemanagement dient deshalb zum einen dazu, dem einzelnen Teammitglied Hilfestellung zu geben, wie mit dem



chen möglichst zu beseitigen und sie zukünftig zu verhindern.

Fragebogen zur Zufriedenheit

Ergänzend zu einem Beschwerdemanagement kann die Praxis in größeren zeitlichen Abständen mithilfe eines Fragebogens die Zufriedenheit ihrer Patienten überprüfen. Antworten von circa 100 Patienten sind aussagekräftig. Wenn er genügend differenziert ist, das heißt eine größere Anzahl von Fragen umfasst, spiegelt ein Fragebogen treffend die Stärken und Schwächen der Praxis aus Sicht der Patienten wider. Anonymität muss dabei ebenso gesichert sein wie ein überschaubarer Aufwand für den Patienten bei der Beantwortung. Vorbedingung für seinen Einsatz aber ist, dass die Praxis tatsächlich bereit ist, Dinge zu verändern, um damit die Patientenzufriedenheit zu sichern.

Fazit

Das hier beschriebene Modell von KANO kann für die eigene Praxis als

eine hilfreiche Handlungsgrundlage genutzt werden, die Kundenzufriedenheit zu erhöhen.

Ein systematisches Beschwerdemanagement und ein Check der Patientenzufriedenheit ergänzen die zielgerichteten Maßnahmen. Weitere Informationen können Sie gerne bei dem Verfasser erfragen.

kontakt.



Bernd Sandock

sandock | Beratung für Zahnärzte
Spindelmühler Weg 22, 12205 Berlin
Tel.: 0 30/81 29 40 63
Fax: 0 30/81 29 40 60
E-Mail: info@sandock.de
www.sandock.de

sich beschwerenden Patienten konstruktiv umgegangen werden sollte, wie auf die Beschwerde zu reagieren ist. Zum anderen wird es so angelegt sein, dass Beschwerden darüber hinaus systematisch erfasst werden können – auch scheinbar nebensächliche Bemerkungen oder nonverbale Kommentare können Beschwerden sein. Und schließlich wird teamintern festgelegt, wie Beschwerden je nach ihrer Bedeutung aufgegriffen werden, um deren Ursach-

ANZEIGE



Vorsprung für alle!

Seit über zehn Jahren sorgt der Innovations-Champion Charly für maximale Effizienz in deutschen Zahnarztpraxen. Und weil deren Anforderungen an eine Praxissoftware nun einmal sehr unterschiedlich sind, gibt es Charly in verschiedenen Versionen:

Charly XL

Für die anspruchsvolle Zahnarztpraxis

Charly M

Für die junge zukunftsorientierte Zahnarztpraxis

Charly S

Für den Einstieg in die digitale Welt

Jetzt neu:
Charly MKG

Gerne sagen wir Ihnen, welche Version von Charly am besten zu Ihnen passt. Rufen Sie einfach Frau Hönig unter 07031.461872 an oder surfen Sie bei www.solutio.de vorbei.



Praxisniederlassung, Teil 5

Erfolg braucht Patienten

| Prof. Dr. Johannes Georg Bischoff

Das ideale Praxiskonzept, die schönste Praxiseinrichtung und die beste zahnärztliche Ausbildung bringen nichts, wenn keine Patienten da sind. Marketing muss deshalb bereits im Rahmen der Praxisplanung ein fester Bestandteil sein.

Ein Patient vereinbart einen Termin in einer neu gegründeten Praxis. Die Empfehlung eines Bekannten oder Familienmitglieds oder eine ansprechend gestaltete Anzeige in der Zeitung haben ihn veranlasst, diesen ersten Schritt zu tun. Als Patient bleibt er der Praxis nur erhalten, wenn Leistung und Service des Praxisteam seinen Wünschen und Erwartungen entsprechen. Danach gilt – wie im Übrigen für jedes andere Unternehmen auch – der Grundsatz: „Patienten halten ist leichter als neue zu gewinnen.“

Strategische Ausrichtung

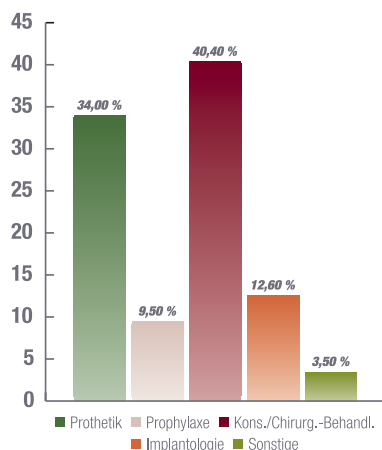
Mit einer klaren Fokussierung bietet die Praxis ihren Patienten ein, zumindest am Praxisstandort, unverwechselbares Erscheinungsbild. Dies kann zum Beispiel die funktionale Zahnmedizin zum kleinen Preis in Gegensatz zur hoch-

wertigen Ästhetik sein. Ebenso denkbar ist die Konzentration auf bestimmte Behandlungen, wie die Implantologie, oder auf Zielgruppen, wie Kinder. Gerade im urbanen Umfeld bieten solche eindeutigen Positionierungen, mit denen man sich als neue Praxis von den bereits niedergelassenen Kollegen gut abhebt, gute Chancen für ein schnelles Wachstum der Behandlungszahlen. Dazu muss sich der junge Zahnarzt nicht nur über seine eigenen Stärken und Vorlieben im Klaren sein, sondern auch die Gegebenheiten am Standort – Wettbewerber, Bevölkerungsstruktur, mögliche Überweiserpraxen, Laufkundschaft etc. – kennen. Ist der Praxisbetrieb erst einmal angelaufen, ist es wichtig, den Zielerreichungsgrad der strategischen Ausrichtung der Praxis zu kontrollieren. Die Erfahrung zeigt nämlich, dass im oft hektischen und

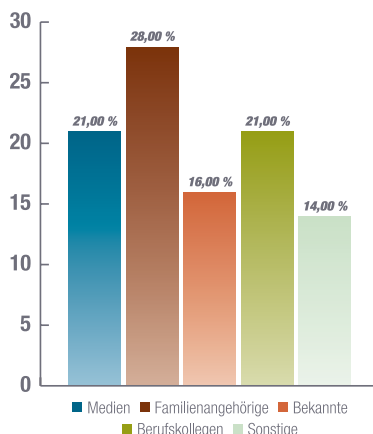
noch nicht richtig eingefahrenen Alltag der neu gegründeten Praxis, der Blick für die gut durchdachte Strategie leicht verloren gehen kann. Das Praxisteam reagiert dann auf spontane und zufällige Patientenbedürfnisse und verliert seinen Weg, manövriert sich damit im schlimmsten Fall ins wirtschaftliche Abseits. Der Quartalsbericht des Praxissteuerungsinstruments Praxis-Navigation® bietet hierzu beispielsweise leicht nachvollziehbare und individuell gestaltete Kontrollgrafiken (Grafik 1).

Preispolitik

Zahnärztliche Leistungen konkurrieren heute längst mit anderen Konsumgütern und Wellness-Produkten, denn Privatliquidationen machen einen immer größeren Teil der zahnärztlichen Honorare aus. Patienten wollen im Rahmen ihrer individuellen Preisgrenzen zufriedengestellt werden. Dieser „Marktsituation“ muss sich die junge Praxis bewusst sein und ihr professionell begegnen. Beratungsgespräche sind deshalb umfassend, kompetent, eindeutig und mit der angebrachten Sensibilität zu führen. Eine treffsichere Differenzierung der Leistung in jedem einzelnen Fall ist notwendig. Privatliquidation heißt eben nicht: „Wie kann ich die hochwertigste Zahnmedizin betreiben und sie dabei am höchsten abrechnen.“ In der Anfangszeit ist es für die junge Praxis darüber hinaus besonders wichtig, die Zahlungsfähigkeit des einzelnen Patienten richtig einzuschätzen und bei großen prothetischen Versorgung ein Ratenzahlungsangebot unterbreiten zu



Grafik 1: Praxisbereiche.



Grafik 2: Marketing/Controlling – „Wer empfiehlt?“.

können. Den daraus resultierenden Verwaltungsaufwand und Finanzbedarf lagern viele Praxen, zumindest in der Anfangszeit, an Factoring-Gesellschaften aus.

Öffentlichkeitsarbeit

Durch Eröffnungsfeiern, Patientenveranstaltungen, kleine Anzeigen in der lokalen Presse oder zahnmedizinische Redaktionsbeiträge macht die neue Praxis auf sich aufmerksam. Daneben präsentiert die Zahnarztpraxis sich und ihr Leistungsangebot heute im Internet und in Form von Prospekten und Faltschlägern. Bei der Gestaltung greift der Zahnarzt dabei nicht nur auf individuell arbeitende Werbeagenturen zurück. Längst bieten spezialisierte Anbieter strukturell vorkonzipierte Webseiten, Broschüren, Praxisflyer sowie eine Geschäftsausstattung an, in die das individuelle Logo und der Stil der Praxis einfließen. Der finanzielle Aufwand ist überschaubar. Nachbestellungen sind günstig und nicht an feste Auflagen gebunden.

Bei der Gestaltung und Ausformulierung der Inhalte und der Verbreitung dieser Werbemittel sind dem Zahnarzt per Gesetz, trotz aller Liberalisierung, immer noch recht enge Grenzen gesetzt. Nach herrschender Auffassung ist es zum Beispiel unzulässig, mit Postwurfsendungen und Flugblättern auf Leistungen der Praxis hinzuweisen oder Leistungen der Praxis „reklameähnlich“ anzupreisen. Ebenfalls verboten, aber

dennoch weitverbreitet, ist die Auslage von Informationsbroschüren in anderen Praxen, Apotheken oder gar in Kosmetikstudios.

Kommunikation

Führt man sich vor Augen, wie wichtig ein professionelles Beratungsgespräch für die erfolgreiche Patientengewinnung und -bindung ist, sollte man darüber nachdenken, in die Kommunikationsfähigkeiten von Zahnarzt und Praxisteam zu investieren. Denn patientenorientierte Fragetechnik und Gesprächsführung lassen sich trainieren, Recalls organisieren und empathische Kommunikation erlernen. Da viele Patienten die eigentliche zahnärztliche Leistung nicht wirklich beurteilen können, werden Service und Patientenfremdlichkeit zur Bewertungsgrundlage für oder gegen eine Praxis. Das Praxisteam, das versteht auf seine Patienten einzugehen, bietet hier einen klaren Wettbewerbsvorteil.

Marketingeffekt

Viele Zahnarztpraxen stecken viel Geld in Maßnahmen zur Patientengewinnung. Aber nur die wenigsten wissen, mit welchen Maßnahmen sie tatsächlich neue Patienten gewonnen haben und mit welchem finanziellen oder zeitlichen Aufwand. Ein Luxus, den sich junge Praxen in der Regel überhaupt nicht leisten können. Sinn macht auch hier ein Praxissteuerungsinstrument, wie z.B. PraxisNavigation®, welches

geeignete Grafiken, die den Erfolg Marketinginstrumente und -aktionen messbar machen, zur Verfügung stellt (Grafik 2). Läuft es für die neu gegründete Praxis ideal, gewinnt sie durch kreative und mit überschaubarem Aufwand finanzierte Marketingaktionen neue Patienten, hält sie durch gute, am Puls der Zeit und den Bedürfnissen der Patienten orientierte zahnärztliche Leistung und überzeugenden Service und wird im Laufe der Jahre durch Empfehlungen einen festen Platz am Standort sichern können.

info.

Kostenlose Checkliste – Eine Checkliste zum Praxismarketing und Informationen zu rechtlichen Beschränkungen beim Marketing kann kostenlos unter info@bischoffundpartner.de angefordert werden.

kontakt.



Prof. Dr. Johannes Georg Bischoff

Tel.: 0800/9 12 84 00
www.bischoffundpartner.de

ANZEIGE



„Der Wissensvorsprung für unsere Praxis!“

Berufsbegleitendes Studium Implantologie



Mit dem akkreditierten universitären IMC Konzept

- ▶ **Universitär.**
Postgraduierter Masterstudiengang des Universitätsverbundes Berlin, Budapest, Düsseldorf, Essen, Leipzig, Münster, Szeged
- ▶ **Interaktiv.**
Reduzierte Anwesenheit durch interaktive Online-Lehre und interaktives Wissensmanagement via Internet
- ▶ **Praktisch.**
Umfangreiche Ausbildung in anatomischen Übungen, klinischen Blockpraktika und fachspezifischen Seminaren.

IMC MASTER-PROGRAM

- reduzierte Anwesenheit durch Online-Lehre
- intensive chirurgisch/praktische Ausbildung

IMC FORTBILDUNG

- strukturierte kontinuierliche Online-Fortbildungen, Präsenzveranstaltungen in Kursen u. Seminaren

IMC WIKI

- Wissensdatenbank von der Klinik gepflegt und für Ihre Praxis immer abrufbar.

IMC-International Medical College
Gartenstraße 21
48147 Münster
Tel: +49 (0)251 210 86 39
imc@med-college.de
www.med-college.de

Gut behandelt, gut geführt

Wie Benchmarking Ihre Praxis besser macht

| Redaktion

Der Zahnarzt von heute ist längst nicht mehr ausschließlich Mediziner. Um als Zahnarzt dauerhaft erfolgreich zu sein, braucht es eine große Portion Unternehmertum und detaillierte Marktkennntnis. Denn der Erfolg einer Zahnarztpraxis stützt sich nicht allein auf das fachliche Können des Arztes, sondern zunehmend auf ökonomische und wirtschaftliche Begleitaspekte. So kann etwa eine fundierte betriebsökonomische Expertise insbesondere in Krisenzeiten den entscheidenden Unterschied zwischen Erfolg und Misserfolg eines niedergelassenen Zahnarztes ausmachen. Wie eine Optimierung der betriebswirtschaftlichen Leistungsfähigkeit einer Zahnarztpraxis mit möglichst geringem Zeit- und Kostenaufwand gelingen kann, zeigt ein Münchner Unternehmensberater.

Mit seinem onlinebasierten Vergleichsinstrument BestPrax hat Dr. Christian Stummeyer ein Werkzeug entwickelt, das Zahnärzten dabei hilft, die Marktposition der eigenen Praxis richtig zu beurteilen und von einer umfassenden Datengrundlage aus Schlüsse für die künftige Geschäftsentwicklung zu ziehen. Realisiert wird das mit der sogenannten Benchmarking-Analyse, einer in den USA entwickelten Management-Methode, bei der Unternehmen und Organisationen anhand verschiedener Faktoren vergleichbar gemacht werden. Benchmarking heißt Maßstäbe setzen. Das Benchmarking bringt dabei zwei wesentliche Vorteile mit: Zum einen die gründliche Analyse bei geringem Zeitaufwand. Denn viele Zahnärzte haben zwar den nachvollziehbaren Wunsch, ihre Praxis effizient und gewinnbringend zu führen, doch lässt oftmals das tägliche Arbeitspensum kaum Spielraum für eine umfassende Einschätzung der ökonomischen Chancen und Risiken. Zum anderen gab es bisher kei-

nerlei valide Vergleichsdaten, die eine Analyse der eigenen Situation im Verhältnis zu anderen Praxen im regionalen und lokalen Umfeld zuließen.

Diese Herausforderung hat Dr. Christian Stummeyer angenommen und mit BestPrax eine Benchmarking-Methode für Zahnarztpraxen entwickelt, die bei minimalem Zeitaufwand umfassende und aussagekräftige Ergebnisse zu den Stärken und Schwächen der Praxis ermittelt. Es werden präzise Kennzahlen geliefert, die den Erfolg der jeweiligen Praxis darstellen und eine Standortbestimmung im Vergleich zu anderen, ähnlichen Praxen möglich machen. Zudem zeigt das System konkrete Ansatzpunkte zur Verbesserung der betriebswirtschaftlichen Situation und weist auf verborgene Potenziale hin.

Im Ansatz der Benchmarking-Methode werden die Daten der Praxis in drei Kategorien unterteilt: In Struktur-, Einsatz- und Ergebnisparameter. Die Strukturparameter dienen der Einordnung der Praxis und der Ermittlung von Vergleichspraxen, die über Angaben

wie die geografische Lage und die Größe der Praxis sowie die fachlichen Tätigkeitsschwerpunkte ermittelt werden. Zu den Einsatzparametern gehören unternehmerische Daten, wie die tatsächliche Arbeitszeit des oder der Zahnärzte in der Praxis, die Anzahl der Mitarbeiter und die Kostenstruktur. Die Ergebnisparameter stellen den Erfolg der Praxis anhand von Daten, wie Einnahmen und Ausgaben, Umsatz pro Stunde sowie Anzahl und Anteil der Kassen- bzw. Privatpatienten dar. Die Aufnahme und Analyse der Kennzeichen in das System ermöglicht anschließend den Vergleich mit anderen Zahnarztpraxen, die ähnliche Strukturparameter aufweisen.

So einfach wie Online-Shopping

Um die eigene Zahnarztpraxis am BestPrax Benchmarking zu beteiligen, sind nur wenige Schritte notwendig. Zuerst erfolgt die Online-Registrierung, dazu müssen lediglich die Kontaktdaten der Praxis übermittelt werden, damit die Zuordnung einer Praxis-Chiffre erfolgen kann. In dieser ersten Phase werden

keine sensiblen Daten ausgetauscht. Mit einem selbst gewählten Kennwort und der individuellen Praxis-Chiffre loggt sich der Zahnarzt auf der Website ein und wird zum Online-Fragebogen navigiert – die Dateneingabe kann beginnen. Dieser Schritt ist so detailreich, wie es für eine tiefgehende Analyse erforderlich ist. Entsprechend ist ein Zeitaufwand von 45 bis maximal 60 Minuten einzuplanen. Die meisten Fragen sind schnell und einfach für den Praxisinhaber zu beantworten; zur genauen Abfrage der Zahlen empfiehlt es sich hingegen, die Informationen aus der aktuellen betriebswirtschaftlichen Auswertung (BWA) zur Hand zu haben. Die Daten können nach jeder Eingabe gespeichert und bis zur finalen Freigabe geändert werden. Anschließend erfolgt die Auftragserteilung per Fax oder Brief. Detaillierte und aussagekräftige Ergebnisse zur Marktposition der eigenen Praxis liegen dann nach einer intensiven Analyse und Auswertung durch BestPrax im Oktober 2009 vor.

Sicherheit an erster Stelle

Der Umgang mit betriebswirtschaftlichen Kennzahlen erfordert selbstverständlich ein hohes Maß an Sorgfalt. Anonymität und Sicherheit der Daten haben entsprechend höchste Priorität. Der umfassende Schutz von Praxisdaten ist einer der wichtigsten Grundsätze des Benchmarking-Systems. Zur Sicherung und Gewährleistung des Datenschutzes ist die Eingabe der Zahlen und Fakten nur in einem gesicherten Bereich möglich. Die Übertragung der Informationen wird über eine SSL-verschlüsselte Verbindung vorgenommen. Durch die Chiffrierung der teilnehmenden Praxen ist ein Rückschluss auf eine konkrete Einzelpraxis ausgeschlossen. Die Daten befinden sich von Beginn bis zur Ergebnispräsentation ausschließlich bei BestPrax und auch die Darstellung erfolgt nur in anonymisierter und aggregierter Form.

Erfolg durch Transparenz

Wenn die Ergebnisse des Benchmarking vorliegen, hat der jeweilige Zahnarzt eine umfassende und ausführliche Beschreibung der wirtschaftlichen Situation seiner Praxis. Die entsprechenden Indikatoren werden in übersichtlichen Grafiken dargestellt, um eine

schnelle und analytische Erfassung der eigenen wirtschaftlichen Position zu ermöglichen. Transparenz wird so zur Grundlage, auf der genaue, individualisierte und realisierbare Vorschläge zur Verbesserung des Praxisbetriebs angeboten werden.

Durch eine Gegenüberstellung mit vergleichbaren Praxen können Faktoren, wie unter anderem Patientenstruktur und Patientenpotenzial, Anzahl der erbrachten Leistungen oder Praxisergebnis und Kostenstruktur ins Verhältnis gesetzt und verglichen werden. Der Zahnarzt erhält so klare und präzise Aussagen zum Status seines Unternehmens und erfährt, was er weiter optimieren kann, um seinen jeweiligen Markt noch erfolgreicher zu bearbeiten. Das Ziel von BestPrax ist es, eine höhere Effizienz in den Betriebsabläufen und eine Verbesserung der gesamten Wertschöpfungskette einer Zahnarztpraxis zu erreichen. Und ganz nebenbei schafft BestPrax durch die Verbindung aus Zeitersparnis und fundierter betriebswirtschaftlicher Analyse einen Wert, den man auch mit dem besten Benchmarking-System nicht messen kann: Die Sicherheit zu wissen, dass die eigene Praxis ein gut geführtes Unternehmen ist und man sich voll und ganz auf das Allerwichtigste konzentrieren kann: den nächsten Patienten.

tipp.

Auf www.BestPrax.de finden Sie weitergehende Informationen sowie einen kurzen Informationsfilm und können Ihre Praxis für das Benchmarking registrieren.

kontakt.



BestPrax GmbH

Dr. Christian Stummeyer
Knöbelstraße 10 b, 80538 München
Tel.: 0 89/23 70 89 40
Fax: 0 89/23 70 99 05
E-Mail: Info@BestPrax.de
www.BestPrax.de

Das Original

nur aus Bad Nauheim



K.S.I.

20 Jahre Langzeiterfolg

K.S.I. Bauer-Schraube

Eleonorenring 14 · 61231 Bad Nauheim
Tel. 06032/31912 · Fax 06032/4507

Was tun bei Hausdurchsuchung?

Kein Wort ohne Anwalt

| RA, FA MedR Norman Langhoff,
LL.M., RA Niklas Pastille

Was in Fernsehkrimis zu einem geflügelten Wort geworden ist, lässt sich in der psychischen Ausnahme-situation einer Hausdurchsuchung nicht immer leicht durchhalten. Der nachfolgende Beitrag geht der Frage nach, welches Verhalten gegenüber Staatsanwaltschaft, Steuerfahndung und Polizei zur Vermeidung von Rechtsnachteilen aus anwaltlicher Sicht geboten ist.



Nicht jeder, der einen Zahnarzt aufsucht, benötigt dessen Hilfe. Manch einer benötigt vielmehr dessen Unterlagen – und halt sie sich. Kann der Zahnarzt als Beschuldiger die Zwangsmaßnahmen „Hausdurchsuchung“ und „Beschlagnahme“ in der Regel auch nicht abwehren, so ist ihm doch nicht jeder Einfluss auf deren Verlauf und das Verhalten seiner ungebetenen Gäste verwehrt.¹ Auch in Zeiten selbstbewusster Staatsanwaltschaften² und einer en vogue gewordenen Ärztekritik³ ist der beschuldigte Zahnarzt zu jeder Zeit „Subjekt“, nicht „Objekt“ des gegen ihn gerichteten Ermittlungsverfahrens. So darf und sollte er sich auch verhalten – ungeachtet der Sorgen, Scham und Unannehmlichkeiten, mit der Zwangsmaßnahmen auf Beschuldigtenseite erfahrungsgemäß einhergehen.⁴ Dass ein Teil der inzwischen relativ häufigen⁵ Ermittlungsverfahren gegen Behandler nur vage Verdachtsmomente und auf den ersten Blick nicht sonderlich gravierende Tatvorwürfe zum Gegenstand hat (z.B. Falschabrechnung i.H.v. 74,71 Euro),⁶ macht das oftmals sehr hemdsärmelige staatliche Vorgehen nur umso problematischer.

Regel 1: Kopf hoch!

Eine Hausdurchsuchung ist keine An-

klage und eine Anklage noch keine Verurteilung. Selbst eine Verurteilung führt Sie nicht zwangsläufig ins berufliche Aus. Sie befinden sich noch immer in „Ihrer“ Praxis.⁷ Jetzt heißt es: Nerven und Ruhe bewahren. Werden Sie nicht laut. Werden Sie nicht ausfällig. Fragen Sie freundlich, aber bestimmt nach dem Grund der Maßnahme, nach der Person des Durchsuchungsleiters und nach den Dienstaussweisen.⁸ Notieren Sie alle Namen und Kontaktdaten.⁹ Wenn es eine Durchsuchungsanordnung gibt, lassen Sie sich diese aushändigen bzw. fertigen Sie mehrere Kopien. Bitten Sie darum, den Ablauf der Hausdurchsuchung zunächst in einem separaten Raum mit den Beamten besprechen zu dürfen.¹⁰ Wenn Sie Ihre Praxis nicht schließen können: Weisen Sie auf den laufenden Praxisbetrieb und den Publikumsverkehr hin. Bitten Sie die Beamten darum, das Eintreffen Ihres Rechtsanwalts abzuwarten.¹¹ Stellen Sie schon zu Beginn klar, dass Sie jede Befragung zum Verfahrensgegenstand ablehnen.

Regel 2: Spezialisten vor!

Sie sind der unangefochtene Meister Ihres Fachs – aber das Strafrecht gehört nicht dazu. Tun Sie, was Sie bei fachfremden medizinischen Problemen tun würden: Bitten Sie einen Spezialisten

herbei.¹² Ein guter Rechtsanwalt wird Sie sofort aufsuchen. Niemand darf Ihnen den Anruf bei einem Anwalt verweigern.

Regel 3: Schweigen ist Gold!

Halten Sie sich an Ihre Ankündigung: Äußern Sie sich auf keinen Fall zum Tatvorwurf.¹³ Es kommt nicht darauf an, ob Ihnen dieser begründet, unbegründet, überzogen oder in anderer Hinsicht klärungsbedürftig erscheint. Auch wenn Sie meinen, das „Missverständnis“ in wenigen Sätzen ausräumen zu können: Verzichten Sie darauf! Gegenüber der Polizei besteht – anders als gegenüber der Staatsanwaltschaft –¹⁴ auch für Zeugen keine Pflicht zur Aussage. Stehen Sie auch für scheinbar beiläufige (Juristenjargon: „informativische“) Gespräche nicht zur Verfügung. Einmal aktenkundig gemacht, können auch deren Inhalte Sie im weiteren Verfahren belasten.¹⁵

Regel 4: Bitte keine Dummheiten!

Im Eifer des Gefechts werden Sie nicht abschätzen können, welche Gegenstände, Schriftstücke und Aufzeichnungen ggf. von Nachteil für Sie sind. Versuchen Sie daher erst gar nicht, Unterlagen beiseitezuschaffen oder Daten zu löschen. Sie liefern der Staatsanwaltschaft damit schlimms-

S-Max M Serie

S-Max: Die neue S-Max M Serie aus Edelstahl

Turbinen der S-Max M Serie ermöglichen kostenbewusstes und kraftvolles Arbeiten in einem. Das haltbare und leise, ergonomische und gut ausbalancierte Instrument ermöglicht guten Zugang und besitzt einen optimalen Griff. Die S-Max M Serie von NSK wurde ohne Kompromisse entwickelt. Erleben Sie es selbst.

- Edelstahlkörper
- Keramik-Kugellager
- Ultra-Push-Selbstspannfutter
- Zellglasoptik
- Clean-Head-System
- Vierfach-Wasserstrahl



S-Max M LICHT-TURBINEN

M500L Mini-Kopf Art.-Nr. P100-1001

M600L Standard-Kopf Art.-Nr. P100-2001

Für NSK PTL Kupplung

€ 579,00*

M500KL Mini-Kopf Art.-Nr. P100-5001

M600KL Standard-Kopf Art.-Nr. P100-6001

Für KaVo® MULTiflex® LUX Kupplung

€ 649,00*

S-Max Turbinen sind in zwei Kopfgrößen verfügbar: Mini und Standard. Anschluss an fünf verschiedene Turbinenkupplungen: NSK, KaVo®, Sirona®, W&H® und Bien-Air®.



Licht-Winkelstücke S-Max M Komfortable Performance Serie

- Edelstahlkörper
- Zellglasoptik
- Keramik-Kugellager (M95)
- Clean-Head-System
- Ultra-Push-Selbstspannfutter
- Vierfach-Wasserstrahl/
Einfach-Wasserstrahl

Winkelstück M95L mit Licht

Art.-Nr. C102-3001

1:5 Übersetzung

€ 749,00*

Winkelstück M15L mit Licht

Art.-Nr. C102-5001

4:1 Untersetzung

€ 669,00*

Winkelstück M25L mit Licht

Art.-Nr. C102-4001

1:1 Übertragung

€ 564,00*

Handstück M65 ohne Licht

Art.-Nr. H100-8001

1:1 Übertragung

€ 410,00*



Winkelstücke auch ohne Licht erhältlich.



tenfalls einen Haftgrund.¹⁶ Halten Sie niemanden, Ihre Mitarbeiter eingeschlossen, von Aussagen ab. Allerdings dürfen Ihr Rechtsanwalt und Sie, ohne die Durchsuchung zu stören,¹⁷ jeden Zeugen auf sein Recht hinweisen, noch vor einer Aussage anwaltlichen Rat einzuholen.¹⁸ Niemand muss „vom Fleck weg“ eine Aussage machen – oder sollte das tun.¹⁹ Stattdessen ist auf eine spätere Vorladung zu dringen. Hierbei darf Ihr Rechtsanwalt den Zeugen selbstverständlich helfen.²⁰

Regel 5: Durchsuchung beobachten!

Als Inhaber (d.h. auch: Mieter) der zu durchsuchenden Räume haben Sie nicht nur ein Recht auf physische Anwesenheit. Sie dürfen während dieser Maßnahme auch „mitdenken“. Salopp gesagt: Der Beamte ist auch nur ein Patient! Eine Hausdurchsuchung kann an Rechtsfehlern leiden wie ein Mensch an einer Krankheit. „Diagnostizieren“ muss diese Ihr Rechtsanwalt. Im Idealfall können Sie ihm dabei helfen: Gibt es eine richterliche Durchsuchungsanordnung, so überprüfen Sie, ob diese älter als sechs Monate ist.²¹ Kontrollieren Sie, welche tatsächlichen Angaben die Durchsuchungsanordnung zu der Straftat enthält, die mit der Durchsuchung aufgeklärt werden soll.²² Sind neben den zu durchsuchenden Räumen auch die dort aufzufindenden Gegenstände einigermaßen exakt bezeichnet?²³ Wenn es ausnahmsweise keine richterliche Durchsuchungsanordnung gibt: Ist Ihnen dargelegt worden, warum wegen „Gefahr im Verzug“²⁴ keine Zeit für die Erwirkung einer richterlichen Durchsuchungsanordnung bestanden haben soll?²⁵ Wenn Sie selbst nicht der Verdächtige sind: Ist angegeben, warum sich der gesuchte Gegenstand bei Ihnen finden soll?²⁶ Notieren Sie noch während der Durchsuchung alles, was Ihnen auffällt: Welche Fragen sind Ihnen und Dritten gestellt worden? Welche Belehrungen wurden erteilt? An welchen Gegenständen und Daten haben die Beamten besonderes Interesse gezeigt?²⁷ Hat sich die Durchsuchung auf die in der Durchsuchungsanordnung angegebenen Räumlichkeiten beschränkt? Wirken Sie darüber hi-

naus frühzeitig darauf hin, dass wichtige Praxisunterlagen im Beisein eines Beamten kopiert werden dürfen, damit diese zur Weiterführung des Praxisbetriebs zur Verfügung stehen.

Regel 6: Widerspruch ist „Pflicht“!

Widersprechen Sie der Sicherstellung aller aufgefundenen Unterlagen und Gegenstände.²⁸ Durch eine freiwillige Herausgabe kann der Zahnarzt gegen seine Verpflichtung zur Verschwiegenheit verstoßen und schlimmstenfalls eine Straftat begehen.²⁹ Auch erleichtert der förmliche Widerspruch eine spätere Beschwerde. Bestehen sogenannte Beschlagnahmeverbote (häufigster Zankapfel: „Buchhaltungsunterlagen“³⁰), so wird Ihr Rechtsanwalt ausdrücklich der Beschlagnahme widersprechen und diesen Widerspruch gesondert protokollieren lassen.³¹ Bei Zweifeln an der Rechtmäßigkeit einer Beschlagnahme ist auf Mitnahme der Unterlagen in gesondert verpackter und bis zur Entscheidung im Beschwerdeverfahren versiegelter Form zu dringen.³² „Beschlagnahmefrei“ sind ärztliche und Krankenunterlagen übrigens nur dann, wenn der Patient (und nicht der Arzt!) Beschuldigter in einem Verfahren ist bzw. war.³³ Wird gegen den Zahnarzt ermittelt, ist die Beschlagnahme der Patientenkartei, was viele Zahnärzte nicht wissen, grundsätzlich zulässig.³⁴

Regel 7: Es gilt die „Schriftform“!

Achten Sie auf die möglichst exakte Bezeichnung aller beschlagnahmten Unterlagen und Gegenstände im sogenannte Sicherstellungsverzeichnis.³⁵ Dieses wird Ihnen zum Abschluss der Durchsuchung auf Verlangen ausgehändigt. Sind darin alle sichergestellten Unterlagen und Gegenstände unter fortlaufender Nummer aufgeführt? Bloße Sammelbezeichnungen („diverse Unterlagen“, „eine CD“) sollten Sie sofort monieren. Nehmen Sie sich ausreichend Zeit, um das Sicherstellungsverzeichnis auf seine Vollständigkeit und Lesbarkeit hin zu kontrollieren. Das gilt auch für das sogenannte Durchsuchungsprotokoll.³⁶ Dieses sollte auf keinen Fall unterzeichnet werden, bevor darin nicht sämtliche Einwände gegen die Zwangs-

maßnahmen festgehalten sind. Insbesondere ist im Protokoll zu vermerken, dass Sie mit der Sicherstellung nicht einverstanden gewesen und die Unterlagen daher beschlagnahmt worden sind.³⁷

Regel 8: Das hat – vielleicht – ein Nachspiel!

Die Wahl des im Einzelfall statthaften Rechtsbehelfs bzw. Rechtsmittels hängt davon ab, „wogegen“ Sie – in welchem Stadium des Verfahrens – konkret vorgehen wollen. Auch ist entscheidend, „wer“ die jeweilige Zwangsmaßnahme angeordnet hat.³⁸ Gegen eine gerichtlich angeordnete Durchsuchung ist die sogenannte Beschwerde³⁹ gegeben. Mit ihr kann die Aufhebung der richterlichen Durchsuchungsanordnung bzw. die Feststellung ihrer Rechtswidrigkeit erreicht werden.⁴⁰ Auch gegen eine richterlich angeordnete bzw. bestätigte Beschlagnahme kann Beschwerde eingelegt werden. Im Übrigen ist – z.B. bei Anordnung der Maßnahmen durch die Staatsanwaltschaft – eine richterliche Entscheidung herbeizuführen.⁴¹ Ob Rechtsmittel im Einzelfall eingelegt werden sollten, hängt auch von den „Risiken und Nebenwirkungen“ einer Gegenwehr ab: Erweist sich eine Durchsuchungsanordnung als rechtswidrig, können erlangte Beweismittel ggf. unverwertbar sein.⁴² Dann steht es, sozusagen, „Eins zu Null“ für den Beschuldigten. Wird in einer Beschwerdeentscheidung der in Abrede gestellte Tatverdacht dagegen vom Gericht bestätigt, hat der Beschuldigte im weiteren Verfahren oftmals erhebliche Nachteile.⁴³

Regel 9: Sie brauchen einen Anwalt!

Weder Sie noch Ihr Anwalt können eine Durchsuchung oder Beschlagnahme verhindern. Dennoch benötigen Sie anwaltlichen Beistand, um die Auswirkungen der Zwangsmaßnahmen möglichst zu begrenzen. Dieser in der Literatur einhellig⁴⁴ erteilte Rat lässt sich auf vielfältige Weise veranschaulichen: a) Suchen die Beamten genau bezeichnete Unterlagen oder Gegenstände, kann es sinnvoll sein, diese freiwillig vorzulegen⁴⁵ (ihrer Sicherstellung ist im Anschluss dennoch zu

widersprechen).⁴⁶ Der Vorteil: Die Beamten müssen nicht Ihre gesamte Praxis oder gar Wohnräume und PKW auf den Kopf stellen, um das Gewünschte zu finden.⁴⁷ Auch sinkt auf diese Weise die Gefahr sogenannter Zufallsfunde,⁴⁸ die Sie ggf. in anderer Sache belasten können. Das Problem: Von weiteren Nachforschungen lassen sich die Beamten erfahrungsgemäß erst durch den Anwalt abhalten.⁴⁹

b) Wie jede Zwangsmaßnahme müssen gerade auch „Hausdurchsuchung“ und „Beschlagnahme“ verhältnismäßig sein;⁵⁰ denn durch sie wird besonders intensiv in Grundrechte, insbesondere die Unverletzlichkeit der Wohnung eingegriffen.⁵¹ Derlei Eingriffe dürfen nicht außer Verhältnis zur Bedeutung der Sache und zur Stärke des bestehenden Tatverdachts stehen.⁵² So ist bei der Durchsuchung von Praxisräumen etwa der besondere Schutz von Berufsgeheimnisträgern in die Verhältnismäßigkeitserwägungen einzustellen.⁵³ Eine Rolle spielt insoweit auch, dass durch Praxisdurchsuchungen regelmäßig besonders empfindliche Daten Dritter gefährdet werden. Die höchstgerichtliche⁵⁴ und instanzgerichtliche⁵⁵ Rechtsprechung ist auf diesem Gebiet jüngst viel strenger, also „zahnarztfreundlicher“ geworden. Der mit den neuen Entscheidungen vertraute Anwalt wird eher als der von der Zwangsmaßnahme überrumpelte Zahnarzt abschätzen können, ob die jeweilige Maßnahme ggf. bereits unter Verhältnismäßigkeitsgesichtspunkten rechtswidrig gewesen ist.

c) Neben strafrechtlichen Konsequenzen drohen dem beschuldigten Zahnarzt schon bei vergleichsweise geringfügigen Straftaten⁵⁶ auch vertragszahnärztliche und berufsrechtliche Konsequenzen bis hin zur Entziehung seiner Zulassung.⁵⁷ Diese stellen gegenüber den strafrechtlichen Sanktionen oftmals sogar das „schärfere Schwert“ dar. Gerade die in der Strafpraxis häufigen und aus Beschuldigtensicht an sich erwünschten Einstellungsverfügungen⁵⁸ bzw. – mehr noch – die Strafbefehle⁵⁹ erweisen sich berufsrechtlich gelegentlich als „Bumerang“: Eine Einstellungsverfügung hindert die Einleitung eines berufsgerichtlichen Verfahrens nicht⁶⁰ und an tat-

sächliche Feststellungen, wie sie sich etwa aus einem rechtskräftigen Strafbefehl ergeben, sehen sich die Berufsgerichte in der Folge oftmals gebunden. So kann auch ein glimpflich ausgegangenes Strafverfahren den Zahnarzt in der Folge schwer belasten, was im Rahmen der Verteidigungsstrategie bedacht sein will.

d) Im Steuerstrafverfahren ist zudem stets an die Möglichkeit einer strafbefreienden Selbstanzeige für nicht erfasste Steuerarten und Zeiträume zu denken.⁶¹ Hier stellt sich regelmäßig die Frage, ob die Tat, deren Sanktionierung der Beschuldigte durch eine sogenannte Berichtigungserklärung abwehren möchte, bereits „entdeckt“ ist.⁶² Wer darauf eine Antwort sucht, betritt anerkanntermaßen „juristisches Hochseil“, das auch für den juristisch interessierten Zahnarzt nur selten vertrautes Gelände sein wird.

tipp.

Eine Literaturliste kann in der Redaktion unter zwp-redaktion@oemus-media.de angefordert werden.

autoren.



Norman Langhoff, LL.M., (Jahrgang 1971) ist Rechtsanwalt und Fachanwalt für Medizinrecht in Berlin. Er berät Ärzte und Zahnärzte bei allen Fragen rund um den Praxisbetrieb (Vertragsarzt-, Berufs-, Arbeits-, Gesellschafts- und Haftungsrecht).

E-Mail: N.Langhoff@roeverbroenner.de



Niklas Pastille (Jahrgang 1975) ist als Rechtsanwalt und wissenschaftlicher Mitarbeiter in Berlin mit der Entwicklung anwaltlicher Strategien im Gesundheitsbereich befasst.

E-Mail: Niklas.Pastille@web.de

Nass- und Trockenabsaugung mit nur einem einzigen Gerät!

TURBO SMART

inklusive Amalgamabscheider



**Kompakt
Leistungsstark
Kostengünstig**

DIBt-Zulassung:
Z-64.1-23

- Schnelle Installation durch den Techniker
- Voll elektronisch geregelt
- Leistungssteuerung nach Bedarf
- Ohne Gerätewechsel auf bis zu 4 Behandlungsplätze gleichzeitig erweiterbar
- Amalgamabscheider ohne Zentrifuge und ähnliche bewegliche Bauteile

■ **2 Behandler gleichzeitig
nur € 4.531,-***

■ **4 Behandler gleichzeitig
nur € 5.380,-***

*Empf. VK-Preis (zzgl. MwSt.)

- **Lieferung und Installation durch den autorisierten Fachhandel!**

Gutes muss nicht teuer sein!



CATTANI Deutschland GmbH & Co. KG
Scharnstedter Weg 20
27637 Nordholz
Fon + 49 47 41 - 18 19 8 - 0
Fax + 49 47 41 - 18 19 8 - 10
info@cattani.de
www.cattani.de

Privatliquidation bei GKV-Patienten – ein Reizthema

| Karin Gräfin von Strachwitz-Helmstatt

In der letzten Zeit besteht zunehmend die Notwendigkeit, dass sich alle Beteiligten im Gesundheitswesen damit beschäftigen, dass bei Patienten der gesetzlichen Krankenversicherungen (GKV) auch Privatliquidationen erfolgen. Neben der Beschäftigung in Talkshows haben sich auch Gerichte mit derartigen Vorgängen auseinanderzusetzen gehabt. Aus diesem Grunde soll in diesem Artikel deutlich gemacht werden, unter welchen Voraussetzungen der Patient der gesetzlichen Krankenversicherung zum „Privatpatienten“ wird.

Grundsätzlich hat der Patient der gesetzlichen Krankenversicherung einen Anspruch auf Krankenbehandlung, soweit sie notwendig ist, §§ 2 und 12 SGB V. Die gesetzliche Krankenversicherung und deren Leistung werden im Einheitlichen Bewertungsmaßstab (EBM) abschließend beschrieben. Nur in seltenen Ausnahmefällen sind Leistungen, die nicht im Einheitlichen Bewertungsmaßstab erfasst sind, Leistungen der gesetzlichen Krankenversicherung.

Vereinbarung vor der Behandlung ist entscheidend

Aufgrund des Behandlungsvertrages und der ärztlichen Therapiefreiheit darf und muss der Arzt/Zahnarzt dem Kassenpatienten jedoch auch Leistungen anbieten, die über den Rahmen der GKV hinausgehen. Hierbei sei insbesondere vermerkt, dass die Aufklärungspflicht auch des GKV-Patienten für den Arzt nach dem Stand der Wissenschaft zu erfolgen hat. Sollten einzelne Leistungen nach dem Stand der Wissenschaft keine Leistung der gesetzlichen Krankenversicherung sein, so ist der be-

handelnde Arzt/Zahnarzt dennoch verpflichtet, den Patienten auf die Möglichkeit dieser, zum Beispiel Diagnostik oder Behandlung, hinzuweisen. Der Patient hat dann die Wahl, ob er die Leistungen auch außerhalb der gesetzlichen Krankenversicherung in Anspruch nehmen will und dafür auch bezahlen muss oder „nur“ die Leistungen in Rahmen der GKV.

„... gerade die
Abgrenzung zwischen
Kassen- und Privatleistungen
mittlerweile immer mehr in
den Vordergrund rückt.“

Zu beachten hat in diesem Falle jedoch der behandelnde Arzt, dass gemäß § 18 Abs. 8 Nr. 2 und 3 Bundesmantelvertrag Ärzte bzw. § 4 Abs. 5 d) Bundesmantelvertrag-Zahnärzte voraussetzen, dass unabhängig vom Steigerungsfaktor, wie bei Privatpatienten, immer eine Honorarvereinbarung zwischen dem

gesetzlich versicherten Patienten und dem Arzt/Zahnarzt zu erfolgen hat. In diesem Sinne hat auch das Landgericht Mannheim in seinem Urteil vom 18.01.2008, AZ: 1 S 99/07 entschieden, dass ein Arzt gegenüber einem gesetzlich versicherten Patienten nur dann eine Vergütung fordern darf, wenn ihm diese von dem Patienten vor Beginn der Behandlung schriftlich zugesagt wird. Die Betonung lag beim Landgericht Mannheim auch darauf, dass für den Vergütungsanspruch entscheidend ist, dass nur die Vereinbarung vor Beginn der Behandlung zu einem Vergütungsanspruch führen kann.

Ein für alle geltendes zwingendes Preisrecht

Eine Liquidation hat immer nach den Gebührenordnungen für Ärzte oder Zahnärzte zu erfolgen. In diesem Zusammenhang hat das Bundesverfassungsgericht schon vor geraumer Weile entschieden, dass es sich bei den ärztlichen Gebührenordnungen um ein für alle geltendes zwingendes Preisrecht handelt. Verfassungsrechtlich sei dies unbedenklich und verletze insbeson-

ANZEIGE

dere weder die Kompetenzordnung des Grundgesetzes noch die Berufsfreiheit der Ärzte. Im Zusammenhang mit kosmetischen Operationen hat der Bundesgerichtshof danach in einem weiteren Urteil vom 23.03.2006, AZ: III ZR 223/05, entschieden, dass die Anwendung der Gebührenordnung auch für kosmetische Operationen gelte, unabhängig von der Frage, ob diese medizinisch indiziert oder nicht zur Heilung einer Gesundheitsstörung erforderlich war. Dementsprechend ist auch die Erhebung von Pauschalhonoraren rechtlich unzulässig. Liquidationen müssen immer über die Gebührenordnungen abgerechnet werden, wobei eine gewisse Flexibilität allenfalls über die Steigerungsfaktoren erfolgen kann. Interessant ist auch ein Urteil des OLG Koblenz vom 21.02.2008, AZ: 5 U 1309/07, das sich mit der persönlichen Leistungserbringung im Rahmen von Privatliquidationen beschäftigte. Darin heißt es: „Lässt ein persönlich verpflichteter Chefarzt die Operation vertragswidrig von einem angestellten Arzt durchführen, schuldet der Patient selbst dann keine Vergütung, wenn der Eingriff sachgemäß erfolgte.“ Dem Chefarzt steht auch kein Bereicherungsanspruch gegen den Patienten zu. Dabei ist nicht die Wertschätzung der aufgedrängten Bereicherung durch den Leistungsempfänger (Patient) maßgeblich. Wurde die in dieser Form nicht geschuldete Operationsleistung irrtumsfrei oder gegen den erklärten Willen des Patienten erbracht, ist der Arzt nach der gesetzlichen Wertung der §§ 814, 613 BGB, 223 StGB nicht schutzwürdig. Mit anderen Worten: werden persönlich geschuldete Leistungen nicht vom verpflichteten Arzt/Zahnarzt selbst erbracht, so ist der Patient nicht verpflichtet, die möglicherweise sogar perfekt erbrachte Leistung entsprechend zu vergüten.

Die Honorarvereinbarung ist eine Art Kostenvoranschlag

Wichtig ist weiter, dass die Honorarvereinbarung einer Art Kostenvoranschlag gleicht. Das Landgericht Meiningen hat in einem Urteil vom 07.02.2002, AZ: 1 O 1001/01 dazu ausgeführt, dass zwar eine genaue Angabe der zu erwartenden Kosten zum Zeitpunkt der Auf-

nahme des Patienten unter Umständen schwer möglich sei. Wie im Rahmen eines Kostenvoranschlages nach § 615 BGB reichen auch hier im Wesentlichen zutreffenden Angaben aus. Die diesbezüglichen Angaben müssten aber soweit als möglich individualisiert sein und sich auch auf die im konkreten Behandlungsfall voraussichtlich entstehenden Arztkosten beziehen. Für den Patienten seien diese Angaben unverzichtbar, um absehen zu können, auf welche finanziellen Risiken er sich bei der Vereinbarung von Wahlleistungen einlässt.

Abschließend soll noch darauf hingewiesen werden, dass gerade die Abgrenzung zwischen Kassen- und Privatleistungen mittlerweile immer mehr in den Vordergrund rückt. Dies ist nur bei eindeutiger Abgrenzung möglich. In manchen Fällen wird dies nicht problematisch sein, jedoch entstehen immer wieder im Zusammenhang, insbesondere mit Beratungen, Probleme. Hier gilt mit der Behandlung einer Krankheit der Grundsatz der Unteilbarkeit der Beratung. Aus diesen Gründen sollte eine Beratung nach EBM und nach GOÄ nur dann berechnet werden, wenn eine eindeutige Abgrenzung möglich ist. Es empfiehlt sich daher die Vereinbarungen von gesonderten, zeitlich getrennten Terminen, damit beispielsweise im Nachhinein auch tatsächlich der Nachweis der Abgrenzung geführt werden kann. Entscheidend ist insbesondere, dass gerade im Zusammenhang mit Pri-

vatsprechstunden bei der Vergabe von Terminen kein Druck auf den Patienten ausgeübt wird. Erste Ermittlungsverfahren von Staatsanwaltschaften wegen des Verdachts auf Abrechnungsbetrug bzw. auch Nötigung sind bereits erfolgt.

Zusammengefasst bleibt festzuhalten, dass die früher starre Trennung zwischen den Patienten der gesetzlichen Krankenversicherung und der Privatliquidation zunehmend aufweicht. Dies hat vielfältige Ursachen. Unabhängig von deren Einstufung ist es von essenzieller Bedeutung, dass die „Spielregeln“ eingehalten werden, damit sich Ärzte und Zahnärzte nicht unnötig Verdächtigungen und Verfahren aussetzen.

kontakt.



Karin Gräfin von Strachwitz-Helmstatt

Fachanwältin für Medizinrecht
EHLERS, EHLERS & PARTNER
RECHTSANWALTSSOCIETÄT
Widenmayerstr. 29, 80538 München
Tel.: 0 89/21 09 69 34
Fax: 0 89/21 09 69 99
E-Mail: k.strachwitz@eep-law.de

ANZEIGE

schärfer, pfiffiger, immer aufrecht im bild.

c-on III

Die einzige volldigitale Intraoral Kamera mit automatischer Bildddrehung.



orangedental  info +49 (0) 73 51 . 4 74 99 . 0

premium innovations



Die Sicht des Patienten

| Dr. Lea Höfel

Die Notwendigkeit von Zahnbehandlungen und den damit verbundenen Privatleistungen ist aus Sicht des Zahnarztes meist vollkommen anders zu bewerten als aus Sicht des Patienten. Während der Zahnarzt durch Studium und Erfahrung über großes fachliches Wissen verfügt, versteht und interpretiert der Patient aufgrund seines rudimentären Laienwissens. Der Zahnarzt übersieht in Gesprächen leider allzu oft, dass er sich die willige Kooperation des Patienten nicht durch medizinische Perfektion erarbeiten kann. Einzig und allein das Verständnis für die Wahrnehmung und die Wünsche des Patienten führen dazu, miteinander den optimalen Behandlungsweg zu beschreiten.

Viele Zahnärzte haben Schwierigkeiten, im Beratungsgespräch überzeugt und überzeugend zu sein. Den ersten Schritt, die Überzeugung von der Richtigkeit des Behandlungsvorschlags, setzen wir an dieser Stelle voraus. Am zweiten Schritt, überzeugend zu sein, kann gearbeitet werden. Was möchte der Zahnarzt mit dem Beratungsgespräch erreichen? Er möchte einen sinnvollen Behandlungsplan vorschlagen, welchen der Patient versteht und bejaht. Den „sinnvollen Behandlungsplan“ erarbeitet sich der Zahnarzt aufgrund seiner zahnheilkundlichen Fachkenntnisse, über die der Patient jedoch nicht verfügt. Damit der Patient den Vorschlag „versteht und bejaht“, muss der Zahnarzt nun seine Fachkompetenz hintanstellen und sich voll und ganz auf die Wahrnehmungswelt des Patienten einlassen (siehe auch J. Manhart [2005]: Privatleistungen in der Zahnmedizin. Spitta Verlag GmbH).

Vorgehen beim Beratungsgespräch

Bevor die Beratung richtig beginnen kann, muss der Zahnarzt einen Behandlungsauftrag vom Patienten erhalten. Der Patient muss von sich aus den Wunsch nach weißen Zähnen, makelloser Zahnfront oder lückenloser Zahnreihe artikulieren. Die Umsetzung durch Bleaching, Veneers oder Implantate ist Aufgabe des Zahnarztes, hat jedoch im Gespräch vorrangig erst einmal keine Bedeutung. Im Verständnis des Patienten steht eben – weiß, makellos oder lückenlos – im Vordergrund, dies genau herauszubekommen und zu verdeutlichen ist die Hauptaufgabe des Zahnarztes.

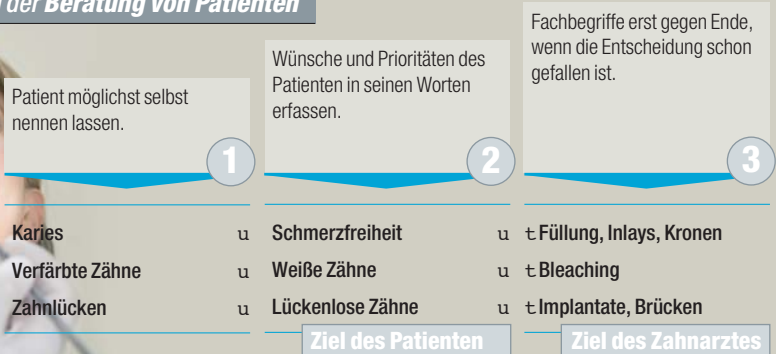
Sie können natürlich dem Patienten gleich zu Anfang sagen, dass er mehrere kariöse Zähne hat, die bestimmt Schmerzen bereiten und in Zukunft weitere Probleme mit sich bringen werden. Das geschieht oft nach der ersten Bestandsaufnahme im Gespräch mit dem

Patienten. Ist der Patient zu Ihnen gekommen, weil er über den Zustand seiner Zähne detailliert Bescheid weiß und genau deshalb mit klaren Vorstellungen da ist, ist das auch in Ordnung. Aber die wenigstens Patienten kommen schon mit diesem ausgefeilten Wissen zu Ihnen. Wenn Sie wie beschrieben den Befund der Zähne erläutern und nahtlos zu den Behandlungsmöglichkeiten übergehen, haben Sie den Patienten schon verloren.

Der Auftrag des Patienten

Er muss von selbst äußern, was ihn stört und was er gerne geändert hätte. Dies kann er nicht in Form von okklusal-distal-palataler Karies an 34 ausdrücken und Kronen, Implantate oder ähnliches vorschlagen. Sie müssen ihm die Gelegenheit geben, seine Beschwerden und Wünsche in seinen Worten auszudrücken. Fragen Sie ihn, was ihn stört. Lassen Sie sich erläutern, mit welchem Ergebnis der Patient zufrieden wäre. Der Patient wird zum Beispiel sagen, dass er mehrere Löcher hat, die beim Essen schmerzen. Der Wunsch dieses Patienten ist also „Schmerzfreiheit“ und nicht der Unterschied zwischen Füllung, Inlay oder Krone. An diesem Punkt hat er Ihnen den Auftrag gegeben, ihn von seinen Schmerzen zu befreien. Erklärt er Ihnen, dass ihn die gelbliche Färbung durchs Rauchen stört, haben Sie den Auftrag, die Zähne farblich zu verändern. Vielleicht hat er aber auch im Backenzahnbereich eine Zahnlücke.

Exemplarisches, stufenweises Vorgehen bei der Beratung von Patienten



Nehme Sie das Wort „Implantat“ bitte erst einmal nicht in den Mund. Auf die Frage, was stört, wird er antworten „die Zahnlücke“. Weshalb stört die Zahnlücke? „Ich kann nicht richtig kauen“, „nur alte Leute haben Zahnlücken“, „es sieht nicht schön aus“. Die Aufträge an den Zahnarzt wären bei diesen drei Antworten „ich möchte wieder gut essen können“, „ich möchte jugendlich sein“ und „ich möchte schön aussehen“. Das alles versteckt sich zwar aus Sicht des Zahnarztes hinter dem Wort Implantat, beim Patienten jedoch meist in erster Linie nicht – er verbindet damit im schlimmsten Fall Kosten, Zeit und Geld-eintreiberei.

Im weiteren Schritt sollten Sie den Patienten dazu auffordern, noch ausführlicher über seine Wünsche zu reden. Er möchte schmerzfrei sein, er möchte wieder das geliebte Vollkornbrötchen frühstücken, er möchte Eis essen können, er möchte ohne Schmerzen die Zähne putzen. Er möchte vielleicht auch schöne Zähne haben und offen lächeln können. Diese Aufzählungen helfen dem Zahnarzt, die Welt aus Sicht des Patienten besser zu verstehen. Er kann auf ihn eingehen und gleiche Worte benutzen. Gleichzeitig bewirkt das ausführliche Reden über die eigenen Wünsche beim Patienten, dass sich sein Wunsch konkretisiert. Erst ein konkreter Wunsch in allen Details wird zu einem begehrenswerten Ziel. Je mehr der Mensch über etwas redet, desto wichtiger ist es in der Regel.

Nun hat der Zahnarzt schon einen recht guten Eindruck über die Denkweise seines Patienten. Um die Flut an Informationen zu sortieren, sollte die Frage nach der Wichtigkeit der einzelnen Punkte nicht fehlen. Schmerzfrei, schöne Zähne, offen lächeln. Was ist der wichtigste Punkt? Anfangs erschien es dem Patienten aufgrund von Schmerzen am wichtigsten, diese loszuwerden. Im Gespräch wurde ihm aber eventuell bewusst, dass schöne Zähne sein größtes Ziel sind. Das im Zusammenhang mit Schmerzfreiheit wäre optimal.

Jetzt erst, Kosten und Vorgehen

Bis zu diesem Punkt hat der Zahnarzt noch kein einziges Mal Fachbegriffe oder Zahlen genannt. Es geht erst einmal darum, den Patienten in seiner

Wahrnehmung und mit seinen Wünschen – also den Auftrag – zu verstehen. Es geht noch nicht um die fachliche Umsetzung, sondern um die Ausgangssituation und das erwünschte Endergebnis. Die genaue Prozedur und der Preis sind – bei korrekter Ausführung des Gesprächs – keine Entscheidungsfragen. Sie sind lediglich die Verwirklichung. Natürlich kann es vorkommen, dass ein Patient das Gespräch mit den Worten beginnt, dass er nur einen bestimmten Betrag bereit ist zu zahlen. Das ist aber eher selten. Wenn Sie sich einmal selbst genau beobachten, kommen die Zwischenfragen nach dem Preis und der Prozedur erst dann, wenn der Zahnarzt mit Fachbegriffen um sich wirft. Der Patient weiß nicht wirklich, was ein Implantat ist. Er fragt also nach, was das ist, wie viel es kostet, was gemacht werden muss. Im Gegensatz dazu weiß ein Patient sehr genau, wie sich eine lückenlose Zahnreihe anfühlt. Da drängt sich die Frage nach Kosten und Behandlung erst einmal nicht vordergründig auf. Natürlich muss der Patient darüber auch aufgeklärt werden, das ist selbstverständlich. Aber aus Angst vor diesen bohrenden Fragen lenkt der Zahnarzt oft unbewusst das Gespräch selbst in diese Richtung und wird dann unsicher. Mit Unsicherheit kann jedoch niemand Privatleistungen überzeugt und überzeugend erläutern.

Vermitteln Sie dem Patienten zuerst die Begeisterung in eine schmerzfreie, weiße oder lückenlose Zukunft. Lassen Sie sich auf die Wahrnehmungswelt des Patienten ein und argumentieren Sie in seinen Worten. Die Kostenvermittlung inklusive fachlichen Details wird daraufhin stark vereinfacht, da sich der Patient schon für das Endresultat entschieden hat.

kontakt.

Dr. Lea Höfel

Diplom-Psychologin
Dentic®
Privatklinik der Zahnmedizin & Ästhetik
Klammstraße 7
82467 Garmisch-Partenkirchen
Tel.: 0 88 21/93 60 12
E-Mail: hoefel@dentic.de
www.dentic.de

pay less. get more.



Jubiläums- verlosung

Mitmachen und gewinnen

ein *Klick...*
www.semperdent.de

20 Jahre
zufriedene
Kunden

20 Jahre **Vertrauen**
Vielen Dank dafür

20 Jahre
Zahnersatz
seit 1989



Semperdent GmbH
Tacklenweide 25
46446 Emmerich

Tel. 0800. 1 81 71 81
Fax 0 28 22. 9 92 09
info@semperdent.de

www.semperdent.de

Alles auf Kasse?

Alle reden von einer stundensatzbasierten Abrechnung in Zahnarztpraxen. Gabi Schäfer berichtet aus der Praxis.



Während in einer „normalen“ Wirtschaftlichkeitsprüfung dem Zahnarzt tendenziell Honorare gestrichen werden sollen, decke ich unter anderem in Praxisberatungen bei meiner „Wirtschaftlichkeitsprüfung“ auf, wo im Sinn einer stundensatzbasierten Abrechnung unwirtschaftlich gearbeitet wird. Ein alltägliches Beispiel soll dies

erläutern: Ein GKV-Patient kommt mit seiner herausgefallenen Krone in der Hand in die Praxis und möchte diese wieder eingesetzt bekommen. Die in der Tabelle aufgeführten Verrichtungen nehmen insgesamt 20 Minuten Behandlungszeit in Anspruch. Normalerweise rechnen Praxen in diesem Fall wie offiziell empfohlen einmal die BEMA-Ziffer 24a ab und setzen den Festzuschuss 6.8 an. Das wirtschaftliche Ergebnis dieser Vorgehensweise wird in der roten Tabelle dargestellt. Das Honorar für 20 Minuten Behandlungszeit beträgt 18,64 Euro, was einem „vergüteten“ Praxisstundensatz von 55,92 Euro entspricht. Liegt der reale Praxisstundensatz bei 180 Euro, so subventioniert die Praxis diese Behandlung mit 41,36 Euro. Was kann man tun? Darauf hoffen, dass diese Verluste durch andere Leistungen subventioniert werden können? Etwa durch eine neue Kassenkrone, die komplett mit Provisorium inkl. einer zweijährigen Garantie für 124,48 Euro zu erbringen ist? Betrachten wir stattdessen den Abrechnungsvorschlag im grünen Kasten.

Bei Einschleifmaßnahmen am natürlichen Gebiss ist auch bei Reparaturen die BEMA-Nr. 89 abrechenbar, die deshalb unter den mit dem FZ 6.8 abgegoltenen BEMA-Nummern aufgeführt ist. Zusätzlich ist die außerhalb des Mundes stattfindende Überarbeitung und Politur der Krone als zahntechnische Leistung nach §9 GOZ berechnungsfähig, während die innerhalb des Mundes vorgenommene Reinigung des Stumpfs mit der BEMA-Nr. 24a abgegolten wird. Mit diesem Ansatz erzielt die Praxis ein stundensatzgerechtes Ergebnis von 60 Euro. Allerdings muss bei Erstellung und Abrechnung des Heil- und Kostenplans auf einige Besonderheiten geachtet wer-

den: So müssen die zahntechnischen Leistungen mit dem Patienten über das BMV-Z/EKVZ-Formular privat vereinbart werden und auf dem Kassenplan dürfen keine Laborkosten erscheinen. Bei der Abrechnung wird der GOZ-konform gestaltete Laborbeleg nicht der KZV-Abrechnung beigefügt, sondern direkt mit der Eigenanteilsrechnung dem Patienten berechnet. Da Praxisverwaltungsprogramme diese Finessen in der Regel nicht unterstützen, empfiehlt sich der Einsatz einer professionellen Planungshilfe. Eine kostenlose Probeversion der Synadoc-CD kann man telefonisch 0700/67 33 43 33 oder direkt im Internet unter www.synadoc.de bestellen.

autorin.



Gabi Schäfer

Als Seminarleiterin schulte sie während der letzten 16 Jahre in mehr als 2.000 Seminaren 60.000 Teilnehmer in allen Bereichen der zahnärztlichen und zahntechnischen Abrechnung. Ihre praxisnahe Kompetenz erhält sie sich durch bislang mehr als 720 Vor-Ort-Termine in Zahnarztpraxen, wo sie Dokumentations- und Abrechnungsdefizite aufdeckt und beseitigt und Zahnärzten in Wirtschaftlichkeitsprüfungen beisteht.

Rezementieren einer Vollgusskrone

GKV-Patient

f	k							B
18	17	16	15	14	13	12	11	
48	47	46	45	44	43	42	41	
f								B

Patient erscheint mit herausgefallener Krone in der Hand.

- Inspektion des Stumpfes
- Inspektion der Krone
- Krone reinigen und polieren
- Stumpf reinigen
- Gebiet trockenlegen
- Krone zementieren
- Zementreste entfernen
- Okklusion prüfen und korrigieren

Zeitaufwand: 20 Minuten Behandlungszeit

KZV-Honorar für 20 Min.: 18,64 Euro

KZV-Praxisstundensatz: 55,92 Euro

Praxisstundensatz real: 180,00 Euro

Die Praxis verliert: 41,36 Euro

BEMA-Nr. 24a (25 Punkte)

BEMA-Nr. 89 (16 Punkte)

zzgl. ZTL nach §9 GOZ:

BEB-Nr. 8213 29,44 Euro

„Politur/Überarbeitung Krone“



ProEasy® – und wie?

Können Sie sich ein Warenwirtschaftssystem vorstellen, das Ihnen den Alltag spürbar erleichtert? Wir stellen es Ihnen gerne vor: ProEasy® befreit Sie von zahlreichen Tätigkeiten, wie zum Beispiel Verwaltung und Dokumentation aller Lagerbewegungen. Auch Bestellungen erledigt ProEasy® für Sie – online oder per Fax. Noch mehr Einsparpotenzial bietet die erstaunlich einfache Bedienung. ProEasy® ist außerdem zukunftssicher und QM-fähig. Wie man das erhält? Nur über die dental bauer-gruppe. Überzeugen Sie sich selbst, wir beraten Sie gerne. Nutzen Sie die vielseitigen Talente von ProEasy®:

- Bearbeitung des gesamten Warenwirtschaftskreislaufs
- Registrierung von Lagerentnahmen und Bestandsführung über kabellosen Bordscanner
- Automatische Erzeugung von Bestellvorgängen
- Dokumentation aller Einkäufe, Bestände, Lagerbewegungen und Entnahmen
- MPG-Dokumentation
- Sterilgutverwaltung

dental bauer GmbH & Co. KG
Ernst-Simon-Straße 12
D-72072 Tübingen
Tel.: +49(0)7071/9777-0
e-Mail: info@dentalbauer.de

Eine starke Gruppe

Fax +49/(0)800/6644-719

Ja, ich möchte mehr über ProEasy® wissen.
Bitte nehmen Sie mit mir Kontakt auf.

Praxis / Labor

Ansprechpartner

Straße, Nr.

PLZ, Ort

Telefon

e-Mail

Datum, Unterschrift

**www.
dentalbauer.de**

kurz im fokus

MasterOnline Parodontologie

Seit Herbst 2007 gibt es das Postgraduiertenstudium an der Universität Freiburg, welches sich an niedergelassene Zahnärzte richtet, die berufsbegleitend und onlinegestützt den akademischen Grad des „Master of Science“ im Fach Parodontologie erlangen möchten. Im Gegensatz zu anderen Weiterbildungsangeboten kommt der „MasterOnline Parodontologie“ mit nur zehn Präsenzveranstaltungen in drei Studienjahren aus, da hier die Theorie größtenteils online vermittelt wird. Die zehn Präsenzveranstaltungen sind weitgehend für Hands-on-Kurse reserviert. So steht am Anfang des Studiums eine dreitägige Auftaktveranstaltung in Freiburg, die die Teilnehmer in die Technik der Lernplattform einführt. Zudem werden die Teilnehmer in die intraorale Fotografie und die wissenschaftliche Methodik eingeführt. Die Anbindung an die Universität Freiburg erweist sich bei vielen Veranstaltungen als sehr praktisch: So kann beispielsweise in dem Modul Angewandte Anatomie zwei Tage lang das Anatomische Institut der Universität genutzt werden. Hier werden für angeleitete Präparations-, Mikroskopier- und parodontalchirurgische Operationsübungen Humanpräparate zur Verfügung gestellt. Die Möglichkeit, so naturgetreu zu üben, wird von den Teilnehmern als großer Mehrwert empfunden und intensiv genutzt. Weitere Präsenzmodule sind unter anderem Parodontales Behandlungskonzept, Chirurgische PA-Therapie & Implantologie, Praxis & Co. sowie Synoptische Zahnheilkunde. Die beiden laufenden Jahrgänge äußerten sich sehr positiv über die praxisintensiven Veranstaltungen. Gerade die Konzentration auf wenige, zielgerichtete Präsenzen macht das Studium für vollberufstätige und auch familiär eingebundene Zahnärzte attraktiv und erheblich kostengünstiger als vergleichbare Studiengänge. Der „MasterOnline Parodontologie“ startet in diesem Herbst zum dritten Mal.
www.masteronline-parodontologie.de

Buchvorstellung:

Aktueller Bericht zur Zahngesundheit

Über die aktuelle Entwicklung und den neuesten Stand der Mundgesundheit der Bevölkerung in Deutschland informiert bald ein neues Buch. Unter dem Titel: „Zahnmedizinische Versorgung in Deutschland. Mundgesundheit und Versorgungsqualität – eine kritische Bestandsaufnahme“ analysieren die Autoren die Entwicklung der Leistungsstrukturen, die Qualität der erbrachten zahnärztlichen Leistungen, die Personalkapazitäten sowie die Vorsorgeorientierung der Bevölkerung und die Effizienz des zahnmedizinischen Versorgungssystems. Das Spannungsfeld von zahnmedizinischem Handeln und bevölkerungsorientierter sowie persönlicher Gesundheitsvorsorge wird vor dem Hintergrund nationaler und internationaler Forschungserkenntnisse umfassend dargestellt. Dazu haben die Autoren unter anderem die Mundgesundheitsdaten von 1980 bis 2008 für Deutschland und wichtige Industrieländer, die Leistungsdaten der GKV



von 1985 bis 2006 sowie vorliegende nationale und internationale Qualitätsstudien analysiert und ausgewertet.

Das Buch ist ein wertvoller Rat- und Ideengeber für Entscheidungsträger im Gesundheitswesen und eine belastbare Orientierungshilfe für Zahnärzte, um ihre individuellen Praxiserfahrungen mit den allgemeinen Entwicklungstrends zu vergleichen.

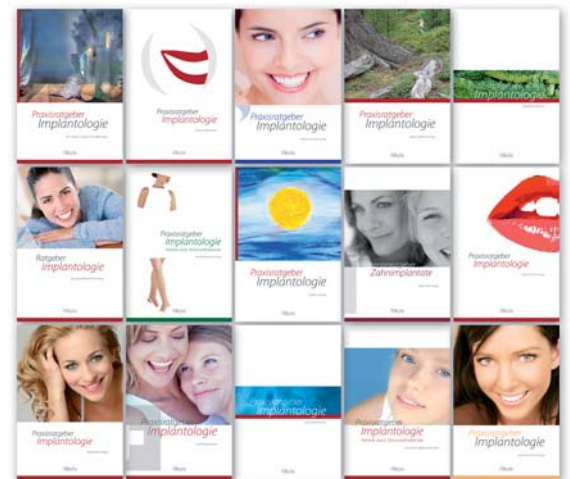
Neuere Entwicklungen in der Zahnheilkunde werden kritisch beleuchtet, sodass Versicherte und Patienten Entscheidungshilfen und Ratschläge auch für individuelle Fragestellungen erhalten. Das Buch wird etwa ab Juli 2009 im Handel erhältlich sein.

Jochen Bauer/Thomas Neumann/Rüdiger Saekel: „Zahnmedizinische Versorgung in Deutschland. Mundgesundheit und Versorgungsqualität – eine kritische Bestandsaufnahme“, 2009, 280 Seiten ISBN: 978-3-456-84775-7 etwa 39,95 Euro

Gedruckter Mehrwert:

Privat wird gelesen

In den Zeiten des ungebremsen Wachstums der elektronischen Medien hatten viele schon ein baldiges Ende des Buches vorhergesagt. Doch weit gefehlt: Die Buchmessen beweisen es Jahr für Jahr – das Medium Buch erfreut sich weiterhin einer hohen Beliebtheit. Dabei wurden noch vor etwa 150 Jahren in vielen Familien Texte laut vorgelesen – weil nicht alle des Lesens mächtig waren bzw. sich Bücher nicht ohne Weiteres leisten konnten. Seitdem jedoch das Taschenbuch Ende des 19. Jahrhunderts zum Massenprodukt geworden ist, sind Bücher in jedem Haushalt präsent. Die Menschen lesen nicht nur, sondern empfehlen weiter oder machen das Buch zum Sammlerobjekt. Die traditionell hohe Wertschätzung des Mediums Buch färbt sich auch auf Sie ab, wenn Sie Ihren Patienten Ihren eigenen Ratgeber in die Hand drücken. Nutzen Sie die Chance, sich als



Herausgeber und/oder Autor diesen symbolischen Gehalt zunutze zu machen. Sie sparen Beratungszeit und ernten Dankbarkeit und Wertschätzung. Wir unterstützen Sie dabei. Weitere Infos unter:

nexilis verlag GmbH
 Tel.: 0 30/39 20 24 50
www.nexilis-verlag.com

ZWP online
 Weitere Informationen zu diesem Unternehmen befinden sich auf www.zwp-online.info

Expertenempfehlung:

Salze zur Linderung empfindlicher Zähne

Etwa ein Drittel aller Erwachsenen zwischen 20 und 50 Jahren leidet zumindest zeitweise unter den kurzen scharfen Schmerzen, die oft beim Einatmen kalter Luft oder dem Genuss von kalten und heißen Getränken auftreten. Besonders häufig treten empfindliche Zähne bei Patienten zwischen 30 und 40 Jahren auf. Wer darunter leidet, der sollte Zahncremes verwenden, die Kalium- oder Strontiumsalze enthalten. Zu dieser Einschätzung



Die Expertenrunde v.l.n.r.: Dr. Frank Gonser (GSK), Prof. Christian Splieth, Prof. Christoph Benz, Dr. Volker Scholz (IHCF), Prof. Lutz Stösser, Prof. Lars Petersson.

kamen die vier international anerkannten Professoren Lutz Stösser (Jena), Lars Petersson (Halmstad/Schweden), Christian Splieth (Greifswald) und Christoph Benz (München) im Rahmen eines Expertengesprächs, zu dem die IHCF-Stiftung zur Förderung der Gesundheit und die Sensodyne®-Forschung geladen hatten. Ziel dieser Diskussion war es, auf Basis aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse einen Konsens für die Behandlung von überempfindlichen Zähnen zu entwickeln. Die Experten kamen zu dem Schluss, dass Kalium- und Strontiumsalze bei schmerzempfindlichen Zähnen effiziente Wirkstoffe sind und somit als Inhaltsstoffe in Zahncremes bei der häuslichen Anwendung eine sinnvolle Ergänzung des zahnärztlichen Handelns darstellen. Jeder Mensch spricht individuell auf die verschiedenen Wirkmechanismen an, wie Zahnarzt Dr. Frank Gonser (MBA) von der Sensodyne®-Forschung erklärt: „Kaliumchlorid legt sich schützend um den Zahnerv, wodurch die Schmerzempfindlichkeit gesenkt wird, während Strontiumchlorid die Dentinkanälchen verschließt und somit eine lang anhaltende Blockade gegen schmerzhafte Reize aufbaut.“ Nach Aussage der Experten kann so bereits bei den ersten Anzeichen von schmerzempfindlichen Zähnen wirksam dem Fortschreiten vorgebeugt werden. Denn Überempfindlichkeit sei nicht nur ein Komfortmangel, sondern könne zu einer chronischen Erkrankung werden. Daher wird auch geraten, mindestens zweimal täglich Zahnpasten mit Kalium- und Strontiumsalzen zu verwenden.

GlaxoSmithKline Consumer Healthcare GmbH & Co. KG
Tel.: 0 72 23/76-0, www.sensodyne.de

CHAMPIONS®  IMPLANTS

einfach, erfolgreich & bezahlbar

direkt vom bekannten,
deutschen Hersteller

70 €



- Champions® begeistern in allen Indikationen, Preis-/Leistung, Zeit-Alltags-Patientencompliance
- Knochenkondensation & Implantation in einem minimal-invasiven, flapless-transging. Vorgang
- Schonend-sanfte MIM®-Implantation mit weit über 20.000 erfolgreichen Sofortbelastungen seit 1994
- beste Primärstabilität durch krestales Mikrogewinde -> sichere Sofortbelastung
- Zirkon-gestrahlte, geätzte, Ti-IV-Oberfläche
- intelligenter Halsbereich für jede Schleimhautdicke
- Gebrauchsmustergeschützte Zirkon-, 'Prep Caps' (zum fakultativen Zementieren) zum Ausgleich von Divergenzen & Ästhetik & Sofortimplantation für Zahnarzt-Hohlkehl-Präparation (GOZ 221 / 501)
- Deutsches Fräs- und Laborzentrum inkl. ZTM für biokomp., hochwertigen & preiswerten ZE (www.champions-dental-lab.com, Tel. 06734-961592, Fax 06734-960844)
- Kostenlose Planungs-, Diagnostik & Therapie-Hilfe und Patienten-Marketing-Service
- Keine Anfangs-Investition bei Kommissions-Erstlieferung



FORTBILDUNG, DIE BEGEISTERT: ZERT. UMSTEIGER & ANFÄNGER & 'ONLY-WOMEN-POWER' & UPDATER CHAMPIONS - MOTIVATION - KURSE

Inkl. vielen Live-Implantationen- & sicheres Prothetik-Konzept
(15 bzw. 30 Fortbildungspunkte)

bei Dr. Armin Nedjat (Flonheim/Mainz)
Spezialist Implantologie Diplomate ICOI
Entwickler & Referent der Champions®



Mehr Infos, Kurs-Termine, Bestellung:
Telefon: 06734 - 6991 • Fax: 06734 - 1053

Info & Online-Bestellshop:
www.champions-implants.com

Steigerung der Privatleistungen

| Prof. Dr. Bettina Fischer, Dipl.-Kfm. Thomas Fischer, Dipl.-Betriebswirt (FH) Detlev Westerfeld

Im Hinblick auf die gekürzten Leistungen der gesetzlichen Krankenkassen und dem daraus resultierenden höheren privaten Zuzahlungsanteil bei zahnärztlichen Behandlungen sollten Privatleistungen stärker in den Fokus der Praxisaktivitäten rücken. Für die Praxis bedeutet dies, dass das Zusammenspiel vieler verschiedener Faktoren reibungslos funktionieren muss. So muss beispielsweise die Möglichkeit gegeben sein, den Patienten umfassend zu informieren und zu beraten, um Privatleistungen entsprechend zu verkaufen und so das Praxisergebnis zu verbessern.

In den letzten Ausgaben der ZWP wurde anhand einer vierteiligen Artikelserie die Systematik einer betriebswirtschaftlichen Praxissteuerung anhand einer konkreten Praxisplanung ausführlich dargestellt. Aufbauend darauf soll der vorliegende Beitrag mithilfe von praxisnahen Szenarien aufzeigen, welche konkreten Handlungsmöglichkeiten sich für die Praxis zur Erreichung des Ziels „Steigerung der Privatleistungen“ ergeben und wie Zielabweichungen entsprechend korrigiert werden können. Zunächst empfiehlt sich eine Vorgehensweise, die der Grundsystematik einer erfolgsorientierten Praxisführung entspricht (Abb. 1). In Bezug auf die Definition der Praxisziele kann der Praxiserfolg nicht ausschließlich an Umsatz und Gewinn festgemacht werden. Jedoch dienen gerade diese Größen in nahezu allen Praxen als erster Anhaltspunkt für die Beurteilung der aktuellen Lage. Wenn überhaupt, werden erst in zweiter Linie die Einflussfaktoren auf die betriebswirtschaftlichen Zahlen analysiert. Dies ist durchaus kritisch zu beurteilen, da diese Faktoren den Schlüssel zum Praxiserfolg darstellen und daher einer intensiven Analyse unterzogen werden sollten. Zudem sollte der Fokus nicht auf einer vergangenheitsbezogenen Betrachtung, sondern auf einer zukunftsorientierten Perspektive liegen. Der betriebswirtschaftliche Erfolg sollte somit nicht das Ergebnis, sondern das Ziel der Anstrengungen eines jeden Zahnarztes und seines Teams sein.

Gerade im Hinblick auf die Steigerung der Privatleistungen müssen die erfolgsbildenden Faktoren einer Zahnarztpraxis permanent überprüft werden. Diese lassen sich wie in Abbildung 2 schematisch darstellen. Wie empirische Studien zeigen, betrachten insbesondere selbstzahlende Patienten die Erfüllung dieser Faktoren sehr genau und reagieren kritisch, wenn ihre Erwartungen in diesen Bereichen nicht erfüllt werden. Die im Folgenden aufgezeigten Szenarien sollen verdeutlichen, dass mögliche Abweichungen vom Ziel „Steigerung der Privatleistungen“ auf die Nichtbeachtung relevanter Erfolgsfaktoren zurückzuführen sind und sollen Handlungsempfehlungen für die Zahnarztpraxis aufzeigen.

Szenario 1:

Optimierung der Patientenstruktur

Beispielsweise kann die Analyse der Soll-Ist-Abweichung ergeben, dass die Patientenstrukturen in der Praxis verantwortlich dafür sind, dass die Einnahmen aus Privatleistungen nicht im gewünschten Umfang ansteigen. Eine solche Aussage kann mehrere Interpretationen zulassen. Hat die Praxis eine zu geringe Auslastung? Hat die Praxis zu wenige Patienten? Hat die Praxis die „falschen“ Patienten oder gelingt es dem Team nicht, die Patienten von den angebotenen Leistungen zu überzeugen? Benötigt die Praxis für den angestrebten Erfolg mehr Neupatienten? Hat die Praxis einen großen Patientenstamm, aber die Patienten kommen un-

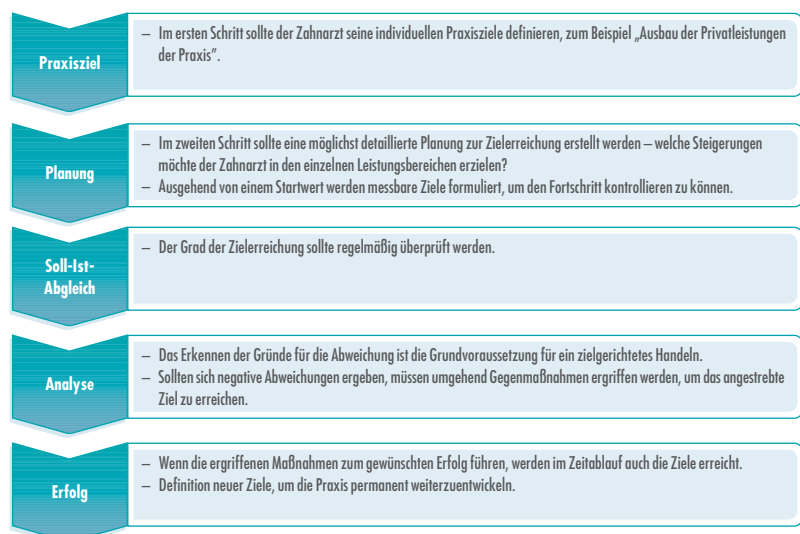


Abb. 1: Grundsystematik einer erfolgsorientierten Praxisführung.

Competence in Composites



IDS-Neuheiten 2009

bluephase® 20i

Lizenz zum Lichthärten

- Polywave LED mit Breitbandspektrum 380 - 515 nm
- Sehr hohe Lichtintensität von 2.000 mW/cm²
- Dauerbetrieb durch integrierte Kühlung
- Click&Cure für den optionalen Netzbetrieb



AdheSE® One F im VivaPen®

Click & Bond mit dem VivaPen

Jetzt neu:

- Verbesserte Schmelzhaftung
- Integrierte Füllstandsanzeige im VivaPen
- Exakte und materialsparende Dosierung
- Punktgenaue Applikation



IPS Empress® Direct

Beeindruckende Ästhetik in neuer Form

- *Direktes Füllungsmaterial* für den Front- und Seitenzahnbereich
- Lieferbar in 32 naturgetreuen Farben
- Angenehmes Handling



www.ivoclarvivadent.de

Ivoclar Vivadent GmbH Clinical

Dr. Adolf-Schneider-Straße 2 | D-73479 Ellwangen | Tel.: +49 (0) 79 61 / 8 89-0 | Fax: +49 (0) 79 61 / 63 26 | info@ivoclarvivadent.de


ivoclar
vivadent[®]
passion vision innovation

regelmäßig oder selten zur Behandlung? Sollte dies der Fall sein, muss die Praxis ihre Patientenbindungsmaßnahmen intensivieren. Beispielsweise

der Patient.“ Ziel muss es sein, die Patienten für die Praxis und ihre Leistungen zu begeistern. Dies gelingt in Form einer persönlichen Patientenkommu-

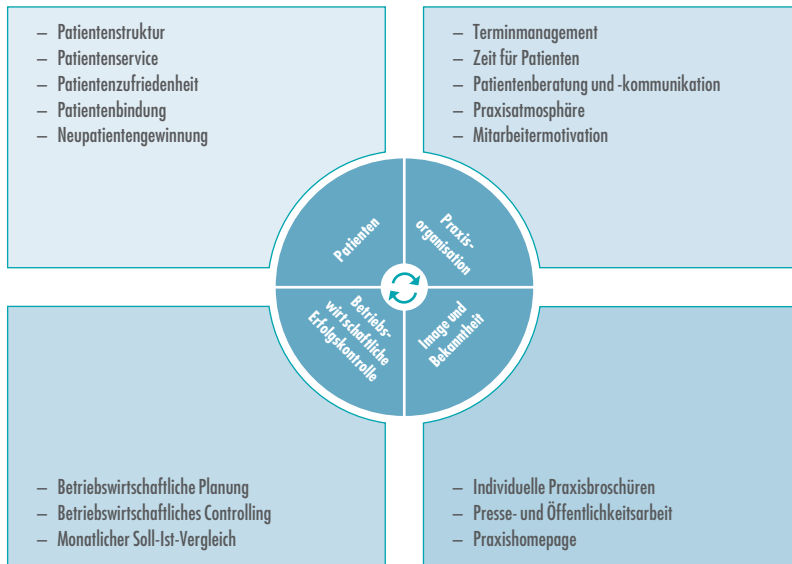


Abb. 2: Schematische Darstellung erfolgsbildender Faktoren einer Zahnarztpraxis.

kann ein Recallsystem eingeführt beziehungsweise dessen Erfolg kontrolliert werden. Auch ein Patienten-Newsletter oder eine Praxiszeitung, die über die Notwendigkeit eines regelmäßigen Zahnarztbesuchs oder über für ihre Patienten interessante Neuerungen in der Praxis informieren, können hier Erfolg versprechend sein. Generell geht es darum, das Interesse und die Neugier bei den Patienten zu wecken.

Sollte die Patientenanzahl der Praxis zu gering sein, muss die Neupatientenwerbung in den Fokus rücken. Im Rahmen des Praxismarketings können z.B. Anzeigen geschaltet werden, um die Bekanntheit der Praxis zu erhöhen. In Kombination mit der Veröffentlichung von Artikeln zu zahnmedizinischen Themen und der Durchführung von Patienteninformationsveranstaltungen kann es zudem gelingen, ein individuelles Praxisimage aufzubauen. Beide Vorgehensweisen können in relativ kurzer Zeit dafür sorgen, dass die Auslastung der Praxis ansteigt und die Patienten gezielt in die Praxis kommen, mit denen sich auch die Privatleistungen ausbauen lassen.

Für den Praxisalltag sollte eine grundsätzliche Maxime immer gelten: „Im Mittelpunkt aller Betrachtungen steht

nikation durch den Zahnarzt und das gesamte Team. Auch hier zeigte eine empirische Studie, dass sowohl die Person des Zahnarztes als auch das Praxisteam entscheidende Faktoren zur Steigerung der Patientenzufriedenheit darstellen. Eine als einmalig empfundene Dienstleistungsmentalität und eine noch nie erlebte Praxisatmosphäre sind oftmals der Schlüssel zum Erfolg. Sobald dies gelingt, werden Patienten gerne und entspannter in die Praxis kommen und offener für die angebotenen Leistungen sein. Begeisterte und überzeugte Patienten sind auch Multiplikatoren bei der Gewinnung neuer Patienten, da sie die Praxis weiterempfehlen.

Die Praxis kann diese Tendenzen unterstützen, indem sie aktiv eine zielgerichtete Presse- und Öffentlichkeitsarbeit betreibt. Hierzu zählt in erster Linie ein professioneller Außenauftritt der Praxis in einem einheitlichen Corporate Design, beispielsweise in Form von praxisindividuellen Informationsbroschüren, Visitenkarten, Briefpapier und einer Praxishomepage. Die Praxis wird hierdurch zunehmend eine anspruchsvollere Patienten Klientel ansprechen, womit sich auch die Privatleistungen in gewünschter Weise entwickeln.

Szenario 2:

Professionelles Terminmanagement

Ein weiterer Grund einer nicht ausreichenden Steigerung der Privatleistungen kann darin liegen, dass die Praxis zu viele Patienten behandelt und somit nicht genügend Zeit für die Beratung und Behandlung anspruchsvoller Selbstzahler hat. In diesem Fall ist das Terminmanagement der Ansatzpunkt für notwendige Anpassungen. Ein gut strukturiertes Terminmanagement ist die zentrale Säule einer erfolgreichen Zahnarztpraxis. Die Wartezeiten für die Patienten werden verkürzt, die Patienten- aber auch die Mitarbeiterzufriedenheit werden erhöht, der Behandlungsablauf verläuft reibungsloser. Auch der Zahnarzt wird entlastet und hat wieder Spaß an der Arbeit. Weiterhin kann ein professionelles Terminmanagement dafür sorgen, dass ausreichend Zeit für qualifizierte Beratungsgespräche mit Patienten in ruhiger und angenehmer Praxisatmosphäre zur Verfügung steht. Die erfolgreiche Beratung der Patienten bietet die Möglichkeit, diese höherwertiger zu versorgen, was wiederum zu einer höheren Zufriedenheit bei den Patienten führt und dadurch zum Erfolg der Praxis beiträgt. Schmerzfälle sollten ausschließlich in fest definierten Zeitblöcken versorgt werden, um nicht den eingeplanten Behandlungsablauf zu stören. Dies gilt ebenso für Patienten, die aufgrund ihrer verschlossenen Einstellung gegenüber dem Leistungsangebot die Entwicklung der Praxis eher hemmen. Untersuchungen haben ergeben, dass für die meisten Patienten unvorhergesehene Wartezeiten zu großen Verärgerungen führen. Ein professionelles Terminmanagement kann somit dazu beitragen, dass der Patient die Praxis zufrieden verlässt und auch gerne wiederkommt. Anders herum betrachtet wird ein Patient, der das Gefühl hat, nicht genug wertgeschätzt zu werden, sich bald einen anderen behandelnden Arzt suchen, was sich wiederum negativ auf Ihre betriebswirtschaftliche Bilanz auswirken wird.

Ein Großteil der aktuell angebotenen zahnärztlichen Leistungen sind bereits Privatleistungen und werden von den Krankenkassen nicht mehr getragen. Deshalb bildet ein kompetentes und

umfassendes Beratungsgespräch von hoher Qualität die Basis für die Steigerung von Privatleistungen. Die Bereitschaft, Ratschläge und Empfehlungen anzunehmen und dafür Geld zu investieren, bringt jedoch nur ein aufgeklärter und zufriedener Patient mit. Die Information zu einzelnen Themen des Leistungsspektrums sollte in persönlicher Form in der Praxis geschehen, kann aber durchaus durch die bereits erwähnten Praxisbroschüren, Praxisnewsletter oder Praxiszeitungen unterstützt werden. Die umfassende Integration von Privatleistungen ins therapeutische Angebot erfordert zwar ein hohes Maß an Eigeninitiative und kann durchaus mit Investitionen verbunden sein, aber diese zahlen sich in der Regel aus: zum einen als wirtschaftlicher Erfolg, zum anderen in der eigenverantwortlich gestalteten Zukunft der Praxis.

Je mehr es dem Zahnarzt gelingt, seine Patienten für hochwertige Leistungen zu begeistern, desto mehr wird er der Herausforderung gerecht, die die ge-

sundheitspolitischen Umstrukturierungen mit sich bringen und desto eher wird er sein selbst gestecktes Praxisziel erreichen.

Szenario 3: Patientenkommunikation

Zielführend bei der Vermarktung der Privatleistungen einer Zahnarztpraxis ist das Gespräch zwischen Zahnarzt und Patient beziehungsweise Team und Patient. Führen diese Gespräche aufgrund unterschiedlicher Störfaktoren (z.B. Zeitmangel, Hektik oder falsche Gesprächsführung) nicht zum gewünschten Erfolg oder finden diese Gespräche gar nicht erst statt, so wird sich die negative Auswirkung auf den Praxiserfolg spätestens beim Abgleich der Planzahlen mit den erreichten Leistungswerten zeigen.

Ein Grundprinzip der Kommunikation ist ihre Funktion, den Kommunikationspartner zu einer Reaktion, einer Antwort oder einer Handlung zu bewegen. Dies gilt ebenso für das Zahnarzt-Patient-

Gespräch: Der Patient hat ein zahnmedizinisches Problem und nur geringe Vorstellungen zur Art und zum Preis der Behandlung. Der Zahnarzt seinerseits fungiert als Problemlöser, indem er bestimmte Behandlungsalternativen anbietet. Zum Ziel kommen beide Gesprächspartner nur, wenn diese Informationen ausgetauscht werden und beide gemeinsam an einer Lösung arbeiten. Nur in einem Dialog steckt also die Möglichkeit, die Wünsche des Patienten genau zu erfahren und darauf reagieren zu können. Der Zahnarzt sollte für die Gesprächsführung verantwortlich sein und das Gespräch so strukturieren, dass die wichtigsten Fragen zuerst und die Details anschließend geklärt werden. Durch strukturiertes Fragen und aktives Zuhören kann der Zahnarzt die Bedürfnisse der Patienten sehr konkret in Erfahrung bringen. Auch hier stellt sich das Ursache-Wirkung-Prinzip ein, denn der Patient wird nicht zufrieden sein, wenn sich der Zahnarzt mit pauschalen Antworten zufriedengibt und seine

ANZEIGE

Sie haben Standards. Wir auch!

Chlorhexamed® alkoholfrei

- Zugelassenes Arzneimittel
- 0,2% Chlorhexidindigluconat
- Äquivalente klinische Wirksamkeit gegenüber unserem Gold-Standard Chlorhexamed® FORTE 0,2%, belegt in einer klinischen Studie bei Prof. Schlagenhaut, Universität Würzburg¹

Vertrauen Sie Chlorhexamed®!

Bekämpft schnell die Entzündungsursachen im ganzen Mundraum.



¹ Klinische 4-Tages-Plaque-Aufwuchs-Studie an der Universität Würzburg durch die Gruppe von Prof. Dr. Ulrich Schlagenhaut (gsk data on file).
² Quelle: TNS, November 2008.

Chlorhexamed® alkoholfrei. Wirkstoff: Chlorhexidinbis(D-gluconat). **Zusammensetzung:** 100 ml Lösung enthalten 0,2 g Chlorhexidinbis(D-gluconat) sowie Pfefferminzaroma, Macroglyglycerolhydroxystearat (Ph. Eur.), Glycerol, Sorbitol-Lösung 70% (nicht kristallisierend) (Ph. Eur.), gereinigtes Wasser. **Anwendungsgebiete:** Chlorhexamed® alkoholfrei wird angewendet zur vorübergehenden unterstützenden Behandlung bei Zahnfleischentzündungen (Gingivitis) und nach parodontalchirurgischen Eingriffen. **Gegenanzeigen:** Chlorhexamed® alkoholfrei darf bei schlecht durchblutetem Gewebe und Patienten mit Überempfindlichkeitsreaktionen gegenüber Chlorhexidinbis(D-gluconat) oder einem der sonstigen Bestandteile des Präparates nicht angewendet werden. Bei erosiv-desquamativen Veränderungen der Mundschleimhaut, bei Wunden und Ulzerationen sollte Chlorhexamed® alkoholfrei nicht angewendet werden. **Nebenwirkungen:** Selten treten Überempfindlichkeitsreaktionen gegen Chlorhexidin auf. In Einzelfällen wurden auch schwerwiegende allergische Reaktionen nach lokaler Anwendung von Chlorhexidin beschrieben. In Einzelfällen treten reversible desquamative Veränderungen der Mukosa (bestimmte Mundschleimhautveränderungen) und eine reversible Parotis-(Ohrspeicheldrüsen-)schwellung auf. Bei Beginn der Behandlung kann ein brennendes Gefühl auf der Zunge auftreten. Es können eine Beeinträchtigung des Geschmackempfindens und ein Taubheitsgefühl der Zunge auftreten. Diese Erscheinungen sind nach Beendigung der Anwendung von Chlorhexamed® alkoholfrei reversibel. Verfärbungen der Zahnhartgewebe, von Restaurationen (dies sind u. a. Füllungen) und der Zungenpapillen (Resultat ist die so genannte Haarzunge) können auftreten. Diese Erscheinungen sind ebenfalls reversibel, und zum Teil kann ihnen durch sachgemäße Anwendung entsprechend der Dosierungsanleitung vorgebeugt werden. Bei Vollprothesen empfiehlt sich ein Spezialreiniger. **Pharmazeutisches Unternehmen:** GlaxoSmithKline Consumer Healthcare GmbH & Co. KG, D-77815 Buhl

**Chlorhexamed®
alkoholfrei**

Meinung oder seinen Geschmack als Maßstab anlegt. Wenn der Zahnarzt hingegen vom Patienten genau wissen möchte, worauf er besonderen Wert bei der Behandlung legt und dieser antwortet lediglich mit der Aussage „gutes Aussehen“, dann sollte eine Nachfrage vonseiten des Zahnarztes erfolgen und dieser nachfragen, was der Patient unter gutem Aussehen konkret versteht. Legt der Patient beispielsweise Wert auf beste Qualität, dann sollte eruiert werden, wie sein finanzieller Rahmen aussieht und ob sich diese beiden Dinge in Einklang bringen lassen.

Am Ende des Gespräches sollte immer ein konkreter Abschluss stehen. Der Zahnarzt sollte hier versuchen, eine Zusage für die bevorstehende Behandlung vom Patienten zu bekommen, ohne ihn zu bedrängen. Beide Seiten sind zufrieden, wenn sowohl Patient als auch der Zahnarzt ein gutes Gefühl haben und gleichermaßen von der Behandlung profitieren. Um dies zu erreichen, sollte auf jeden Patienten persönlich eingegangen werden und im Gespräch eine Lösung für die anstehende Behandlung gefunden werden.

Unterstützung erhält der Zahnarzt hierbei von seinem Team, das in die Kommunikation mit den Patienten eingebunden werden muss. Durch die Übernahme von Beratungsgesprächen durch eine qualifizierte Praxismitarbeiterin zu speziellen Leistungen kann eine Entlastung des Zahnarztes erreicht werden. Wenn Zahnarzt und Team künftig diese Grundregeln der Patientenkommunikation beachten, werden sie Beratungsgespräche erfolgreicher führen, den Anteil der Privatleistungen deutlich steigern und so zum betriebswirtschaftlichen Praxiserfolg entscheidend beitragen.

Szenario 4:
Erhöhung der Mitarbeitermotivation
Häufig sind die betriebswirtschaftlichen Ergebnisse auch das Resultat ei-

nes Einzelkämpferdaseins des Zahnarztes, der ohne wirkliche Unterstützung seines Teams agieren muss. In diesem Fall kann eine gezielte Mitarbeiterführung und -motivation dazu führen, dass sich das Praxisklima verbessert und die neue positive Atmosphäre sich auf den Umgang mit den Patienten übertragen lässt. Am Ende dieses Veränderungsprozesses zeigen sich die erzielten Erfolge auch in den betriebswirtschaftlichen Werten der Praxis. Jeder motivierte Mitarbeiter, der die Kommunikation zwischen Zahnarzt und Patienten aktiv unterstützt, hat einen erheblichen Anteil sowohl am betriebswirtschaftlichen wie auch am zwischenmenschlichen Praxiserfolg. Durch Einbeziehung der Mitarbeiterinnen in Entscheidungen, durch aktive Mitarbeiterführung, durch eine Verbesserung der Praxisorganisation und insbesondere durch die Einführung eines gelebten Qualitätsmanagements in der Praxis, kann die Mitarbeitermotivation in der Praxis forciert werden. Denn letztlich gilt, dass nur ein motivierter Mitarbeiter ein guter Mitarbeiter ist. Dieser kann die Erwartungen des Patienten erfüllen oder im idealen Fall sogar übertreffen.

Fehlende Motivation wird man den Mitarbeiterinnen, mangelnden Service den Patienten – und nicht zuletzt dem betriebswirtschaftlichen Ergebnis der Praxis – anmerken. Es müssen nicht gleich plakatgroße Smileys an den Wänden hängen, um die Mitarbeiterinnen daran zu erinnern, zu lächeln. Es genügt voll- auf, den Patienten ernst und wichtig zu nehmen, indem sie ihn herzlich und mit Namen begrüßen, sich ehrlich für sein Wohlbefinden interessieren, auf seine Wünsche eingehen, Servicebereitschaft signalisieren und diese auch leben. Nichts stößt den sich ohnehin schon unbehaglich fühlenden Patienten mehr ab, als unbeachtet am Tresen zu stehen, während die Mitarbeiterin dahinter in Ruhe ihre Diskussionen mit der besten Freundin über den gestrigen Abend zu Ende führt. In solchen Situationen führen regelmäßige Teammeetings, Zielvereinbarungen mit den Angestellten sowie persönliche Vieraugengespräche sehr schnell dazu, dass sich die Einstellung der Mitarbeiterinnen und somit die Praxissituation verbessern lassen.

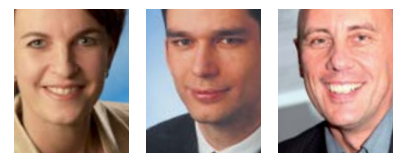
Der Zahnarzt sollte in regelmäßigen Teammeetings die Optimierungspotenziale der Praxis gezielt ansprechen und gemeinsam mit dem Team Lösungen entwickeln. Die Akzeptanz der verabschiedeten Regelungen wird deutlich höher sein als bei vorgegebenen Anweisungen. Das Team sollte sowohl für den Erfolg verantwortlich, als auch in Form von Bonussystemen oder erfolgsabhängigen Gehaltsbestandteilen daran beteiligt sein. Im Rahmen der Vieraugengespräche sollten die Mitarbeiterinnen eine Rückmeldung zu ihrem Leistungsstand sowie Lob und konstruktive Kritik erhalten. Außerdem sollten die Potenziale zur persönlichen Weiterentwicklung aufgezeigt und persönliche Entwicklungsvereinbarungen im Hinblick auf den angestrebten Praxiserfolg getroffen werden. Der Zahnarzt agiert somit als Coach und macht sein Team fit für den gemeinsamen Erfolg.

Agieren statt reagieren

Eine Änderung der Sichtweise hin zu einer betriebswirtschaftlichen Betrachtungsweise lohnt sich für den Zahnarzt in jedem Fall. Durch diese aktive Praxissteuerung im Hinblick auf den Ausbau der Privatleistungen kann der Zahnarzt jederzeit Einfluss auf seinen Praxiserfolg nehmen und muss sich nicht damit zufriedengeben, was als Ergebnis ohne steuernde Eingriffe am Jahresende herauskommt.

Eine Checkliste zu diesem Thema kann bei den Autoren angefordert werden!

autoren.



Prof. Dr. Bettina Fischer
Dipl.-Kfm. Thomas Fischer
Dipl.-Bw. (FH) Detlev Westerfeld

Fischer & Westerfeld
Unternehmensberatung PartG
Friedrich-Koenig-Str. 25a, 55129 Mainz
Tel.: 0 61 31/55 33 98-0
Fax: 0 61 31/55 33 98-22
E-Mail: info@fischer-westerfeld.de

ERFOLG IST STEUERBAR

Workshop: „Betriebswirtschaftliche Erfolgsstrategie“
Freitag, 11.09.2009, 10.00 Uhr bis 18.00 Uhr in Mainz

Anmeldung und weitere Infos unter:
E-Mail: info@fischer-westerfeld.de oder Tel.: 0 61 31/55 33 98-0
Teilnahmegebühr 290,- Euro, begrenzte Teilnehmerzahl!

Herculite® XRV Ultra™ | Nanohybrid Komposit.



Kerr schreibt wieder einmal Geschichte

- **Einführung von Nanofüllern.** Hervorragende Polierbarkeit und lang anhaltender Glanz.
- **Verbesserte Ästhetik.** Natürliche Opaleszenz und Fluoreszenz für ein natürliches Erscheinungsbild.
- **Verbesserte Handhabung.** Nicht klebende, homogene Formulierung mit hoher Formbarkeit und Anpassung an den Zahn.
- **Bewährte Technologie.** Eine solide Technologie, die auf der Original-Herculite-XRV-Plattform beruht.

OptiBond® All•In•One | Selbstätzendes Adhäsivsystem.



Eine Komponente für alles.

- **Nur ein Arbeitsschritt.** Ätzen, Primern und Bonden sind in einem Material vereint. Kein Anmischen erforderlich.
- **Aussergewöhnliche Haftkraft.** In der siebten Generation selbstätzender Adhäsive bietet die einzigartige Nano-Ätztechnologie höchste Haftkraft auf Dentin und Zahnschmelz.
- **Ternäres Lösungsmittelsystem.** Drei verschiedene Lösungsmittel gewährleisten verbesserte Lagerstabilität und effizientes Ätzverhalten auf Zahnschmelz für langlebigen und zuverlässigen Halt.

Maxcem Elite™ | Selbstadhäsives dualhärtendes Befestigungskomposit.



Zementieren war noch nie so einfach.

- **Scherhaftwerte zwischen 22 und 36 MPa.** Selbstadhäsiv, ohne zusätzliche Haftvermittler.
- **Hohe Anwenderfreundlichkeit.** Leichte Überschussentfernung, Direktapplikation, keine Handanmischung, kein Zubehör.
- **Universell.** Geeignet für Vollkeramik, Metallkeramik, Metall und Komposit/FRC.
- **Effiziente Selbsthärtung.** Härtet vollständig ohne Licht aus.

NX3. | Hochästhetisches Befestigungskomposit.



Nexus® 3. Generation. Einfach universell.

- **Einfaches Handling.** Dualhärtend in der Automisch-Spritze.
- **Lichthärtende Indikationen.** Speziell für Veneers und alle Anwendungen, für die unbegrenzte Arbeitszeit gewünscht wird.
- **Haftet an allen Materialien.** Hervorragende Haftung an Schmelz, Dentin, CAD/CAM Blöcken, Keramik, Komposit und Metall.
- **Universell.** Kompatibel mit „Total-Etch“ oder „Self-Etch“ Adhäsiven.
- **Dauerhafte Ästhetik.** Hervorragende Farbstabilität.

Vom Umgang mit angeblich schwierigen Patienten

| Dr. Wolfgang Stoltenberg

Sie sind auf dem Weg von Zimmer 1 ins nächste Behandlungszimmer und erscheinen kurz im Blickfeld der Rezeption. Darauf hat der nette Beihilfeversicherte, der schon seit 20 Minuten Ihre Anmeldegebühr in eine immer angeregtere Diskussion verwickelt hat, nur gewartet. Ein Bündel Briefpapier mit den herrlichsten, längst von der aktuellen Rechtsprechung widerlegten Textbausteinen über dem Kopf wedelnd, kommt er direkt auf Sie zu: „Ich muss Sie sofort sprechen; das ist alles falsch abgerechnet; das dürfen Sie gar nicht; Sie müssen die Rechnung sofort kürzen und neu schreiben und alles personenbezogen ausführlich begründen!“

Als nette Alternative besteht noch die Möglichkeit, dass Sie lediglich per Post behelligt werden. Dabei erwähnt der freundliche Absender noch klarstellend, dass er gar nicht daran denke, die nicht erstattungsfähigen Gebühren selbst zu übernehmen. Die Begleichung der restlichen Summe wird natürlich ausgesetzt bis die übrigen strittigen Punkte zu seiner Zufriedenheit geklärt sind. Es ist müßig zu erwähnen, dass Ihre Liquidation alle noch so verzwickten Vorschriften ehemaliger, derzeitiger und wahrscheinlich auch zukünftig drohender Gebührenordnungen bis auf den letzten Buchstaben erfüllt. Sie können gern versuchen, mündlich, schriftlich und auch mit fachanwaltlicher Hilfe Ihrem geschätzten Patienten dies klar zu machen. Seien Sie sicher, dass Ihr Gegenüber dies nicht verstehen wird (will): „Wieso nehmen Sie auch so hohe Steigerungsfaktoren, wo die Beihilfe doch das 2,3-fache, also mehr als das Doppelte wie bei Ihren Kassenpatienten bezahlen würde?“ Oder sind Ihre Patienten etwa Krankenversicherungsexperten? Sie sind in der denkbar ungünstigsten Position, Sie verteidigen sich gegen Ihren Patienten, argumentieren gegen ihn, gegen seine Versicherung, die doch

nur sein Bestes will, und wollen an sein sauer Verdientes. Was nützt es, wenn Sie zum Schluss recht behalten – aber einen Patienten verlieren? Dabei gibt es einen einfachen Weg, alle Privat- und Beihilfeversicherten zu zufriedenen, dankbar bezahlenden Patienten zu machen: Informieren Sie Ihre Patienten vorher darüber, wie der Sachbearbeiter mit Sicherheit auf die Liquidation reagieren wird. Klären Sie Ihre Patienten umfassend auf!

Beihilfepatienten

Außer bei einer zwingend notwendigen Schmerzbehandlung darf beim ersten Termin nur Folgendes passieren: Der Befund, die Diagnose, die Behandlungsplanung und die eingehende Beratung, auch über den Umgang mit den entstehenden Kosten. Vieles davon können Sie an Ihr Team delegieren, vor allem Detailfragen und alles über den Papierkrieg mit den Erstattungsstellen; am besten macht das Ihre Spezialistin für Finanzierungsfragen. Danach bekommt Ihr Patient eine Investitionsübersicht. Auch bei geringfügigen Behandlungen! Dentin-adhäsive Schichtfüllungen zählen versicherungstechnisch nicht zu den geringfügigen Behandlungen. Der Tipp am Rande: Inlays werden wesentlich prob-

lemloser erstattet. Dort wo der Kostenvoranschlag nicht gemäß GOZ gefordert und berechnet wird, machen Sie diesen ruhig gratis! Nicht in Tränen ausbrechen, sie ersparen sich damit soviel Zeit, Ärger und Kosten, dass dies eine Ihrer besten Investitionen ist! Vergessen Sie also die GOZ Nr. 002. Die Abrechnungsprofis berücksichtigen den Aufwand natürlich bei der Gesamtkalkulation dieser Behandlung. Zusammen mit der persönlichen Erklärung der Investitionsübersicht müssen Ihre Beihilfepatienten unbedingt die folgenden Punkte erklärt und in schriftlicher Form erhalten. Ich überlasse es Ihnen, die Details patientenfreundlicher zu formulieren. Für die anderen privat Versicherten sind die alternativen Formulierungen in Klammern gesetzt (siehe Tabelle). Die Beihilfe wird vorab keine genaue Berechnung vornehmen. Ihre Chance als Servicepartner des Patienten: Erstellen Sie eine Fiktivrechnung zum 2,3-fachen Satz und nennen Sie die Differenz als voraussichtlichen Eigenanteil. Natürlich kann ein Patient den 2,3-fachen Satz keinesfalls einschätzen und auch die meisten Fachleute vergessen, dass die GOZ 88 damals kostenneutral aus der alten BUGO-Z umgestellt wurde, die Berechnungs-

LAN GLEBIG



Was fällt Ihnen ein, wenn Sie über Ihre nächste Behandlungseinheit nachdenken?
Mit Sicherheit, dass sie funktionieren muss, tagein, tagaus, und viele Jahre lang.
Am besten wie ein Stuhl von A-dec: Von Grund auf stabil gebaut. Eine sichere
Investition in Ihre Zukunft. Darüber sollten Sie nachdenken.



a dec

EINFACH ANDERS.

A-dec im Vertrieb der Eurotec Dental GmbH
Tel.: 02131 - 1 333 405, Fax: 02131 - 1 333 580
info@eurotec-dental.info

grundlage also noch viel älter ist. Ein nettes Argument zum Preisniveau 1988 ist, dass damals der Liter Benzin 50 Cent kostete. Gehen Sie wie geschildert vor, ist Ihr Patient über eventuelle Schreiben nicht im Geringsten überrascht, bringt Ihnen den Schrieb: „Genau wie Sie gesagt haben, die Hälfte haben die nicht erstattet. Ich weiß gar nicht, wofür ich meine Beiträge zahle.“ Diskutieren Sie mit dem Beihilfepatienten besser nicht, ob er überhaupt Beiträge zahlt, lassen Sie sich die Schreiben aushändigen, bieten Sie eine Überprüfung und gegebenenfalls Argumentationshilfe zur Durchsetzung berechtigter Ansprüche an. Jetzt kämpfen Sie Schulter an Schulter mit Ihrem Patienten um seine Rechte.

Begleichung der Liquidation

Gerade wirtschaftlich kritische Zeiten wie heutzutage beeinflussen die Zahlungsmoral. Privat Versicherte warten mit der Begleichung der Liquidation gern, bis sie die Erstattung ihrer Versicherung erhalten haben. Einer meiner Patienten wünschte sich die Rechnung immer erst zum Ende des Halbjahres, da er seine Unterlagen immer nur gesammelt einreichen würde. Immer mehr gesetzlich Versicherte wünschen und erhalten Leistungen, die privat berechnet werden. Damit gehört auch dieser Patientenkreis zu den Privatpatienten. Bei andersartigem Zahnersatz reichen die Patienten ihre Rechnung ein und erhalten eine Erstattung. Aber wann kommt diese in der Praxis an? Andererseits, was hindert Sie daran zu sagen: „Reichen Sie die bezahlte Rechnung bei Ihrer Krankenkasse ein“? Eine kleine Redewendung, die oft erstaunliche Wirkung zeigt.

ANZEIGE

Informationen, die Ihr Beihilfepatient braucht!

1. Die Beihilfe erstattet weniger als das Sozialamt. Der 2,3-fache Satz liegt unter der Erstattung des Sozialamtes.
2. Sie bekommen keinesfalls die gesamte Rechnung erstattet, es bleibt ein Eigenanteil.
3. Eine Behandlung zum Beihilfesatz (zum 2,3-fachen Satz) ist aus Fürsorge für Ihre Gesundheit auf keinen Fall möglich.
4. Egal, was die Beihilfe (Ihre Versicherung) schreibt, die Rechnung ist immer in voller Höhe fällig.
5. Sie erhalten eine Investitionsübersicht.
6. Reichen Sie diese bei Ihrer Beihilfestelle (Versicherung) ein.
7. Biten Sie um eine genaue Berechnung, wie hoch die Erstattung bei jeder einzelnen Position sein wird.
8. Wenn Sie möchten, prüfen wir den Beihilfe-Bescheid – vielleicht können wir etwas für Sie erreichen.

Natürlich können Sie sich auch die Erstattung vorab abtreten lassen. Allerdings ist es der gleiche Arbeitsaufwand, selbst die gesamte Rechnungssumme an eine Factoringgesellschaft abzutreten. Wenn diese die jeweilige Rechnung ankauft, haben Sie die Summe innerhalb kurzer Zeit komplett auf dem Konto. Montags per Internet einreichen, am Mittwoch schon die Gutschrift auf dem Konto, das hat doch was Beruhigendes. Neben diesem Vorteil, der Ihre Außenstände dramatisch reduzieren wird, gibt es noch ein paar Punkte, die überlegenswert sind:

- Sie können vor dem Beginn der Behandlung anfragen, ob Ihre Gesellschaft diese spezielle Rechnung ankaufen wird. Wird dies bestätigt, können Sie entspannt beginnen. Wird der Ankauf abgelehnt, können Sie sich Gedanken über Abschlagszahlungen des Patienten machen. Lehnt der Patient trotz freundlicher Beratung ab, sollten Sie sich ernsthaft überlegen, dies mit der Behandlung ebenso zu tun.
- Der Patient zahlt nicht, die Factoringgesellschaft hat aber dem Ankauf zugestimmt. Lehnen Sie sich entspannt zurück, das Ausfallrisiko liegt nicht bei Ihnen, Sie haben das Geld sicher.

- Der Patient wendet sich mit dem Schreiben seines Erstatters vertrauensvoll an Sie. Kein Grund, das Wochenende am Schreibtisch zu verbringen. Die großen Gesellschaften beschäftigen Spezialisten, die Sie und vor allem Ihre Patienten bei allen Fragen zur Liquidation unterstützen.
- Oft wird eine kostenlose (!) Finanzierung über sechs und mehr Monate angeboten. Das ist manchmal der springende Punkt, weshalb sich Ihr Patient doch noch für eine hochwertigere Lösung entscheidet.

Gut, dann schauen Sie mal ins Terminbuch für die nächste Woche. Kaum noch Patienten, welche die Bezeichnung „Beihilfepatienten und andere Nervtöter“ zu recht verdienen? Herzlichen Glückwunsch, mit den Tipps aus diesem Artikel sollten Sie diesem Ziel deutlich näher kommen.

kontakt.

Dr. Wolfgang Stoltenberg
 Wittekindstr. 42
 44894 Bochum
 Tel.: 02 34/26 14 70
www.dr-stoltenberg.de



EMS-SWISSQUALITY.COM

EMS⁺
ELECTRO MEDICAL SYSTEMS

DAS NEUE PIEZON

PIEZON MASTER 700 – DIE ORIGINAL METHODE
PIEZON MIT DEM VORSPRUNG INTELLIGENTER
i.PIEZON TECHNOLOGIE



> Neue Broschüre –
alles zur Original
Methode Piezon und
über den neuen
Piezon Master 700

KEINE SCHMERZEN für den Patienten – mit diesem Ziel machte sich der Erfinder der Original Methode Piezon an die Entwicklung des neuen Piezon Master 700.

Das Resultat ist eine Behandlung, die weder Zähne noch Zahnfleisch irritiert – die einmalig glatte Zahnoberflächen bei maximaler Schonung des oralen Epitheliums bewirkt.

Es ist die Symbiose von intelligenter Technologie und unvergleichlicher Präzision. Die Original Piezon LED-Handstücke und das i.Piezon Modul für eindeutig linear verlaufende Instrumentenbewegungen und EMS Swiss Instruments aus biokompatiblen Chirurgiestahl mit feinsten Oberflächen – alles ist füreinander gemacht, harmonisch aufeinander abgestimmt.

Und mit modernem Touch Panel setzt der neue Piezon Master 700 neue Standards in Bedienbarkeit und Hygiene. Alle profitieren, alle fühlen sich wohl – Patient, Behandler, die ganze Praxis.

Persönlich willkommen >
welcome@ems-ch.com

**“I FEEL
GOOD”**

Der ausländische Patient

| Dipl.-Kff. Bettina Baller

Interkulturelle Handlungs- und Kommunikationskompetenz sind mit Blick auf ausländische Patienten im Zeitalter von Globalisierung und Diversity unabdingbar. Nirgendwo anders finden wir momentan einen derart großen Strukturwandel wie in der Gesundheits- und Sozialwirtschaft vor. Mit Blick auf die sich verändernden Patientengenerationen und multikulturellen Begegnungen eröffnet jedoch gerade die derzeit wirtschaftlich zunehmend schwierige Situation auch ganz neue Möglichkeiten für Praxisinhaber – gerade, wenn es sich um einen Kundenstamm handelt, der zahlungskräftig ist und eigens für eine Behandlung nach Deutschland kommt.



Hier stehen Anspruchshaltung und Dienstleistungsorientierung im Vordergrund. Ausländische Patienten, die eigens zur Behandlung in die deutsche Praxis kommen, folgen meist dem guten Ruf bekannter Mediziner. Neben exzellenter Behandlungsmethodik und technischer Ausstattung spielt insbesondere der Umgang mit der jeweiligen Anspruchshaltung der anderen Kultur eine große Rolle. Immer mehr arabische Patienten betrachten Deutschland daher als ihre erste Wahl für ihren medizinischen Behandlungsaufenthalt. Leistungsfähigkeit und hohe Qualitätsstandards deutscher Ärzte, Kliniken und Praxen sind gefragter denn je. Doch das Management im internationalen Maßstab in der Praxis erfordert nicht nur Sprachkenntnisse, sondern auch Kenntnis und Respekt vor der anderen Kultur. Entscheidend ist die Fähigkeit, mit Patienten aus anderen Kulturen erfolgreich zu kommunizieren, denn für einen erfolgreichen Umgang mit arabischen, russischen oder beispielsweise südamerikanischen Patienten ist nicht nur die medizinische Kompetenz entscheidend. Der nachhaltige Erfolg hängt wesentlich von der Kenntnis der jeweiligen Mentalität und den soziokulturellen Rahmenbedingungen ab. Um den Umgang mit Patienten aus anderen Kulturen zu optimieren, ist es unverzichtbar,

grundlegende Verhaltensnormen und Kulturdimensionen zu kennen.

Kulturspezifisches Verhalten

Um es gleich vorwegzunehmen: Es gibt ihn nicht, „den“ russischen oder „den“ arabischen Patienten. Innerhalb der eigenen Kultur sind die Menschen auch unterschiedlich, und Herkunft, familiäres Umfeld, Bildung und soziale Stellung prägen die jeweiligen Verhaltensweisen und Einstellungen. Dennoch gibt es kulturspezifische Verhaltens- und Denkweisen, die einheitlich durch den Sozialisationsprozess zum Ausdruck kommen.

Jeder Patient hat ein individuelles Kommunikationsbedürfnis und Erwartungen an „den Zahnarztbesuch“. Gerade ausländische Patienten verlangen Einfühlungsvermögen und Flexibilität. Neben Sprachproblemen treten andere Sitten und Gebräuche in den Vordergrund.

Sprachprobleme können sicherlich durch andere Kommunikationskanäle und bildhafte Erklärungen vermindert werden. Ruhe und Geduld sind unabdingbar. Ein hohes Maß an Toleranz ist notwendig, um mit Einfühlungsvermögen der ausländischen Lebensweise begegnen zu können. Insbesondere im arabischen Raum wird Krankheit ganzheitlich gesehen, es gibt keine Trennung von Körper und Seele. Die Psyche wirkt



Think Endo cordless!



Kein Kabel. Volle Power. Entran setzt neue Maßstäbe im Bereich Cordless Endodontics und verbindet ein Höchstmaß an Ergonomie mit gewohnter W&H-Qualität. Für die Wurzelkanalaufbereitung stehen Ihnen zahlreiche Features zur Verfügung wie z. B. die drehmomentgesteuerte, automatische Richtungsänderung sowie 5 Drehmomentstufen für NiTi-Feilen. Nutzen Sie die Vorteile für mehr Behandlungssicherheit. Und genießen Sie mit Entran absoluten Freiraum – selbst im engsten molaren Bereich.

W&H Deutschland, ☎ 08682/8967-0 oder unter wh.com

entran

Endodontie. Kabellos!



„Viele Muslime legen großen Wert darauf, von gleichgeschlechtlichem medizinischen Personal untersucht und behandelt zu werden.“

sich direkt auf den Körper aus. Dennoch ist es der Körper, der krank ist und nicht die Seele. Psychische und psychosomatische Erkrankungen werden als etwas von außen Kommendes betrachtet. Dies wiederum wird begründet mit der Schicksalhaftigkeit des Lebens. Nach islamischen Glauben wird Gesundheit als einem dem Menschen anvertrauten Gut verstanden. Der Mensch ist somit nicht der wahre Eigentümer seines Körpers, sondern nur dessen Besitzer im Diesseits. Der islamische Glaube verpflichtet den Menschen zu einem entsprechenden Umgang mit seinem Körper. Es ist eine islamische Pflicht, entsprechende hygienische Maßnahmen zu treffen oder sich den erforderlichen medizinischen Maßnahmen zur Bewahrung bzw. Wiederherstellung der Gesundheit zu unterziehen. Aufgrund dieser ganzheitlichen Denk-, Fühl- und Sichtweise wird z.B. der eigentliche Schmerzherd vom Patienten nicht exakt lokalisiert, aber das Schmerzempfinden eindringlich zum Ausdruck gebracht, was häufig irritiert und dazu führen kann, dass man Unklarheiten in der Anamnese durch zusätzliche Untersuchungen und Laboranalysen zu beheben versucht (Überdiagnostik). Die Patienten fühlen sich in diesem langen Prozess dann oft unverstanden und neigen sehr schnell zum Arztwechsel. Diese Umstände führen wiederum zur Beeinträchtigung des Patientenwohlbefindens und verursachen hohe Kosten. Die Religion stellt hierbei nur ein Mosaikteilchen der Andersartigkeit dar.

Hinzu kommen Aspekte wie ausgeprägtes Schamgefühl, die jeweilige kulturspezifische Wahrnehmung, das verbale, nonverbale Verhalten und Informationsverhalten, Verständnis von Raum und Zeit, Stellenwert von Individualismus und Gruppenzugehörigkeit, Bedeutung von Familie und Umwelt, das Risiko- und Hierarchieverhalten, Toleranz von Macht und eine klar geregelte Rollenverteilung.

Ausländische Patienten spüren sicherlich beim Arztbesuch die uns Deutschen üblicherweise nachgesagten Werte wie Ordnung, Pünktlichkeit, Disziplin, Sauberkeit, Perfektion und Individualismus. Wir kommunizieren sachgerecht, direkt, arbeiten mit Zeitfenstern und Terminen, es gibt eine gelebte „Schuldkultur“ und es wird in der Regel immer getrennt zwischen beruflichen und privaten Angelegenheiten. Demgegenüber stehen konträre Werte aus beziehungsorientierten Kulturen wie beispielsweise den arabischen Ländern. Es gibt keine Trennung von Beruf und Privatangelegenheiten, es wird indirekt kommuniziert, sodass besonders Obacht auf die nonverbale Kommunikation gerichtet werden muss. Es gibt ein anderes Verständnis zur Schicksalhaftigkeit des Lebens und Zeit ist immer und im Überfluss gegeben. Persönliche Belange gehen immer vor, Termine und Zeitabsprachen gelten nicht per se als bindend. Das Distanzverhalten ist anders ausgeprägt. Arabische und lateinamerikanische Kulturen stehen enger beieinander als wir es gewohnt sind. Die „aufdringliche Nähe“ interpretieren wir oft als Aggression oder mangelnden Respekt. Die interkulturelle Kompetenz beim ersten Zusammentreffen von deutscher und arabischer Kultur greift, wenn uns bewusst ist, dass Deutsche doch eher einen

kurzen, einleitenden Small Talk und den Fokus auf die Fach- und Sachkompetenz legen. Für Patienten aus beziehungsorientierten Kulturen steht an oberster Stelle, als Mensch und mit dem Verständnis für die persönlichen Ängste wahrgenommen zu werden. Das äußert sich in der Erwartung eines einleitenden langen und ausgiebigen Gesprächs, das dazu dient, die persönliche Ebene zu finden. Hier gilt es, viel Zeit und Geduld einzuplanen und dies dem Patienten auch zu spiegeln.

Muslimischer Kulturkreis

Wie sieht das beispielsweise ganz konkret bei Eintritt einer muslimischen Patientin in das Arztzimmer aus? Häufig begleiten muslimische Männer ihre Ehefrauen bei Arztbesuchen. Sie gehen zwei, drei Schritte vorweg und stellen bei Begleitung so sicher, keine schamverletzende Situation entstehen zu lassen, die dem Ansehen der Familie schaden könnte. Das bei uns übliche Händeschütteln ist ein typisches Begrüßungsritual in Deutschland. Bei konservativen Frauen aus dem muslimischen Kulturkreis kann es sein, dass sie Männern nicht die Hand geben möchten. Umgekehrt geben insbesondere ältere Männer aus dem muslimischen Kulturkreis Frauen nicht die Hand. Das ist eine Respektsbezeichnung. Das soziale muslimische Leben wird nicht durch verinnerlichte Verhaltensregeln wie bei uns bestimmt, sondern in erster Linie durch äußerliche Vermeidungsmechanismen, wie z.B. die Verschleierung. Alles, was dem nicht entspricht, ist eine Herausforderung gegen das muslimische Normensystem. Dabei wird den Frauen immer die Verantwortung für ausgelöste Konflikte zugeschrieben, da sie als „machtvolle Verführerinnen aus dem Bannkreis ihrer häuslichen Welt“ treten und die soziale Ordnung stören können. Viele Muslime legen deshalb großen Wert darauf, von gleichgeschlechtlichem medizinischen Personal untersucht und behandelt zu werden. Ein gesenkter Blick ist immer Ausdruck von Respekt gegenüber älteren und statushöheren Personen. Der ausweichende Blick kann in der Regel schnell gedeutet werden und das Gespräch – häufig vom Mann geführt – sollte dann auch an ihn gerichtet sein.

Positive Atmosphäre schaffen

Über die einleitende Frage „Wie geht es Ihnen?“ anstatt „Was kann ich für Sie tun?“ kann zügig eine positive Arzt-Patienten-Interaktion aufgebaut werden. Mit den direkten Fragen „Haben Sie Kinder?“, „Wie alt sind die Kinder?“ und „Wie geht es Ihren Kindern?“ wird zwar ein für uns unüblicher und sicherlich nicht einfacher Gesprächsbeginn gewählt, der jedoch gerade bei beziehungsorientierten Kulturen als Wegbereiter für einen positiven und konfliktfreien Gesprächsablauf gilt. Der einleitende Small Talk kann gleichwohl genutzt werden, um nach Herkunftsland und der Bedeutung des Namens zu fragen. Vornamen und auch Nachnamen haben im Türkischen oft eine Bedeutung. Vertrauen und positive Atmosphäre werden ebenfalls geschaffen durch mehrfaches Ansprechen mit dem Namen. Das Ansprechen mit Namen trägt dazu bei, dass sich der ausländische Patient als Mensch mit seinen Bedürfnissen wahrgenommen fühlt. Bei persönlichen Rückfragen oder dem Gebrauch des „Du“ müssen wir nicht verärgert reagieren und uns zurücknehmen, denn in kollektivistischen Gesellschaften bringt das „Du“ eine besondere Bedeutung der Höflichkeit zum Ausdruck. Die Kommunikation sollte lebendig geschehen und keine Fachausdrücke enthalten, Worte sollten durch Mimik und Gestik unterstrichen werden. Allein durch die Beobachtung der Körpersprache ist es möglich, sich mit dem Gesprächspartner zu verständigen, auch wenn man der türkischen Sprache nicht mächtig ist. Um „ja“ zu sagen, neigen Türken den Kopf vorwärts, für „nein“ richten sie den Kopf nach hinten und heben dabei die Augenbrauen. Den Kopf von rechts nach links zu schütteln bedeutet nicht „nein“, sondern „ich verstehe nicht“. Die Schultern heben und die Arme zur Seite spreizen würde heißen „ich kenne das nicht“. Nicht selten werden Patienten durch zusätzliche Familienangehörige bei Arztbesuch begleitet, die dann eine Art Dolmetscherrolle übernehmen. Durch diese Komponente verändert sich die Situation noch einmal gravierend, denn hier kann beispielsweise zwischen Patient und Familienmitglied ein Autoritätsverhältnis zum Tragen kommen, das die Kommu-

nikation beeinträchtigt. Es bestehen kulturelle Unterschiede in Bezug auf Recht von Wissen und Nichtwissen.

Russische Patienten

Wie ist es im Umgang mit der russischen Kultur? In Russland schütteln sich nur die Männer beim Begrüßen die Hände, eine Frau wird von einem Mann oder von einer anderen Frau durch einfaches Kopfnicken begrüßt. Wie kann man das Verhalten von Russinnen und Russen kurzerhand einmal reflektieren, um kulturell bedingte Irritationen zu reduzieren? Nichts ist so spannend, wie die soziokulturellen Hintergründe ein Stück weit einzublenden, die die Menschen in ihrem Verhalten spiegeln. Die russische Gesellschaft ist seit jeher hierarchisch gegliedert. In sowjetischer Zeit führten Lebensalter, Bildungsgrad, Kompetenz und Autorität, wenn sie mit der „richtigen“ gesellschaftspolitischen Einstellung verbunden waren, automatisch zum Aufstieg auf der Hierarchieleiter, insbesondere im Zeitalter des industriellen Wiederaufbaus. Im sowjetischen Einflussbereich waren Kader ein durch politische und fachliche Kenntnisse und Fähigkeiten führender Personenkreis im Partei- und Ideologiebereich. Insbesondere zählten die Funktionäre der Parteien und Massen-

organisationen und die Hoch- und Fachschulabsolventen dazu. Diese Gruppe entwickelte angesichts ihrer Unentbehrlichkeit ein enormes Selbstbewusstsein hin zu entsprechenden Ansprüchen. Es entstand die mit allen unsozialistischen Privilegien ausgestattete Nomenklatura und es war der Beginn der ungleichen Verteilung von Macht, Geld und Einfluss! Dieser Personenkreis erhielt überall Vergünstigungen und konnte sich aufgrund der „guten Verbindungen“ alle Vorteile verschaffen, insbesondere als in der ersten Hälfte der 1990er-Jahre zahlreiche staatliche Betriebe und Einrichtungen auf unterschiedliche, oft halbkriminelle Weise privatisiert wurden. Sie gehörten fortan zur Gruppe der „Neuen Russen“ (5–10% der Bevölkerung) und sie sind es auch, die durch enorme Ausgaben, unersättliche Luxuswünsche auffallen und die Nische besetzt haben, die während der 20 Jahre davor durch arabische Scheichs eingenommen wurde. Im Mai 2004 lebten in Russland 36 Milliardäre, allein 33 von ihnen in Moskau. Als Verlierer gilt der größte Teil der Bevölkerung, der von extremer Verarmung betroffen ist. Die zu beobachtende Geiztheit und Grobheit unter den Menschen wird auf die allzu raschen Veränderungen der Lebensstrukturen

ANZEIGE

dentklick.de

klick und spar!

Kodak INSIGHT IP-21
Firma Carestream

Hochempfindlicher E/F-Klasse Zahn-Röntgenfilm, Format 3,1x4,1cm, für die intraorale Aufnahme.
Bis zu 60% geringere Strahlenbelastung im Vergleich zu Kodak Ultra-Speed.
Ausgezeichnete Bildqualität mit sehr hohem Kontrast, ermöglicht dadurch höchste Detailerkennbarkeit.
Für Hand- als auch für Maschinenentwicklung geeignet.
Pa. 150 Einzelfilme



klickpreis*
33,10

* Solange Vorrat reicht

Jetzt in unserem Online-Shop:
www.dentklick.de

in der jüngsten Zeit zurückgeführt. Als weiterer wesentlicher Einflussfaktor gelten sicherlich die klimatischen Verhältnisse – kurze Sommer und lang anhaltende Winter –, die die Menschen zu einem einerseits raschen, aktiven Tun veranlassen, um daran dann eine ausgedehnte Entspannungsphase anzuschließen. Dieser Wechsel im Arbeitsverhalten ist bis heute zu beobachten. Russen erleben Raum und Zeit unbegrenzter als Deutsche. Der hohe Verlust an Männern durch Krieg und Arbeitslager führte zu einem enorm hohen Männermangel. Dies wiederum bedingte, dass Männer im eigenen Land umhegt und gepflegt, bewundert und verwöhnt wurden. Sie wurden und werden zu Paschas erzogen und bleiben daher oft mental unreif, unselbstständig, untätig und nicht bereit, Verantwortung zu übernehmen. Gleichzeitig legen sie ein außerordentlich anspruchsvolles, präpotentes Verhalten an den Tag – ebenfalls durch Erziehung der sogenannten Bábuskas – Großmütter –, die nach allen Regeln der Kunst die kleinen Enkel von allen rohen Seiten des Lebens fernhalten. Heute sind es der Konkurrenzkampf in der Arbeitswelt, denen sich russische Männer oft nicht gewachsen fühlen.

Auf Körpersprache achten

Grundsätzlich gilt für die russisch-deutsche Begegnung, dass Elemente der Fremdheit vom Gegenüber eingehalten werden müssen. Wer versucht, allzu sehr die russischen Verhaltensweisen und Gepflogenheiten zu übernehmen, um eine gute Kommunikation zu gewährleisten, ruft einen Ablehnungsreflex hervor. Im westlichen körpersprachlichen Verhalten ist der Unterschied zwischen Öffentlichkeit und privatem Umfeld verwischt. Bei uns wird die Respektierung des privaten Raumes erwartet und das Auftreten ist durch große Selbstsicherheit gekennzeichnet. Unsere Haltung und der Gang sind aufrecht und zielstrebig, Blickkontakt wird gesucht, das Auftreten ist bestimmt, aber freundlich. Diese Art des Auftretens gab es überwiegend nur bei Angehörigen der Nomenklatura aus Politik, Wirtschaft und Bürokratie. Bei den „neuen Russen“ fällt übrigens die für Aufsteiger typische Übersteigerung des Verhaltens



„Uns fällt die stumme Mimik russischer Menschen auf. Ein Lächeln ist in erster Linie mit Freude und guter Stimmung verknüpft.“

auf. In der Öffentlichkeit wird keine Freundlichkeit gezeigt. Uns fällt die stumme Mimik russischer Menschen auf. Ein Lächeln ist in erster Linie mit Freude und guter Stimmung verknüpft. Wiederum ist unsere Art des Lächelns, nämlich als Ausdruck von Höflichkeit oder Selbstvertrauen, bei Russen unüblich. Es entsteht so der Eindruck der „Grimmigkeit der Russen“. Schweigepausen werden auf russischer Seite negativ empfunden. Setzt Schweigen ein, kann es als ein Zeichen des Nichtverstehens gedeutet werden.

Entsprechendes gilt für den Blickkontakt. Den nicht zugänglichen, abgewandten Blick von Russen werten wir als Zeichen von Unhöflichkeit, Desinteresse und Ablehnung. Von russischer Seite wird der direkte Blickkontakt jedoch als aufdringlich und unbescheiden gewertet. Vor allem junge Mädchen und Frauen, die in traditioneller Weise korrekt und feminin wirken wollen, vermeiden die unmittelbare Zuwendung des Blicks. Frauen umgehen auch den begrüßenden oder verabschiedenden Händedruck! Zur Bekräftigung einer Aussage oder Entschuldigung legen Russen oft beide Hände auf die linke Brust, sie äußern sich sozusagen von Herzen. Die russische Kultur gilt als Kultur der Berührung und Körpernähe. Unwillkürliche Berührungen werden nicht vermieden, willkürliche werden gesucht. Für Japaner beispielsweise ist die Bedeutungspalette für Lächeln noch weitgreifender als in Deutschland und den USA: Dort steht das Lächeln generell im Zeichen der Gesichtswahrung und der Überzeugung, dass man eigene Emotionen nicht an anderen auslassen sollte. Auch wenn eine Person wütend, verwirrt oder traurig ist, wird sie lächeln, und zwar umso intensiver, je stärker ihre

Emotionen sind. Für jemanden, der an das europäische Deutungsschema gewöhnt ist, kann es sehr verwirrend sein. Lachen gilt in Japan oft als Anzeichen von Verwirrung, Unsicherheit oder Verlegenheit.

Fazit

Die geschilderten Beispiele bilden lediglich Sequenzen kulturspezifischen Verhaltens ab. Den Patienten als Menschen und nicht lediglich als Träger eines Symptoms wahrzunehmen sowie die Fähigkeit zum einführenden Verstehen, d.h. vor allem die gefühlsmäßige Situation des Klienten nachempfinden und sie diesem im Gespräch auch reflektieren zu können, sind die wichtigsten Komponenten für einen erfolgreichen Dialog in der transkulturellen Arzt-Patienten-Begegnung.

kontakt.



BallerConcepts Management & Training

Dipl.-Kff. Bettina Baller
Am Kalkhügel 27, 49143 Bissendorf
E-Mail: info@ballerconcepts.com
www.ballerconcepts.com

GENGIGEL® PROF

Natürliche Regeneration der Mundschleimhaut durch Hyaluronsäure

GENGIGEL® PROF: Langjährige Erfahrung belegt den Erfolg!

- In der **Parodontologie**: Rückbildung von Gingivaltaschen, Reduktion von Zahnfleischbluten.
- In der postoperativen **Wundnachbehandlung**: Blutstillung und beschleunigte Regeneration.
- In der **Prophylaxe**: Linderung von Sensibilität und Diskomfortgefühl.



Gesundes Zahnfleischgewebe enthält Hyaluronsäure. Bei Entzündungen und Verletzungen der Mundschleimhaut entsteht ein erhöhter Bedarf an Hyaluronsäure. Durch Einsatz von GENGIGEL® PROF mit Hyaluronsäure 0,8 % wird die physiologische Barriere im Gewebe wieder hergestellt und so die Regeneration der Schleimhaut auf natürliche Weise beschleunigt. Darüber hinaus ist GENGIGEL® PROF frei von Anästhetika und Chlorhexidin. Es kann problemlos bei Kindern, schwangeren Frauen und Patienten mit Diabetes angewendet werden.



Applikationskapseln



Spritzen



Lösung

Für Ihren Praxisschop gibt es GENGIGEL® in 5 weiteren Darreichungsformen

Rezeptionskraft

Unterstützung und Bestätigung von Selbstzahlerleistungen

| Dipl.-oec. Hans-Dieter Klein, Berit Melle

Die Rezeptionskraft ist – natürlich neben dem Zahnarzt – der zentrale Dreh- und Angelpunkt der Praxis. Sie repräsentiert die Außendarstellung als Schaltstelle und damit die Kommunikation und Organisation nach außen und nach innen. Jeder Vorgesetzte wünscht sich in der Rezeptionskraft einen verlängerten Arm, eine Vertrauensperson, den ersten perfekten Eindruck, kurzum, jemanden, der alles in seinem Sinne richtig macht.

Eine Rezeptionskraft kann erst dann ihre volle Wirkung entfalten, wenn (ihr) absolut klar ist, was sie in welchem Sinne zu tun hat. Dazu benötigt sie ein klares Praxisleitbild. Das ist der Rahmen, in dem sie sich bewegt. Verschiedene Faktoren können das Leitbild beeinflussen beziehungsweise legen es fest:

- Welcher Praxistyp liegt vor? Akutbehandlungen, präventionsorientiert, chirurgisch etc.
- Wer sollen unsere Patienten sein?
- Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit.
- Welchem Qualitätsmaßstab legen wir für unsere Arbeit an?
- Wie begeistert man Patienten?

– Wir freuen uns mit unseren Patienten über das erreichte sehr gute Ergebnis.

Aus diesem Leitbild definieren sich Regeln. Diese helfen der Rezeptionsmitarbeiterin, Erfolge reproduzierbar zu machen. Leitbild, Regeln und Maßnahmen müssen im Kern bereits in der Praxis vorliegen oder zwischen Chef und Rezeptionskraft noch erarbeitet und abgestimmt werden.

Vor diesem klar definierten Hintergrund ist sie in der Lage, ihre wichtige Aufgabe eindeutig wahrzunehmen. Andernfalls entstehen nur Zufallsergebnisse.

Folgende Beispiele stellen die wichtige Funktion der Rezeptionskraft gut dar:

Unterstützung bei der Aktivierung von Selbstzahlerleistungen

Der Patient äußert bereits am Empfang große Angst. Rezeptionskraft: „Ich verstehe Ihre Gefühle, fragen Sie doch nachher die Frau Doktor nach Behandlung mit Hypnose. Damit das Nachher nicht in Vergessenheit gerät, mache ich gleich einen Hinweis in die Kartei/Datei.“

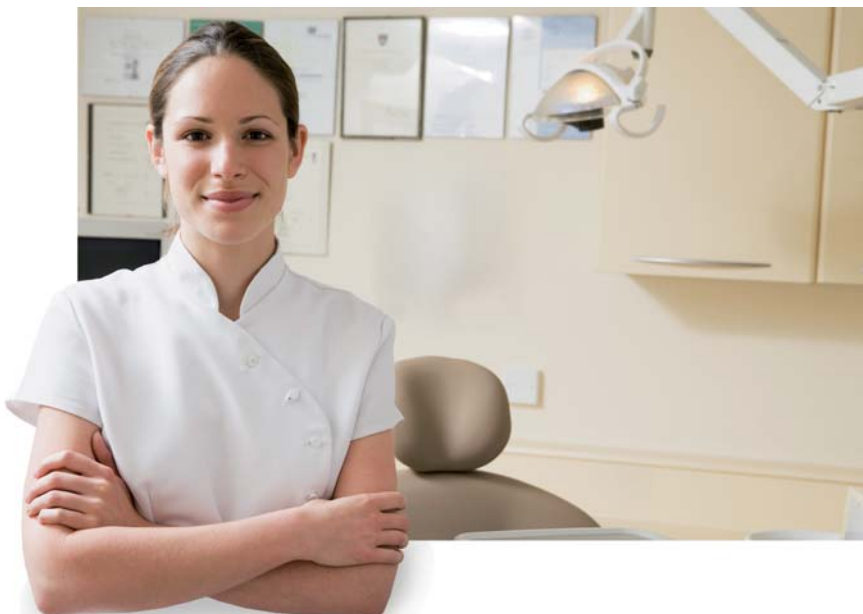
Bestätigen von Selbstzahlerleistungen

Patientin zeigt Zweifel an der Notwendigkeit der Selbstzahlerprophylaxe. Rezeptionskraft liefert positive Bestätigung: „Ich bin selbst in der regelmäßigen Prophylaxe. Seitdem ich das mache, habe ich keinerlei Probleme mehr mit meinen Zähnen und meinem Zahnfleisch.“

Vorbildfunktion

Sie ist Vorbild in Bezug auf Zahngesundheit und Ästhetik, sodass sie von Patienten angesprochen wird. „Ja, wenn ich so schöne Zähne hätte wie Sie.“ Die Rezeptionsmitarbeiterin gibt zurück: „Das kommt nicht von ungefähr. Ich bin in regelmäßiger Prophylaxe und lasse meine Zähne aufhellen.“

Die Rezeptionskraft trägt eine große Verantwortung und ihr Beitrag zum Praxiserfolg kann sehr erheblich sein. Sie managt die Terminezverlässigkeit



der Patienten, sie unterstützt die Auslastung der Praxis, sie kümmert sich um kleine Geschenke oder Zuwendungen für die Patienten, sie sorgt für Ordnung und Sauberkeit im Empfangs- und Wartebereich usw. Eine clevere Kraft liefert außerdem innovative Beiträge wie Führung einer Patienten- und Mitarbeitergeburtstagsdatei, führt Zielerreichungslisten, führt eine Wiedervorlagemappe, fördert empfehlende Patienten, sieht ihren Beruf als Berufung und bildet sich ständig fort.

Optimale Praxisstrukturierung

Laut Hans-Dieter Klein lässt sich durch eine klare, konsequente Terminstruktur und die damit verbundene Patientenführung eine Honorarsteigerung von 20 Prozente und mehr erreichen. Beispielhaft seien einige Methoden aufgeführt:

- Kein Patient verlässt ohne Folgetermin die Praxis.
- Die Schaffung und Einhaltung von klar definierten Zeitfenstern für fachlich und wirtschaftlich hochwertige Schwerpunktbehandlungen. Es gilt das Motto: „Lieblingsbehandlungen zu Lieblingszeiten für Lieblingspatienten.“
- Das Führen von Zielerreichungslisten. Zum Beispiel hat sich die Praxis vorgenommen, monatlich zehn private Endos durchzuführen. Dann führt die Rezeptionskraft dazu eine Strichliste. Diese wird anlässlich der regelmäßig stattfindenden Fortschrittsmeetings (traditionell Teambesprechung genannt) diskutiert, damit im Bedarfsfall noch an der Zielerreichung gearbeitet werden kann.

Problemsituationen richtig begegnen

Grundsätzlich gilt, dass Problemsituationen fast immer durch mangelhafte Vorausschau beziehungsweise Planung entstehen. Daher rät Hans-Dieter Klein, Problemsituationen nach deren Entstehungsursache zu untersuchen. Das ist ein Lernprozess, bei dem das Team lernt, mit welchen verbesserten Maßnahmen künftig keine Fehler mehr entstehen. Das Motto lautet hier: Qualität = sofort richtig machen.

Doch Rezeptionskräfte sind auch nur Menschen und kommen hier und da in

Problemsituationen. Dann heißt es schnell reagieren und zwar richtig. Einige Beispiele für Problemsituationen und eine angemessene Reaktion darauf:

- Mehrere Patienten belagern gleichzeitig den Empfang und „belauern“ sich gegenseitig. Die Rezeptionskraft spricht zu den entsprechenden Patienten: „Nehmen Sie freundlicherweise dort drüben im Aufenthaltsbereich/der Zwischenwartezone Platz, bis ich die Behandlungstermine mit diesem Patienten vereinbart habe. Ich komme dann gleich auf Sie zu.“
- Ein Schmerzpatient ruft an. Einige gezielte Filterfragen lassen die Rezeptionsmitarbeiterin erkennen, wie akut der Fall wirklich ist: „Kommen Sie noch bis Anfang nächster Woche zurecht?“ oder „Da habe ich schon in drei Tagen einen Termin am Dienstag, dem 12. November um 11.00 Uhr für Sie“.

Leider benutzen die Mitarbeiterinnen oft unbewusst die falschen Begriffe, die die Leiden des Patienten verstärken: „Wo tut es weh?“ oder „Wie äußern sich die Schmerzen?“ Die bessere Formulierung lautet: „Wo spüren Sie etwas?“ oder „Worin äußern sich die Beschwerden?“

Schulung durch Konfrontation

In den Seminaren von Hans-Dieter Klein zum Thema „Wie die Rezeptionskraft den Praxiserfolg steuert“ werden die Teilnehmer durch eine gezielte Konfrontation mit Problemsituationen im Umgang mit den Patienten geschult. Man beginnt mit dem „worst case“, in diesem Fall einer Patientenbeschwerde über eine angeblich falsch und zu hoch gestellte Rechnung. Die Teilnehmerinnen erfahren, wie sie souverän und kompetent im Sinne der Praxisphilosophie die Situation lösen.

Dabei befinden sie sich schon mitten drin im Leitbild der Praxis. Es werden dazu einige Eckpunkte erarbeitet, die für fast alle Praxen gelten. In der konsequenten Abfolge beschäftigen sich die Kursteilnehmer mit wichtigen Erfolgsregeln für die Rezeptionstätigkeit. Spätestens hier gelangen die Teilnehmer zu der Erkenntnis, dass erhebliche

Lücken in den Praxen bestehen und dass es äußerst wichtig ist, die Chefs mit im Boot zu haben.

Aus den Regeln werden dann schlüssige Verhaltensmaßnahmen entwickelt, die meist kommunikativer Art sind.

Eine spezielle Sequenz ist psychologischen Einblicken gewidmet. Dabei geht es sowohl um die Bedeutung von Gefühls- und Kopfentscheidungen als auch um den Einfluss des gesprochenen Wortes und der Körpersprache sowie die Frage, wie der Patient Informationen behält und umsetzt.

Daneben erfolgt die Betrachtung weiterer täglicher Aufgaben wie:

- sinnvoller Melde-/Begrüßungstext am Telefon
- das Besprechen des Anrufbeantworters zu verschiedenen Gelegenheiten
- Umgang mit Schmerz- und Angstpatienten
- das Anschieben von Privatleistungen
- effizientes Terminmanagement
- positive Formulierungen statt negativer Aussagen.

Der Kurs lebt von und mit einer Vielzahl von praktischen Beispielen. Die Teilnehmer sind aufgefordert, selbst Beispiele aus ihren Praxen einzubringen. Jeder erhält ein 14-seitiges Skript, welches auch Raum für Eigennotizen enthält. Das Skript eignet sich hervorragend, um später den Inhalt in der Praxis oder zu Hause komprimiert nachzuarbeiten und ihn auch Kolleginnen zugänglich zu machen.

Die Resonanz der teilnehmenden Personen ist durchweg positiv und es gibt immer wieder begeisterte Aussagen, wie solche, dass aktuelle Beispiele aus der eigenen Praxis gelöst wurden, die Zeit im Seminar viel zu schnell vorüberging, tolle Tipps mit in die Praxis genommen werden konnten oder ein persönlicher Besuch von Herrn Klein in der Praxis gewünscht wird.

kontakt.

Dipl.-oec. Hans-Dieter Klein

Im Falkenrain 20, 70192 Stuttgart

Tel.: 07 11/8 56 88 56

Fax: 07 11/8 17 83 90

E-Mail: hdk@dent-mit.de

www.dent-mit.de

Die Zukunft der Zahnmedizin heißt Prophylaxe

| Dr. Klaus-Dieter Bastendorf

Das Thema Gesundheitspolitik ist eines der wichtigsten politischen Themen in unserer Gesellschaft. Die in der Gesundheitspolitik gefällten Entscheidungen betreffen so gut wie jeden von uns. In der aktuellen Diskussion über die Gesundheitspolitik wird oft vergessen, dass in den letzten Jahrzehnten ein Standard erreicht wurde, von dem die Generation unserer Eltern nur träumen konnte.

Dennoch ist das Jammern überall hörbar: Die Versicherten klagen über zu geringe Leistungen, die Krankenversicherungen über fehlende Beiträge, die Arbeitgeber über zu hohe Kosten, die Ärzte über zu geringe Honorare, die Apotheker über zu kleine Handelsspannen, die Krankenhäuser über leere Betten und das Pflegepersonal über zu viel Arbeit, und alle zusammen über die Ungerechtigkeit des Gesundheitssystems. Anstatt zu jammern und immer nur an der Systemschraube Finanzierung des Gesundheitssystems zu drehen, wäre es sinnvoll, eine Analyse und davon abgeleitet eine Systemänderung herbeizuführen.

finanzieren, da die GKV nämlich keine Versicherung, sondern eine nach Einkommenshöhe veranlagte Umlagegemeinschaft ist (Abb. 1). Die private Krankenversicherung (PKV) ist dagegen eine versicherungsmathematisch kalkulierte wirkliche Versicherung. Unstrittig ist auch, dass die für ein funktionierendes Gesundheitssystem benötigten Geldmittel in Zukunft stark von der demografischen Entwicklung und dem rasant fortschreitenden medizinisch-technischen Fortschritt abhängig sind. Ein weiteres systembedingtes Problem ist der fehlende Anreiz zur Änderung des Konsumverhaltens bzw. der Lebensgewohnheiten. Dem heutigen System fehlen Anreize dafür, dass

um die Form der Finanzierung gehen kann, sondern es müssen die Kernfragen intelligent gelöst werden: Mehr Markt oder mehr Regulierung? Mehr Eigenverantwortung oder mehr Solidarität? Mehr Chancen oder mehr Risiken durch Prävention, moderne Medizintechnik und innovative Medikamente? Nur offensive Konzepte und nicht das Verharren in festgefahrenen Positionen können hier helfen.

Prävention allgemein

Eine der wichtigsten Säulen eines zukunftsorientierten Gesundheitssystems stellt die Prävention dar (Abb. 2). Die Prävention fördert dabei nicht nur das Verantwortungsbewusstsein für die eigene Gesundheit und die Vermeidung von Krankheiten, sondern kann auch dazu beitragen, die Gesamtkosten im Gesundheitssystem zu senken. Die Prävention ist geleitet von zwei vorbeugenden Zielsetzungen, der Verhaltensprävention und der Verhältnisprävention. Die Verhaltensprävention zielt auf die Vermeidung von gesundheitsgefährdendem Verhalten, wie beim Rauchen, bei den Essgewohnheiten, bei Mangel an Bewegung oder der Zahnpflege, ab. Die Verhältnisprävention befasst sich dagegen mit genetischem, technischem, organisatorischen und sozialen Bedingungen des Individuums und des gesellschaftlichen Umfeldes sowie deren Auswirkungen auf die Entscheidung von Krankheiten.



Abb. 1: T. Nekar über Umlagesysteme.



Abb. 2: Hippokrates.

Unstrittig dürfte bei diesem neuen Lösungsansatz sein, dass ein gutes Gesundheitssystem Geld kostet. Die systembedingten Probleme liegen zum einen in der gesetzlichen Krankenversicherung (GKV), sie ist nicht in der Lage dauerhaft das Gesundheitswesen zu fi-

sich die Menschen gesundheitsbewusst (präventiv) verhalten oder anders ausgedrückt, „das deutsche Gesundheitsversicherungssystem krankt daran, dass es das Gesundsein kaum belohnt!“ Nochmals zusammengefasst heißt das, dass es im Gesundheitswesen nicht nur

Abwrack Die Prämie

Preiswert, praktisch, prima: Alles was die Praxis täglich braucht.

NET dental

So einfach ist das.

1

austauschen

Geben Sie Ihre alten Hand- und Winkelstücke an uns zurück und sichern Sie sich Ihre Abwrackprämie in Höhe von bis zu € 150,- je Stück.

2

bestellen

Sie faxen kostenlos: 0800-638 336 8 oder rufen an: 01805-638 336 zum Ortstarif. Wir lassen Ihr altes Hand- und Winkelstück abholen und verrechnen die Abwrackprämie mit dem Neukauf aus der NSK Ti-Max X-Serie.

3

haben

Schon einige Tage nach der Bestellung haben Sie Ihr neues NSK Hand- und Winkelstück.

Ti-Max X LICHT-WINKELSTÜCKE – NSK

- Titankörper mit kratzfestem DURACOAT
- Zellglasoptik
- Keramikugellager/X-Getriebe
- Clean-Head-System
- Ultra-Pusch-Selbstspannfutter
- Vierfach-Wasserstrahl/Einfach-Wasserstrahl

Ti-Max X
LICHT-WINKELSTÜCKE

2 JAHRE
GARANTIE
AUF Ti-Max X
INSTRUMENTE

Turbine - € 888,- abzgl.
Abwrackprämie € 150,-
€ 738,-

X95L - € 949,- abzgl.
Abwrackprämie € 150,-
€ 799,-

X15L - € 798,- abzgl.
Abwrackprämie € 100,-
€ 698,-

X25L - € 699,- abzgl.
Abwrackprämie € 100,-
€ 599,-

X65L - € 769,- abzgl.
Abwrackprämie € 100,-
€ 669,-

Alle Preise zzgl. MwSt.,
Angebot gültig bis zum
30.06.2009

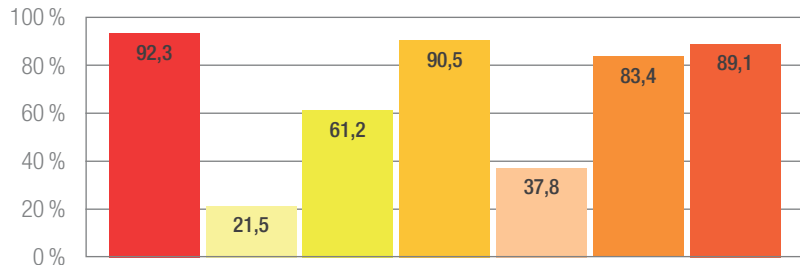
In der Prävention geht es letztendlich um ein Risikofaktorenmodell, d.h. die Identifikation der medizinischen Faktoren steht im Fokus, bei deren Vorhandensein die Entstehung einer Krankheit an Wahrscheinlichkeit zunimmt. Den Trägern dieser Risikofaktoren werden nach deren Ermittlung individuelle Maßnahmen zur Verhinderung der Krankheit angeboten. Je nach Stadium einer Krankheit wird zwischen primärer, sekundärer und tertiärer Prävention unterschieden. Unter primärer Prävention versteht man die Ausschaltung schädlicher Faktoren noch vor ihrem Wirksamwerden. Im sekundären Bereich werden Krankheiten in einem möglichst frühen Stadium aufgedeckt und therapiert. Die tertiäre Vorbeugung beinhaltet den Versuch, die Verschlimmerung und Komplikation einer Erkrankung nach deren Diagnose zu verhindern.

Nach der individuellen Diagnose wird sowohl in der Verhaltens- wie auch in der Verhältnisprävention die Forderung nach aktiven prophylaktischen Maßnahmen und Maßnahmen der Gesundheitserziehung notwendig. Wobei jedes Individuum selbst einen subjektiven Beitrag zur Gesundheit und Lebensqualität beitragen muss. Dieser Beitrag des einzelnen Menschen kann je nach Ausgestaltung mehr oder minder in die persönliche Lebensführung und Lebensqualität und damit in die persönliche Freiheit eingreifen (Compliance). Die Prävention besitzt einen ambivalenten Charakter. Präventive Maßnahmen sind sowohl ein privates als auch öffentliches Gut. Prävention zielt zum einen als privates Gut auf die Verbesserung des Gesundheitszustandes des Einzelnen ab. Durch die Vermeidung von Krankheiten ergeben sich positive Effekte für die Arbeitsfähigkeit und die Einkommenserzielung sowie für das individuelle Glück. Zum anderen trägt die Prävention auch zur Verbesserung der Volksgesundheit und damit zur Erhöhung des Humankapitals bei. Zusammengefasst heißt das, dass von einer Systemänderung weg von der ausschließlich kurativen Therapie (der Arzt hat dafür zu sorgen, dass ich gesund werde) hin zu einer präventiven Therapie (der Arzt hilft mir, dass ich dafür Sorge, dass ich gesund bleibe)

nicht nur das Individuum, sondern auch die Gesellschaft in hohem Maße profitiert.

zent sagen, dass die Individual-Prävention alle Altersgruppen erfassen muss.¹

Argumente für und gegen die Prophylaxe



■ Ohne Prophylaxe ist unsere Zahnheilkunde kaum vertretbar. ■ Die allermeisten Patienten wollen keine Prophylaxe. ■ Zahnärzte und ihre Helferinnen sind zur Motivation und Gesundheitsberatung größtenteils noch nicht genügend ausgebildet. ■ Den meisten Patienten fehlt das Bewusstsein, orale Probleme zu haben, die sie selbst ohne allzugroßen Aufwand verhindern können. ■ Prophylaxe in der Praxis lohnt sich finanziell nicht. ■ Individual-Prophylaxe bietet ein neues Aufgabenfeld mit zusätzlichen Abrechnungsmöglichkeiten. ■ Mit der Individual-Prophylaxe sollten alle Altersgruppen erfasst werden.

Abb. 3: Argumente für und gegen die Prophylaxe (Quelle: IDZ-Info, Nr. 1/1998).

Prävention in der Zahnmedizin

Die zahnärztliche Behandlung befindet sich im Wandel. Die Patienten sind durch einen umfassenden Zugang zu Informationen aufgeklärter und kompetenter geworden. Sie fragen mehr Therapien nach, die die Zahnschubstanz und die parodontalen Strukturen erhalten. Sie wollen langfristige Lösungen, die die Mundgesundheit erhalten. Auch werden unseren Patienten die Zusammenhänge zwischen Mundgesundheit und systematischer Gesundheit immer bewusster.

Die Zahnmedizin hat lange vor der Medizin diesen Paradigmenwechsel hin zur Prävention erkannt und teilweise bereits im Praxisalltag integriert. Dennoch hat die Prävention im Praxisalltag immer noch nicht den Stellenwert, der ihr aufgrund der wissenschaftlichen Erkenntnisse zustehen würde.

Warum das so ist, zeigt die IDZ-Studie von 1997 (Abb. 3). Diese Studie zeigt, dass das Wissen um die Prävention auch in Deutschland zahnärztliches Allgemeingut geworden ist. 92,3 Prozent der befragten Zahnärzte sind der Meinung, dass Zahnheilkunde ohne Prophylaxe kaum noch vertretbar ist. 83,4 Prozent meinen, dass die Individualprophylaxe ein neues Aufgabenfeld mit zusätzlichen Abrechnungsmöglichkeiten bietet. 89,1 Pro-

Die Umsetzung der Präventionserkenntnisse in den Praxen zeigt leider ein gänzlich anderes Bild. Die Zahnheilkunde in Deutschland ist nach wie vor hauptsächlich restaurativ therapieorientiert.² Nur circa 20 Prozent aller Praxen bieten Individual-Prophylaxe als gelegentliche Leistung, vor allem im Zusammenhang mit der PAR-Therapie, an. Nur circa 10 Prozent der Zahnärzte in freier Praxis bieten eine systematische, bedarfsadäquate, kausale, professionelle Individualprävention mit Konzept für alle Altersgruppen an.

Die oben zitierte IDZ-Studie fasst als Quintessenz zusammen: „Die Herausforderung, das Wissen um die Prophylaxe in schlüssige, realisierbare Konzepte umzusetzen, ist für viele Praxen noch nicht nachvollziehbar!“

Paradigmenwechsel

Obwohl das Wissen um die Prävention zahnärztliches Allgemeingut geworden ist, soll nochmals kurz auf die oral-diagnostischen und oraltherapeutischen wichtigsten zwei präventiven Probleme der Zukunft eingegangen werden:

- Erkennen und behandeln von Patienten mit erhöhtem Risiko an Parodontopathien, Karies und sonstigen Mund- und Kiefererkrankungen.

- Verringerung des zeitlichen und finanziellen Aufwandes und der damit verbundenen Compliance für die häusliche Mundhygiene (oral self care) bzw. des regelmäßigen Praxisbesuches (professional care).

Wie die IDS 2009 eindrücklich zeigte, bietet die Forschung und Industrie viele Hilfestellungen für die Verbesserung der häuslichen und professionellen Prophylaxe an, auch wurde vielfältige Unterstützung zur Integration der Prophylaxe in den Praxisalltag angeboten. All diese Hilfsmittel unterstützen den Praxisinhaber sowohl in der Umsetzung als auch in der Durchführung der Prophylaxe im Praxisalltag. Doch all diese Hilfen nützen wenig, wenn nicht die Bereitschaft des Praxisinhabers vorliegt, die Prophylaxe in den Mittelpunkt der gesamten Zahnmedizin zu stellen. Rückfragen bei Zahnärzten und ihren Mitarbeitern, die im Laufe der letzten 20 Jahre in unserer Praxis Fortbildungskurse zum Thema „Prophylaxe in der Allgemeinpra-

xis“ belegt hatten, als auch eine Umfrage der Zahnärztekammer Westfalen-Lippe³ lassen jedoch nur einen Schluss zu: „Der zentrale Engpass bei der Integration der Prävention in den Praxisalltag ist der Praxisinhaber selbst“:

1. Er ist nicht bereit, sein kuratives Konzept zu überdenken.
2. Er spricht zu wenig mit seinen Patienten und seinem Team.
3. Er ist es nicht gewohnt, im Team zu arbeiten, Verantwortung zu delegieren und den Patienten als gleichberechtigten Partner zu akzeptieren.
4. Es mangelt ihm an strategischen, kommunikativen, organisatorischen und betriebswirtschaftlichen Fähigkeiten.

Management der Prophylaxe

Das Wissen über die Prophylaxe ist vorhanden. Um der Prävention den ihr gebührenden Stellenwert in der Praxis zukommen zu lassen, sind die oben aufgeführten Probleme zu lösen – die praktische Umsetzung.

Zuerst ist es wichtig, die zahnärztliche Ausbildung dahingehend zu ändern, dass sich die Hochschule von dem Irrglauben befreit, dass Restaurationen ein Zeichen von dentaler Gesundheit sind. Die Ausbildungsordnung und Ausbildung müssen so geändert werden, dass die Präventionstherapie zum zentralen Thema der Ausbildung der Zahnärzte wird. Darüber hinaus muss für die erfolgreiche Praktizierung der Praxis-Präventions-Konzepte eine gute Ausbildung der Mitarbeiter sichergestellt sein. Diese Aufstiegs-, Aus- und Fortbildung muss dual erfolgen. Die externe Ausbildung ist Aufgabe der Kammern (wie z. B. in Baden-Württemberg bereits erfolgt). Die interne Ausbildung ist Aufgabe der Praxis und muss dazu führen, dass alle Mitarbeiter und der Praxisinhaber dasselbe Grundwissen besitzen, damit es möglich ist, den Patienten gegenüber die gleiche Sprache zu sprechen. Renggli drückt dies so aus: „Es gibt keine Parodontologie für Zahnärzte und Parodontologie für Mitarbeiterinnen.“

ANZEIGE

Benchmarking - wissen, welcher Weg der bessere ist

Bewährte Methoden der Unternehmensberatung machen Ihre Praxis erfolgreicher

- **Bundesweites Benchmarking von Zahnarztpraxen auf einer Online-Plattform**
- **Betriebswirtschaftliche Benchmarks analysieren die Leistungsfähigkeit Ihrer Zahnarztpraxis im Vergleich zu ähnlichen Praxen**
- **Klare, transparente Ergebnisse und konkrete Hebel für Ihre Praxis**
- **Sicherheit und Anonymität Ihrer Daten haben höchste Priorität**

Nehmen Sie sich eine Stunde Zeit für die Zukunft Ihrer Praxis

Preis: 249,- EUR zzgl. MwSt. bis 31. Juli 2009, statt regulär 289,- EUR zzgl. MwSt.



Es gibt eine Parodontologie. Deren Umsetzung in der Praxis setzt die gemeinsame Kenntnis der Grundlagen voraus." Neben der Aneignung der fachlichen Grundkenntnisse wird der Kommunikation in Zukunft eine entscheidende Bedeutung bei der Integration der Prophylaxe in den Praxisalltag zukommen. Kommunikation ist eine Führungsaufgabe. Führen heißt Orientierung geben, die Richtung anzeigen, durch Informationen Handlungsgrundlagen schaffen. Wer, wie wir Zahnärzte, davon lebt, mit Menschen umzugehen, muss Kommunikationsfähigkeit mitbringen oder lernen – und dies besonders dann, wenn die präventive Zahnheilkunde erfolgreich praktiziert werden soll. Präventive Zahnheilkunde basiert auf Information und Kooperation. Es ist somit selbstverständlich, dass Prophylaxe nur in einem von Idealen getragenen Team erfolgreich sein kann. Oder anders ausgedrückt: Erfolgreiche Prophylaxe ist nie das Werk eines Einzelnen, sondern immer das geglückte Zusammenspiel von Zahnarzt, Praxisteam und Patient. Sind die Wissens- und Kommunikationsdefizite behoben, d. h., ist der fachliche Paradigmenwechsel erfolgt, so muss diesem noch ein organisatorischer Paradigmenwechsel folgen. Da den meisten Zahnärzten die strategischen, organisatorischen und betriebswirtschaftlichen

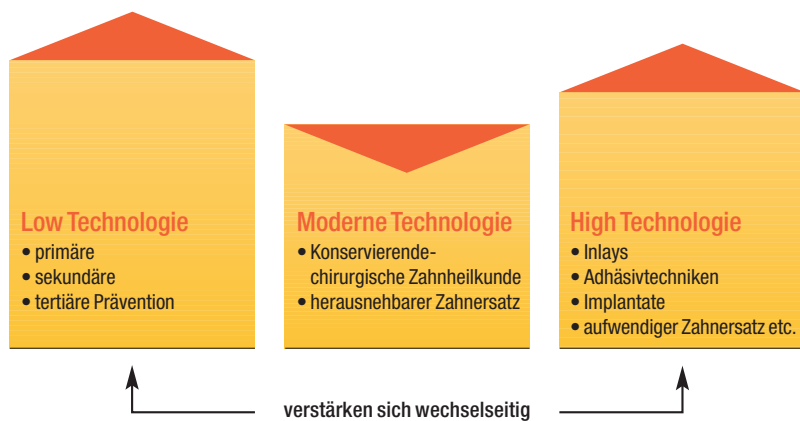


Abb. 4: Veränderung der zahnärztlichen Tätigkeitsfelder nach WHO.

Grundvoraussetzungen fehlen, werden Industrie und Handel sowie andere externe professionelle Dienstleister diesen nicht unwichtigen Teil zur Integration der Individualprophylaxe in den Praxisalltag übernehmen.

Fazit

Die Begriffe Prävention und Prophylaxe sind zurzeit sowohl in der Medizin wie in der Zahnheilkunde en vogue. Die Krankheitsvermeidung durch Vorbeugung ist keine Neuentdeckung der modernen Medizin und wurde bereits vor mehr als 2000 Jahren von Hippokrates empfohlen (Abb. 2). Heute allerdings ist die zahnärztliche Prävention durch klinische Studien gesichert und ganz

weit oben angesiedelt. Die Idee der Gesundheitsfürsorge geriet vor allem im letzten Jahrhundert, durch die Entwicklung medizinischer Techniken, immer mehr in den Hintergrund. Moderne Medizin war bzw. ist leider von kurativem Denken und Vorgehen geprägt. In der Medizin widersprechen sich viele präventive Konzepte immer noch, da die Ätiologien der einzelnen Erkrankungen nicht ganz geklärt oder unbekannt sind. In der Zahnmedizin dagegen sind die primären Entstehungsfaktoren für Karies, Gingivitis und Parodontitis weitgehend bekannt. Die multikausale Genese dieser Erkrankung bedingt eine multifaktorielle Prävention, die individuelle Lebensumstände, das Lebensalter, allgemeinmedizinische und psychosoziale Faktoren berücksichtigt.

In naher Zukunft muss es uns Zahnärzten gelingen, eine lebenslange kurative Behandlung durch eine lebenslange präventive Betreuung zu ersetzen. Das hohe Ziel muss es sein, dass jeder Mensch ein Recht auf 28 eigene, gesunde Zähne ein Leben lang hat. Bis neue wissenschaftliche Erkenntnisse für Plaquefreiheit sorgen, wird die Umsetzung der klassischen Präventionsstrategie die Zahnarztpraxen in „User“ und „Loser“ spalten.

Die moderne, präventiv-orientierte „User“-Praxis könnte in Zukunft wie folgt aussehen:

- Das zahnärztliche Team arbeitet nach einer präventiven Praxisphilosophie. Die Prävention ist der Praxismittelpunkt.
- Die präventiv-orientierte Diagnostik untersucht die gesamten oralen Verhältnisse. Es wird der Status der Ka-

ANZEIGE

dentklick.de

klick und spar!

OSTIM Heraeus Kulzer

Vollsynthetisches, resorbierbares Knochenersatzmaterial aus nanopartikulärem, phasenreinem Hydroxylapatit. Zusammensetzung und Struktur entsprechen im wesentlichen der Kalziumphosphatkomponente des natürlichen Knochens. OSTIM ist frei von Konservierungsstoffen und Substanzen biologischen Ursprungs (tierisch und menschlich).

Pa. 5x0,2ml Single Dosages

klickpreis

230,00

* Solange Vorrat reicht

Jetzt in unserem Online-Shop:

www.dentklick.de

ries, des Parodontiums und der restlichen oralen Gewebe systematisch dokumentiert.

- Die durchgeführte Diagnostik ist die Grundlage für eine risikoabhängige patientenindividuelle Therapie.
- Das zahnärztliche Team nimmt sich angemessen Zeit, um den Patienten die Ursachen der Erkrankungen und die Schritte zum Stoppen der Erkrankungen zu erklären. Das Praxisteam handelt vorausschauend im Bemühen um ein Konzept der Krankheitsvermeidung bzw. Krankheitskontrolle.
- Das Praxisteam ist bemüht, eine dauerhafte Patienten-Praxisteam-Beziehung aufzubauen. Nur mit dem notwendigen Vertrauensverhältnis, das Bedenken, Ängste und Erwartungen der Patienten berücksichtigt, gelingt es, die gewünschten Verhaltensänderungen der Patienten zu erreichen und den Patienten dauerhaft an die Praxis zu binden.
- Vor jeder eventuell notwendigen, invasiven Behandlung stellt sich der Zahnarzt selbst die Frage „Was ist eher im Interesse des Patienten, im Sinne eines Langzeiterhalts oraler Gesundheit: Durchführung der invasiven Maßnahme zum jetzigen Zeitpunkt – oder im Moment eine nichtinvasive Alternative einzuleiten“ (Behandlungsmonitoring).
- Es werden schriftliche Behandlungspläne erstellt (einschließlich Kostenschätzung), deren Ziel das Erreichen oraler bzw. dentaler Gesundheit in einer wünschenswerten Balance ist: a) mit den ermittelten Wünschen des Patienten, b) die Patienten in eine präventive Richtung zu leiten – ihr Denken für präventive Ideen zu öffnen, c) bereitwillig zu akzeptieren, zum Wohle des Patienten eventuell einige nicht perfekte, klinisch akzeptable Restaurationen oder Funktionskompromisse zu belassen, statt automatisch restaurative Maßnahmen zu starten, d) professionell aktiv zu intervenieren, wenn die häusliche Mundhygiene nicht ausreicht oder die Mundhöhlenökologie gestört ist.
- Das Wissen und Können des Praxisteams wird durch Fortbildung kontinuierlich erhöht.
- Die erzielten Ergebnisse der präventiven Therapie werden regelmäßig

dokumentiert und hinterfragt. Qualitätssicherungssysteme im Sinne des „Total-Quality-Management“ werden erarbeitet und in den Praxisalltag zum Wohle der Patienten integriert.

- Selbstverständlich muss sich die Prophylaxe betriebswirtschaftlich selbst tragen. Sie muss zum Gewinn der Praxis beitragen.

Wo die Zukunft liegt zeigt auch die WHO (Abb. 4). Wenn es uns Zahnärzten gelingt, die wissenschaftlich gesicherten Erkenntnisse der Prävention und die zukünftigen Forschungsergebnisse in den Praxisalltag zu integrieren, hat die moderne prophylaxeorientierte Zahnmedizin eine riesige Zukunft und es kann sich ein Menschheitstraum erfüllen. Zum ersten Mal in der aktuellen Geschichte der Menschheit könnte die Lebenserwartung des menschlichen Gebisses genauso groß sein wie die Lebenserwartung der Menschen.⁴

tipp.

Eine Literaturliste kann in der Redaktion unter zwp-redaktion@oemus-media.de angefordert werden.

kontakt.



Dr. Klaus-Dieter Bastendorf

Gemeinschaftspraxis
Dr. Bastendorf + Dr. Schmid
Gairenstraße 6, 73054 Eisligen
Tel.: 0 71 61/81 55 00
Fax: 0 71 61/8 73 19
E-Mail: info@bastendorf-schmid.de
www.bastendorf-schmid.de

ANZEIGE



NICHT NUR EIN SCHÖNES DENKMAL-OBJEKT, SONDERN AUCH EINE GUTE ANLAGE!

LOFTWOHNUNGEN DER EXTRAKLASSE

in Kempten, direkt am Wasser, mit 10 x 10%
Denkmalschutz-AfA im Konservierungsmodell.

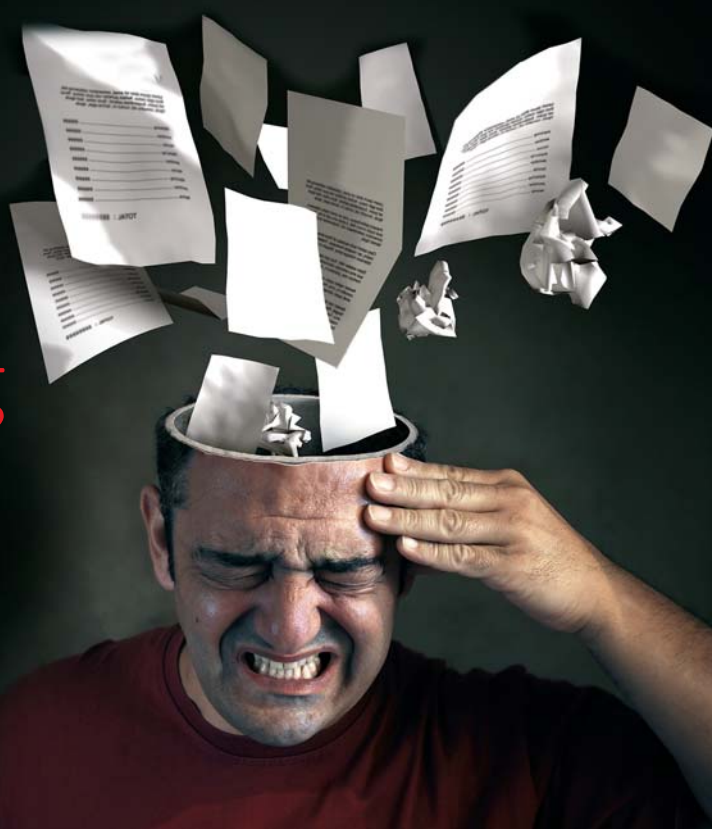
1. Bauabschnitt bereits vollständig verkauft,
 2. und letzter Bauabschnitt jetzt im Verkauf.
- Immobilien – bleibende Werte!

Pfersee Kolbermoor GmbH & Co. KG
TEL (069) 6 33 06 - 305 · rosenau@bestproperties.de
mehr auch unter www.is24.de/49593992



Inkasso ist auch Marketing

| Manfred Godek



Privatversicherte beziehungsweise Selbstzahler geraten mit ihren Arztrechnungen immer häufiger in Verzug. Fünfstellige Außenstände sind bei den Praxen längst keine Seltenheit mehr. Im Schnitt muss jeder fünfte Betrag zumindest einmal angemahnt werden. Inkassofirmen bieten ihre Dienste an. Aber Vorsicht: Mit einem Nullachtzfünfzehn-Inkasso kann sich der Auftraggeber eine Menge Ärger einhandeln. Außerdem droht ein Imageverlust mit der Folge, dass „gute Patienten“ abwandern.

Mit 21,44 Euro vergleichsweise gering war die Forderung, die ein Frankfurter Hautarzt einer sogenannten „Treuhandgesellschaft für Wirtschaftsin-kasso“ übergab. Als schwerwiegend erwiesen sich dagegen die dabei gemachten Fehler. Das Mahnschreiben enthielt die komplette Diagnose, ohne dass der Patient jemals seine Einwilligung zur Weitergabe der Daten gegeben hätte. Nun droht dem Mediziner

ein schmerzhaftes Bußgeld, womöglich sogar eine Strafverfolgung.

Bei einem Arzt-Inkasso gelten andere Regeln als etwa bei unbezahlten Handyrechnungen oder bei Kaufverträgen. Neben der ärztlichen Schweigepflicht müssen zum Beispiel auch das Vertragsverhältnis mit dem Privatpatienten und dessen Widerspruchsmöglichkeit gegen eine Liquidation berücksichtigt werden. „Wenn der Schuldner bei dem Mitarbeiter des Inkassounternehmens auch nur die geringste Unsicherheit spürt, wird er dies ausnutzen“, so Siegward Tesch, Geschäftsführer der TESCHINKASSO® Forderungsmanagement GmbH, Wiehl, die eigens eine Abteilung „Medical Services“ mit speziell geschulten Fachkräften eingerichtet hat. Andererseits erfordert der Umgang mit den in Zahlungsschwierigkeiten geratenen Patienten sehr viel Fingerspitzengefühl. Einer der häufigsten Fehler sei es, dass bei der telefonischen Kontaktaufnahme mit dem Schuldner dessen „persönliches Fehlverhalten“ in den Vordergrund gestellt werde. Die so An-

gesprochenen reagierten abwehrend. Tesch: „Zielführend ist dagegen eine Objektivierung der Situation. Tenor: Es geht nicht um die Person, sondern um die Sache. Es liegt im beiderseitigen Interesse, eine Lösung zu finden, weil sonst die Probleme nur noch größer werden.“ Ein Entgegenkommen, etwa das Angebot von Teilzahlungen, wirke oft wie ein Licht am Ende des Tunnels. Erkenne der Patient seine Chance, mobilisiere er häufig alle Reserven, um seine Rechnung bezahlen zu können. Zunehmend haben es die Praxen mit sogenannten „reichen Schuldnern“ zu tun: Personen, die jahrelang über ein hohes Einkommen verfügten beziehungsweise als Selbstständige erfolgreich waren und durch einen Arbeitsplatzverlust oder infolge der Wirtschaftskrise finanziell abgestürzt sind. „Nicht zahlen zu können, ist für diese Gruppe eine völlig neue Erfahrung“, so Dr. Helmut Jungermann, Professor für Allgemeine Psychologie an der TU Berlin und Mitglied des wissenschaftlichen Beirates der SCHUFA.

ANZEIGE

Vom Mahnschreiben bis zur Emotionsarbeit –

So viel Forderungsmanagement braucht die Arztpraxis

Leistungsabrechnung

Privatliquidation • Praxisgebühr • Zuzahlungen • Individuelle Gesundheitsleistungen • Eigenanteile • Selbstzahlerleistungen

Vorgerichtliches Mahnverfahren

Erstellen von Zahlungsaufforderungen • Mehrstufiges Telefoninkasso • Zahlungseingangüberwachung • Teilzahlungsvergleiche • Bonitätsprüfungen • Anschriftenermittlung

Gerichtliches Mahnverfahren

Titulierung • Überwachungsverfahren • Kontinuierliche Überwachung der wirtschaftlichen Verhältnisse des Schuldners

Patientenkontakt

Das sogenannte Telefoninkasso erfordert psychologische Kenntnisse im Gespräch mit dem Patienten und souveräne „Emotionsarbeit“. Argumentativ steht der sachliche Tatbestand der offenen Rechnung im Vordergrund. Im Hintergrund wird die Situation einer schuldenden oder verschuldeten Person mit seinen typischen Verhaltensmustern und Emotionen gesehen und berücksichtigt. Auch bei unkooperativem Verhalten (Abwehrhaltung) oder Aggressivität lässt sich der Inkassomitarbeiter nicht aus der Ruhe bringen.

Quelle: TESCHINKASSO®

Nicht selten bestünden über das ohnehin sehr persönlich geprägte Arzt-Patienten-Verhältnis hinaus auch Kontakte auf gesellschaftlicher Ebene. Sich sozusagen von Angesicht zu Angesicht finanziell outen zu müssen, sei für die Betroffenen ein Desaster. Aus Scham wechseln Viele den Arzt – und gehen damit als langfristige Umsatzbringer verloren. Ein Blick in die Statistik zeigt, dass vor allem bei den sogenannten gehobenen Zielgruppen Zahlungsschwierigkeiten nur ein vorübergehendes Ereignis sind. Um eine solche Eskalation zu vermeiden, biete sich eine Entpersonalisierung der Spannungssituation an.

Dazu gehört unter anderen die Auslagerung des Forderungsmanagements an ein spezialisiertes Inkassounternehmen, das den Vorgang routiniert und ohne den Effekt der persönlichen Bloßstellung behandelt und zugleich die nötigen psychologischen „Kniffe“ beherrscht. Experte Siegward Tesch: „Idealerweise erkennt der Patient, dass es für ihn faktisch das Beste ist und er sich auch besser fühlen wird, wenn er die

Arztrechnung von allen anderen unbeglichenen Rechnungen als erste bezahlt. Ein zielgerichtetes Telefonat führt oft zu einem zeitnahen Geldzugang.“

Mit der richtigen Strategie wird das Inkasso zum Marketinginstrument. Es bietet die Möglichkeit, den Patienten stärker an die Praxis zu binden. Wer sich in einer schwierigen Lage „gut behandelt“ fühlt, belohnt dies in der Regel mit langjähriger Treue.

kontakt.**Manfred Godek**

MCG
Garather Schlossallee 19
40595 Düsseldorf
E-Mail: Godek@t-online.de

**ERFAHRUNG
MACHT DEN UNTERSCHIED.****IMPLANTOLOGIE Curriculum**
28.09. - 04.10.09 GÖTTINGEN*„Schneller und kompakter gelingt der Einstieg in die Implantologie woanders kaum!“*

...stellte die ZWP-Zahnarzt-Wirtschaft-Praxis in ihrem großen Curricula-Vergleichstest fest.

...und jetzt neu ab Herbst 2009:

- **E-Learning-Block**
von Prof. Dr. Dr. W. H. Engelke
- **Neue Themen:**
Laser, Röntgen, Funktionsdiagnostik
- **Einen Tag länger:**
In 7 Tagen Basiswissen lebendig vermittelt

...die bewährten Vorteile des DZOI-Curriculums bleiben:

- **Dezentrales Chairside Teaching**
...praktische Ausbildung in einer Teaching-Praxis eines Kollegen ganz in Ihrer Nähe. Die Termine stimmen Sie selbst mit der Praxis ab!
- **Blockunterricht**
...konzentrierter Unterricht an der Universität Göttingen!

...und so beurteilt einer unserer Teilnehmer das DZOI-Curriculum:

„Die ausgesprochen praktikable Organisationsstruktur und hohe Praxisnähe sprengt in innovativ konzentrierter Form das Angebot der Weiterbildungskurse von Fachgesellschaften und universitären Einrichtungen.“

**Informationen und Anmeldung:****Deutsches Zentrum
für orale Implantologie e.V.**

Hauptstr. 7 a | 82275 Emmering
Tel.: 0 81 41.53 44 56 | Fax: 0 81 41.53 45 46
office@dzoi.de | www.dzoi.de

Das korrekte Vorgehen bei Privatvereinbarungen

| Sabine Schröder

Im Rahmen der derzeit gültigen Gebührenordnung für Zahnärzte mit ihrem seit über 20 Jahren unveränderten Punktwert ist es kaum mehr möglich, beim privat versicherten Patienten ein adäquates Honorar für zahnärztliche Leistungen zu erzielen. Auch im BEMA besteht kein großer Spielraum für angemessene Preis-Leistungs-Verhältnisse. Trotzdem wird noch immer die Möglichkeit, mit einem Patienten eine freie Vereinbarung für eine zusätzliche Leistung, eine Wunschleistung oder eine Honorarvereinbarung für besonders aufwendige Leistungen zu treffen, in den Praxen viel zu selten genutzt.

Die Bestimmungen und Paragraphen des Bewertungsmaßstabs zahnärztlicher Leistungen (BEMA), der GOZ und der GOÄ (Gebührenordnung für Ärzte) zu kennen und korrekt anzuwenden, ist unerlässlich. Grundsätzlich wird – sowohl beim gesetzlich versicherten wie auch beim privat versicherten Patienten – zunächst unterschieden, ob es sich bei der durchzuführenden Behandlungsmaßnahme um eine Zusatzleistung, eine Verlangensleistung oder um eine besondere Art der Ausführung einer Leistung handelt, deren Vergütung sich im Steigerungsfaktor der entsprechenden Gebührenposition niederschlägt.

Zusatzleistungen beim gesetzlich versicherten Patienten

Sollen bei einem gesetzlich versicherten Patienten Leistungen frei vereinbart werden, die über die Leistungen des BEMA hinausgehen, muss dieser zunächst aus dem Vertrag mit der gesetzlichen Krankenkasse losgelöst und zum Privatpatienten erklärt werden. Dieses geschieht mit der Vereinbarung einer Privatbehandlung gemäß § 4 Abs. 5 BMV-Z bzw. § 7 Abs. 7 EKVZ, in der der Patient sein Einverständnis zur Behandlung außerhalb der gesetzlichen Bestimmungen auf Grundlage der GOZ gibt. Generell herrscht im BEMA aller-

dings ein Zuzahlungsverbot zu den zahnärztlichen Leistungen mit Ausnahme der Mehrkostenregelungen im Füllungs- und Zahnersatzbereich. Die Möglichkeit, die gesamte Behandlung frei zu vereinbaren, bleibt hiervon unberührt. Beim GKV-Patienten unterteilt man generell die Leistungen also in drei Kategorien:

1. Grundleistungen

Grundleistungen werden von den Krankenkassen komplett bezahlt oder bezuschusst. Beispiel: Der Zahn 12 ist kariös und soll mit einer Füllung versorgt werden. Der Patient entscheidet sich nach genauer Aufklärung für eine adhäsiv befestigte Frontzahnfüllung. Es fallen keine Zusatzkosten für den Patienten an.

2. Mehrleistungen

Kassenbehandlungen, die mit „besseren“ Materialien oder aufwendigeren Techniken durchgeführt werden, sind Mehrleistungen (freie Vereinbarung notwendig). Beispiel: Der Zahn 16 ist kariös und soll mit einer Füllung versorgt werden. Der Patient wünscht nach eingehender Aufklärung eine dentinadhäsive Mehrschichtrekonstruktion. Er trifft mit dem Behandler eine Vereinbarung über die Mehrkosten im Vorfeld der Behandlung.

Abrechnung über BEMA: Sämtliche begleitende Maßnahmen wie Infiltrationsanästhesie, besondere Maßnahmen (bmf), indirekte oder direkte Überkappung etc. Die preisgünstige plastische Füllung wird ebenfalls über BEMA abgerechnet.

Abrechnung über GOZ: Die dentinadhäsive Mehrschichtrekonstruktion ist weder in der GOZ noch in der GOÄ geregelt. Diese Leistung wurde nach Inkrafttreten der GOZ 88 neu entwickelt. Deshalb kann für die Berechnung dieses Verfahrens der § 6 Abs. 2 GOZ herangezogen werden. Je nach Anzahl der Füllungsflächen kommen hier beispielsweise die Ziffern GOZ 215 bis 217 analog in Betracht. Die Kosten für die preisgünstige Füllung werden hierbei in Abzug gebracht (z. B. GOZ 217 abzgl. BEMA Nr. 13c).

3. Wahlleistungen

Alle Behandlungen, die nicht von den Krankenkassen bezuschusst werden dürfen, sind Wahlleistungen (freie Vereinbarung notwendig). Wenn eine Behandlung also

- auf Wunsch des Patienten durchgeführt wird (z. B. Erneuerung einer suffizienten Krone),
- nicht im Leistungskatalog der gesetzlichen Krankenversicherung enthalten ist (z. B. GOZ 240 Elekt-

Die neue XO-4 Einheit - Gibt Ihnen einen Vorsprung



Free to Focus ist unser Versprechen an Sie. Die neue XO-4 Einheit lässt Ihnen freien Fokus auf Ihre spezifische Bedürfnisse für klinische Effizienz, professionelle Kompetenz, Ergonomie und Patientenpflege.

Erfahren Sie mehr über die XO-4 Kollektion.
Fordern Sie unseren neuen Katalog an:

Eurotec Dental GmbH
Forumstraße 12
41468 Neuss
Tel: 02131 - 1 333 405
www.eurotec-dental.info / info@eurotec-dental.info

XO[®]
Your focus[™]
Our solution

- rometrische Längenbestimmung eines Wurzelkanals oder GOZ 242 Zusätzliche Anwendung elektro-physikalisch-chemischer Methoden, je Kanal),
- weit über das Maß der ausreichenden, zweckmäßigen und wirtschaftlichen Versorgung (§§ 12, 70 SGB V) hinausgeht (z.B. Behandlung aus rein kosmetischen Gründen) und
 - nicht den Richtlinien des Bundesausschusses der Zahnärzte und Krankenkassen für eine ausreichende, zweckmäßige und wirtschaftliche vertragszahnärztliche Versorgung entspricht (z.B. Parodontalbehandlung von Zähnen mit einer ungünstigen Prognose, Erhaltungsversuch nicht erhaltungswürdiger Zähne),
- kann sie als Verlangensleistung frei vereinbart werden. Hier muss im Vorfeld der gesetzlich versicherte Patient wie oben beschrieben mit der entsprechenden Vereinbarung zum Privatpatienten gemacht werden.

Verlangensleistungen beim Privatpatienten

Verlangensleistungen sind alle Leistungen, die a) über das Maß einer zahnmedizinisch notwendigen ärztlichen Versorgung hinausgehen und/oder b) zum Zeitpunkt der Leistungserbringung als nicht zahnmedizinisch notwendig anzusehen sind und/oder c) weder in der GOZ noch in der GOÄ enthalten sind und keine Analogleistungen nach § 6 (2) GOZ, GOÄ darstellen.

Diese Leistungen dürfen – wie der Name schon sagt – nur berechnet werden, wenn sie auf Verlangen des Patienten erbracht werden. Hierbei ist der § 1 (2) in Verbindung mit § 2 (3) der GOZ ausschlaggebend:

- § 1 (2) GOZ: „Leistungen, die über das Maß einer zahnmedizinisch notwendigen Leistung hinausgehen, darf er (Anm.: der Zahnarzt) nur berechnen, wenn sie auf Verlangen des Zahlungspflichtigen erbracht worden sind.“
- § 2 (3) GOZ: „Auf Verlangen des Zahlungspflichtigen können Leistungen im Sinne des § 1 Abs. 2 Satz 2, die weder im Gebührenverzeichnis (Anlage) noch im Gebührenverzeichnis der Gebührenordnung für Ärzte ent-

„Verlangensleistungen sind alle Leistungen, die über das Maß einer zahnmedizinisch notwendigen ärztlichen Versorgung hinausgehen [...] zum Beispiel Bleaching ...“



halten sind, und ihre Vergütung abweichend von dieser Verordnung in einem Heil- und Kostenplan schriftlich vereinbart werden. Der Heil- und Kostenplan muss vor Erbringung der Leistung erstellt werden; er muss die einzelnen Leistungen und Vergütungen sowie die Feststellung enthalten, dass es sich um Leistungen auf Verlangen handelt und eine Erstattung möglicherweise nicht gewährleistet ist. § 6 Abs. 2 bleibt unberührt.“

Grundsätzlich muss also eine solche Vereinbarung vor Behandlungsbeginn schriftlich getroffen werden. Die Berechnung erfolgt nach Behandlungsabschluss mit Hinweis auf den § 2 (3) GOZ.

Verlangensleistungen sind zum Beispiel:

- Bleaching
- Erneuerung einer suffizienten Krone
- Erhaltungsversuch nicht erhaltungswürdiger Zähne
- Kosmetische Zahnreinigungen
- Mundstrommessungen bei verschiedenen Füllungsmaterialien
- Elektroakupunktur
- Mundschutzgeräte bei Sportlern
- Schnarch-Therapie-Gerät ohne medizinische Indikation
- Individuelle Fluoridierungsschienen

Honorarvereinbarungen

Sollte der in der GOZ vorgesehene Steigerungssatz (1,0-fach bis 3,5-fach) beziehungsweise bei technischen Leistungen aus der GOÄ (1,0-fach bis 2,5-fach) nicht ausreichen, besteht die Möglichkeit, für ein höheres Honorar eine Vereinbarung über die Vergütungshöhe zu treffen. Dieses ist in § 2 (1) GOZ geregelt: „Durch Vereinbarung kann eine von dieser Verordnung abweichende Höhe der Vergütung festgelegt werden.“

Allerdings gilt auch hier zu beachten, dass diese Vereinbarung vor Behandlungsbeginn schriftlich zu treffen ist und der GKV-Patient vorher aus dem gesetzlichen Vertrag losgelöst werden muss.

hinweis.

Die Abrechnungshinweise sind von der Autorin nach ausführlicher Recherche erstellt worden. Eine Haftung und Gewähr wird jedoch ausgeschlossen.

kontakt.

APZ Sabine Schröder

Engelbertstraße 3, 59929 Brilon
E-Mail: schroeder@apz-brilon.de
www.apz-brilon.de

autorin.



Sabine Schröder, ZMV

Inhaberin des Dienstleistungsunternehmens APZ (Abrechnung und Praxisorganisation für Zahnärzte) in Brilon.

Abrechnungsexpertin,

Schwerpunkt im Bereich GOZ/GOÄ, Spezialgebiet Implantologie und Oralchirurgie. Regionales Angebot eigener Schulungsveranstaltungen sowie bundesweit individuelle Intensivschulungen in Zahnarztpraxen zur Umsatzsteigerung und Update des Praxisablaufs. Sehr gute Anwenderkenntnisse im Umgang mit verschiedenen zahnärztlichen Abrechnungsprogrammen. Seit vielen Jahren bundesweite Dozentin bei zahlreichen Fortbildungsveranstaltungen, zahlreiche Publikationen in Fachzeitschriften zum Thema Abrechnung und Praxisorganisation.

BRITeVENEERS®

Smile Design – Zertifizierungskurs

Ihr Einstieg in den Zukunftstrend non-prep Veneers

9 Fortbildungspunkte



vorher



10
Veneers in
1 Stunde



nachher

Erlernen Sie die **einfache Handhabung** des revolutionären BriteVeneers® non-prep Systems zum Wohle Ihrer Patienten und Ihrer Praxis

In einer kleinen Arbeitsgruppe erleben Sie die Anwendung des BriteVeneers®-Systems bei der Komplettbehandlung durch den zahnärztlichen Trainer. Zudem erlernen Sie Schritt für Schritt das BriteVeneers®-System, indem Sie persönlich einen kompletten Veneerbogen (8 Veneers) im Rahmen einer praxisnahen Behandlung an Phantomköpfen selbstständig einsetzen.

Vorteile für Ihre Patienten

- schmerzfrei – keine Spritze
- schonend – keine Entfernung gesunder Zahnschicht
- schnell – keine Provisorien
- strahlend – einfach schöne Zähne

Vorteile für Ihre Praxis

- attraktive Neupatienten/Praxisumsatzsteigerung
- überregionale Marketing- und Werbeunterstützung
- breit gefächertes non-prep Veneersystem
- einfache Möglichkeit der Form- und Farbveränderung

Wählen Sie individuell nach dem Anspruch Ihrer Patienten das passende Veneersystem

BriteVeneers® One-Step hybrid

kostengünstiges
Einstiegvenerer

Hybridkomposit

BriteVeneers® One-Step ceramic

Zeitersparnis mit der zum
Patent angemeldeten Traytechnologie

100 % Keramik

BriteVeneers® handcrafted ceramic

individuelle Kreation mit maximalen
Transluzenz- und Farbvariationen

100 % Keramik

Kurse 2009

Berlin

29. August | 21. November

Düsseldorf

27. Juni | 26. September

München

4. Juli | 19. September

Wien

24. Oktober

Kursdauer: 10.00–18.00 Uhr (1. Teil: Theoretische Einführung in das BriteVeneers®-System • 2. Teil: Demonstration aller Behandlungsschritte am Beispiel eines Phantomkopfes • 3. Teil: Praktischer Workshop)

MELDEN
SIE SICH
JETZT AN!

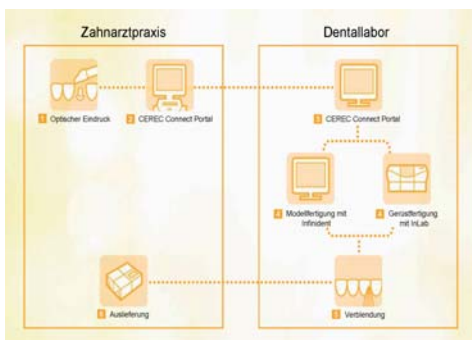
Tel.: +49-3 41/9 60 00 60 • Fax: +49-3 41/9 61 00 46 • E-Mail: info@brite-veneers.com

Die Veranstaltung entspricht den Leitsätzen und Empfehlungen der KZBV einschließlich der Punktebewertungsempfehlung des Beirates Fortbildung der BZÄK und der DGZMK. **9 Fortbildungspunkte**

Digitale Abformung:

Dental-Netzwerk startet bald

Mit einem großen Erprobertreffen hat Sirona die finale Testphase für CEREC Connect eingeläutet. Die Markteinführung für das digitale Dental-Netzwerk ist noch für dieses Jahr geplant. In den bis dahin verbleibenden Monaten prüft die gemischte Erprobergruppe, bestehend aus ganz neuen CEREC AC-Anwendern sowie erfahrenen CEREC-Zahnärzten und inLab-Zahntechnikern, den vollständigen Workflow in Praxis und Labor auf Herz und Nieren. Von der digitalen Abformung im Patientenmund mit der CEREC Bluecam und der CEREC Connect-Software über den Versand der digitalen Modelldaten bis hin zur Bestellung der Restauration beim zahntechnischen Labor via CEREC Connect Portal wird jeder einzelne Arbeitsschritt nachvollzogen. Als nächstes bestellt der Zahntechniker im Bedarfsfall ein Modell, welches im Stereolithografie-Verfahren



zentral bei Sirona hergestellt und an das Labor gesendet wird. Parallel dazu kann auf Basis der digitalen Modelldaten die bestellte Restauration mit dem inLab-System am PC im eigenen Labor bereits konstruiert, ausgeschliffen und gesintert werden. Nach Eingang des Modells passt der Zahntechniker die prothetische Arbeit wie gewohnt auf, verblendet sie und sendet sie zurück in die Praxis. Mit den aktuellen Tests will Sirona sicherstellen, dass wichtige Anforderungen hinsichtlich Bedienung, Präzision, Wirtschaftlichkeit und Patientenkomfort erfüllt werden. Zudem werden die Ergebnisse mit Erfahrungen aus den USA verglichen, wo CEREC Connect bereits seit 2008 genutzt wird.

Sirona Dental Systems GmbH
Tel.: 0 62 51/16-0
www.sirona.de

Pharmaunternehmen:

Mit Tradition in die Zukunft

Die Geschichte der Riemser Arzneimittel AG reicht mittlerweile fast 100 Jahre zurück – 1910 gründete Friedrich Löffler das erste virologische Institut der Welt auf der Insel Riems vor der Küste Mecklenburg-Vorpommerns. Aus diesem Institut hat sich das Unternehmen in seiner heutigen Form entwickelt und wurde innerhalb weniger Jahre zu einem der größten produzierenden und entwickelnden Pharmaunternehmen in Ostdeutschland. Über 600 Mitarbeiter arbeiten an Standorten in Bayern, im Saarland, in Baden-Württemberg, in Sachsen sowie im Ausland. Die breite Sortimentspalette der Riemser AG hat unter anderem seine Schwerpunkte im Bereich Dental, in der Onkologie, der Dermatologie und den Tierimpfstoffen. Der expandierende Geschäftsbereich Dental verfügt über ein Angebot anerkannter Spezialprodukte, welche von der Chirurgie über die Antibiose, die Endodontie bis hin zur Prophylaxe reichen. Neben dem bewährten REVOIS® Implantatsystem umfasst das Segment Chirurgie das weltweit als Referenzmaterial geltende, synthetische Knochenaufbaumaterial CERASORB®. Das Angebot der Riemser Dentalprodukte wird

Günstiges Komposit:

Ästhetische und preiswerte Versorgung

Seitenzähne können sowohl ästhetisch als auch äußerst preiswert und schnell versorgt werden – mit HyperFIL™. Eine ästhetische Versorgung von Seitenzähnen mit einem Komposit geht entweder mit aufwendiger Schichttechnik oder ästhetischen Abstrichen einher. Erstere ist immer zeitaufwendig und damit teuer. Wird dies durch die Verwendung eines Core-Materials, wie beispielsweise Absolute Dentin umgangen, muss eine matte Okklusalfäche in Kauf genommen werden. Dieses Problem greift der US-amerikanische Hersteller Parkell mit dem dualhärtenden, nanogefüllten Komposit HyperFIL™ auf. Es schließt einen Kompromiss zwischen beiden Methoden: Durch seine Dualhärtung ist es einfach und schnell



abgerundet durch eine große Auswahl an einzigartigen Folien, Membranen und Fixationssystemen sowie durch lokale und systemische Antibiotika. Neben dem in der Endodontie bewährten Ledermix® (siehe Foto), ist auch der Bereich der konservierenden Zahnheilkunde mit einem breiten Prophylaxesortiment vertreten. Das hochdosierte Ledermix® Fluoridgel, die Produkte des spanischen Marktführers Laboratorios KIN und die neue Pflegelinie GENGIGEL® überzeugen durch einfache Anwendung, Alkoholfreiheit und einen angenehmen Geschmack. Weitere Informationen erhalten sie unter:

Riemser Arzneimittel AG
Tel.: 0 60 27/46 86-0
www.riemser.de



in der Anwendung und mit einem Preis von 3,75 Euro pro Gramm sehr günstig. Dazu gewährleistet es eine Politur der Restauration und vermag so eine beinahe natürliche Okklusalfäche zu schaffen. Die universellen Farben A2 und A3 passen sich durch ihre Transluzenz weitgehend der Zahnfarbe an. HyperFIL™ ist das Material für den kleinen Geldbeutel des Patienten, der dennoch Wert auf natürliche Ästhetik legt.

American Dental Systems GmbH
Tel.: 0 81 06/300 300
www.adsystems.de

ZWP online
 Weitere Informationen zu diesem Unternehmen befinden sich auf www.zwp-online.info

Politursystem:

Zähne bequem reinigen

Der japanische Hersteller NSK hat sein bewährtes Zahnpolitursystem Prophy-Mate weiterentwickelt. Das neue Instrument Prophy-Mate neo ist nicht nur kompakt und einfach zu bedienen, sondern noch handlicher als sein Vorgänger. Neu sind zwei Düsen mit einer Abwinkelung von 60° und 80° für eine noch effizientere Reinigung. Das praktische und ästhetisch ansprechende Handstück garantiert eine sichere, rutschfeste und angenehme Anwendung für jede Handgröße auch bei längerem Arbeiten. Das Gerät ist um 360° drehbar, wodurch die Gelenke auch bei einem hohen Luftdruck frei beweglich bleiben. Zusätzlich minimiert der leichte Instrumentenkörper das Ermüdungsrisiko von Hand und Handgelenk beim Behandeln. Der gleichzeitig aus zwei Düsen im Pulverbehälter geblasene Luftstrom schafft einen konstanten Pulverfluss zur Saugdüse in der Mitte des Behälters, wobei der dadurch ermöglichte gleichmäßige und



kraftvolle Pulverausstoß bemerkenswerte Politur- und Reinigungseffekte erzielt. Ein weiterer Vorteil: Durch die runde Form des Behälters bleiben keine Pulverreste zurück. Die Wartungs- und Pflegemaßnahmen mit der mitgelieferten Reinigungsbürste und dem Reinigungsdraht gestalten sich einfach wie nie zuvor, da sich die vordere Düse leicht abnehmen lässt. Zusätzlich kann Prophy-Mate bei 135°C autoklaviert werden, nachdem der Pulverdosenendeckel entfernt worden ist. In der Praxis überzeugt das Zahnpolitursystem durch seine universelle Anwendbarkeit, da es direkt an die gängigsten Kuppelungsmarken angeschlossen werden kann.

NSK Europe GmbH
Tel.: 0 61 96/7 76 06-0
www.nsk-europe.de

Fortbildungsangebot:

Intensivkurs im kleinen Kreis

Das K.S.I.-System können Interessierte auf den Fortbildungsveranstaltungen im Hause der K.S.I. Bauer-Schraube exklusiv kennenlernen. Nicht nur Einsteiger, sondern auch Umsteiger, die ein einfaches und preiswertes Implantatsystem suchen, sind bei den zweitägigen praxisorientierten Kursen willkommen. Nach kurzer theoretischer Einführung werden am Patienten die Möglichkeiten bei unterschiedlichen Indikationen aufgezeigt. Durch die begrenzte Teilnehmerzahl von zehn Personen besteht für jeden die Möglichkeit, die Implantation live zu verfolgen. Zusätzlich werden die Operationen am Bildschirm aus dem Behandlungsraum übertragen. Anhand von mindestens fünf Live-OPs werden alle relevanten Indikationen gezeigt. Anschließend hat jeder Teilnehmer die Gelegenheit, an der Rinderrippe das einfache Handling des Systems zu erfahren. Am Ende des Kurses erhalten alle Teilnehmer ein entsprechendes Zertifikat und eine



Bescheinigung über 17 Fortbildungspunkte. Kurse werden in diesem Jahr noch an fünf Terminen angeboten: 26. und 27. Juni, 11. und 12. September, 9. und 10. Oktober, 6. und 7. November sowie am 4. und 5. Dezember.

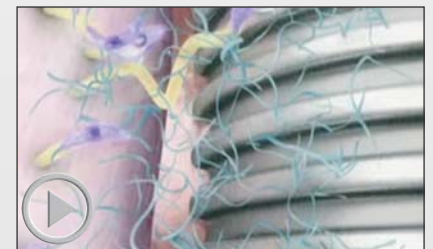
K.S.I. Bauer-Schraube GmbH
Tel.: 0 60 32/3 19 12
www.ksi-bauer-schraube.de

Sehen, was läuft – täglich neu!

Fernsehen war gestern, TV läuft heute im Internet. Rund um die Uhr, hochauflösend, rasend schnell.



Das Unternehmen Dentegris ist aus einer Initiative von Profis aus Chirurgie, Prothetik und Zahntechnik entstanden. Die Idee, ein überschaubares, sicheres und bezahlbares Implantatsystem auf den Markt zu bringen, wurde schnell zum Erfolgsmodell.



BioHorizons® blickt mit Stolz auf viele wissenschaftlich fundierte und evidenzbasierte Produkteinführungen. Die neuen Laser-Lok® Mikrorillen auf den Implantathälften sind das jüngste Beispiel dieser Tradition.



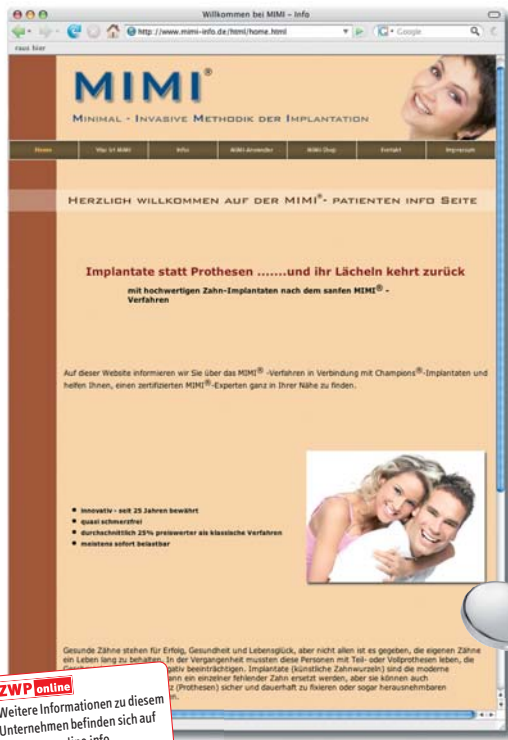
Champions®-Implants entwickelt und produziert moderne zahnärztliche Implantate und Medizinprodukte und bildet zahnärztliches Personal zu deren Handhabung aus.

Ihr Film auf ZWP online:

www.zwp-online.info

Minimalinvasive Implantologie:
**Informationsportal
im Internet**

Patienten, die an der Minimal Invasiven Methodik der Implantation (MIMI®) interessiert sind, können sich auf einem Informationsportal im Internet über das besonders sanfte Implantationsverfahren informieren. Unter www.mimi-info.de stellt Champions®-Implants ab sofort breite Informationsmöglichkeiten zu der ausgereiften, aber zugleich auch bezahlbaren Methode moderner Zahnheilkunde zur Verfügung. Auf der leicht verständlichen Homepage wird der



ZWP online
Weitere Informationen zu diesem Unternehmen befinden sich auf www.zwp-online.info

breiten Öffentlichkeit die Methode der minimalinvasiven „Schlüsselloch“-Implantologie und die dazugehörige hochwertige Prothetik vorgestellt. Dabei wird das MIMI®-Verfahren auch der klassischen Methodik gegenübergestellt und anhand von zahlreichen Fallbeispielen anschaulich illustriert. Alle Interessierten finden auf dem Web-Portal ebenso alle zertifizierten Champions®-Anwenderpraxen nach Postleitzahlen aufgelistet.

Champions-Implants GmbH
Tel.: 0 67 34/69 91
www.champions-implants.com
www.mimi-info.de

Behandlungseinheit:
**Hightech
für die Praxis**

Das neueste Mitglied der A-dec Produktfamilie heißt A-dec 300™ und ist das Ergebnis ausgiebiger Zusammenarbeit und Erprobung. Bei der Entwicklung dieser Behandlungseinheit haben Designer, Ingenieure, Händler, Zahnärzte und Mitarbeitern intensiv zusammengearbeitet, um ein optimales Ergebnis zu erzielen. So steht der A-dec 300™ nahezu beispiellos für die Integration von Technologie und ist außerdem eines der kompaktesten Systeme auf dem Markt: Modern, einfach und bestens positioniert, um in enge Räume und zu kleinen Budgets zu passen. Der A-dec 300™ ist ein Komplettsystem, bestehend aus Stuhl, Arztelement, Lampe, Bildschirm und Helferinneninstrumentierung und somit für alle Kunden die erste Wahl, die nach einer günstigen Alternative zum A-dec 500® suchen und dennoch nicht auf Leistung, Service und Kundendienst verzichten wollen, die alle A-dec-Produkte auszeichnen. Das Gerät bietet eine Vielzahl von



Funktionen, die eine optimale Raumnutzung gewährleisten. Erreicht wird das zum Beispiel durch einen kompakten Steuerkopf, den integrierten Bodenanschlusskasten mit kleiner Grundplatte und eine schwenkbare Wassereinheit, die sich jeweils auf den Rechts-/Linksbetrieb anpassen lässt. So wird der A-dec 300™ zu einem kleinsten Dentalgerätesystem auf dem Markt. Dank des modularen Aufbaus kann der Zahnarzt zusätzlich jene Optionen und Kombinationen wählen, welche am besten zu seiner individuellen Arbeitsweise passen.

Eurotec Dental GmbH
Tel.: 0 21 31/1 33 34 05
www.eurotec-dental.info
www.a-dec300.com

ZWP online
Weitere Informationen zu diesem Unternehmen befinden sich auf www.zwp-online.info

Instrumente:
**Sauberer
Mundspiegel**



mit einem Mikromotor, der mit 15.000 Umdrehungen in der Minute die Spiegeloberfläche dreht und so Wasser, Schmutz, Speichel und Blut wegschleudert. Somit ermöglicht das Instrument erstmals ein ununterbrochenes Präparieren, auch unter ungünstigsten Bedingungen. Inzwischen nutzen einige Hundert Zahnärzte die enormen Vorteile des EverClear™ Mundspiegels.

Diese zeigen sich besonders in reduziertem Arbeitsstress und einer geringeren Augenermüdung, speziell wenn mit Lupenbrille oder Mikroskop gearbeitet wird. In der Konsequenz bedeutet das eine deutliche Zeitersparnis und erhöhte Produktivität – und damit nicht zuletzt einfach mehr Spaß bei der Arbeit! Ever-Clear™ begleitet sinnvoll jedes Präparationsset, welches mit Kühlschpray eingesetzt wird. Der Mundspiegel entspricht selbstverständlich den Hygieneanforderungen und kann, mit Ausnahme des Akkus, voll sterilisiert werden.

I-DENT Vertrieb Goldstein
Tel.: 0 89/79 36 71 78
www.i-dent-dental.com

Zahnärzte, die mit einem Mundspiegel arbeiten, kennen das Problem: Oft wird die Sicht durch Spray und Bohrstaub behindert. Eine Lösung für dieses Problem hat die Schweizer Firma I-DENT SA entwickelt und produziert. Die Idee trägt den Namen Ever-Clear™ und ist ein akkubetriebener, sterilisierbarer und selbstreinigender Mundspiegel, der immer klar und sauber bleibt. Die neueste technologische Entwicklung ermöglicht die Ausstattung des Ever-Clear™



Innovative Parodontitis-Diagnostik

Herr Dr. Schwiertz, können Sie uns kurz etwas über das Firmenprofil der Symbio Herborn Group erzählen?

Die SymbioPharm GmbH in Herborn stellt bakterienhaltige Arzneimittel und Nahrungsergänzungsmittel her. Bei den probiotischen Arzneimitteln ist das Unternehmen der zweitgrößte Hersteller in Deutschland. Die Vorgesellschaft der SymbioPharm GmbH wurde 1954 gegründet und stand schon damals unter dem Motto „Heilen mit Bakterien“. Auch das Schwesterunternehmen SymbioVaccin GmbH arbeitet mit Bakterien. Die SymbioVaccin GmbH stellt Autovaccine her. Autovaccine sind Präparate aus Bakterien, die aus dem Stuhl oder aus Infektionsherden des Patienten isoliert werden. Die Bakterien werden abgetötet vor allem zur Therapie chronischer Infektionen eingesetzt.

Das Institut für Mikroökologie ist eine Laborarztpraxis, die in der mikrobiologischen Diagnostik führend ist. Als erstes Labor hat das Institut neben der klassischen schulmedizinischen auch komplementärmedizinische Therapiemöglichkeiten in den Therapieplan aufgenommen.

Das Institut für Mikroökologie ist ein kompetenter Ansprechpartner für Frühdiagnostik, Allergietests und mikrobiologische Therapien. Eine neue Methode zur Diagnostik von Parodontitis ist der vom Institut 2006 eingeführte ParoCheck® sowie der Nachweis aktiver Entzündungen mittel eines Enzymtests. Was sind die Vorteile eines solchen Nachweisverfahrens?

In der menschlichen Mundhöhle tummeln sich an die 500 verschiedenen Bakterienarten. Nur ein Bruchteil dieser Bakterien ist für ein Krankheitsgeschehen wie Karies oder Parodontitis verantwortlich. Aber gerade die Anzucht dieser Krankheitserreger ist schwierig und zeitaufwendig. Deshalb sind molekularbiologische Verfahren eine gute Alternative. Für diese Verfahren ist eine Anzucht unnötig; nur das Erbgut der vorhandenen Bakterien wird vervielfältigt und analysiert. Mittlerweile sind molekularbiologische Methoden aus dem Laboralltag nicht mehr wegzudenken. Der Nachweis des gewebeabbauenden Enzyms Matrix-Metalloproteinase-8 oder kurz MMP-8 ermöglicht die Verlaufskontrolle einer aktiven Entzündung. Das Enzym zerschneidet das Netz der Kollagenfasern im Zahnfleisch und ist damit verantwortlich für die Gewebedegeneration bei einer Parodontitis. Mittels eines Nachweises dieses Enzyms lassen sich Therapiefortschritte nachweisen, bevor eine klinische Besserung auftritt.

Wie funktionieren ParoCheck® und MMP-8 genau?

Der ParoCheck basiert auf einem Biochip. Der Biochip enthält Teile der Erbsubstanz wichtiger Parodontalerreger. Für eine Analyse mit dem ParoCheck wird aus einer Zahntasche eine Probe entnommen. Aus diesem Abstrich wird die Erbsubstanz der vorhandenen Bakterien vervielfältigt. Jeder vervielfältigte DNA-Strang wird gleichzeitig mit einem Fluoreszenzfarbstoff markiert. Anschließend wird der Biochip mit der markierten DNA überschichtet. Passt die markierte DNA zum Erbgut auf dem Biochip, bleibt sie am Biochip haften. Die restliche markierte DNA

wird abgewaschen. Der Biochip fluoresziert jetzt nur an den Stellen, an denen DNA aus der Zahntasche gebunden hat. So lässt sich auf dem BioChip ablesen, welche Krankheitserreger sich in der Zahntasche befanden. Je mehr Erbsubstanz des jeweiligen Erregers vorhanden war, umso stärker ist das Signal. So lassen sich semiquantitative Aussagen zum Erregerspektrum treffen, die dann in eine differenzierte Therapieempfehlung münden. Beim MMP-8 Test wird die Menge des Enzyms mittels Antikörpernachweis ermittelt.

Der Nachweis von Markerorganismen mittels des ParoChecks® erlaubt es, alternative Therapiemethoden wie zum Beispiel mit Autovaccinen herzustellen. Können Sie uns die Vorteile der Behandlung mit Autovaccinen kurz erläutern?

Für die Herstellung der Autovaccine wird am Erkrankungsherd eine Probe entnommen. Diese wird zum Hersteller gesendet und dort untersucht. Die SymbioVaccin GmbH ermittelt den Krankheitserreger im Gewebe. Dieser wird anschließend vermehrt und mittels Hitze abgetötet. Diese abgetöteten Erreger sind die Autovaccinen, die dem Patienten verabreicht werden. Sie bieten dem Immunsystem hochdosierte Antigene, ohne dass sich der Erreger selbst vermehren kann. Die Antigene regen eine Immunantwort an, die genau auf den krankheitserregenden Bakterienstamm zugeschnitten ist. Die Auflagen für die Herstellung der Autovaccine entsprechen denen eines zulassungspflichtigen Arzneimittels.

Eine weitere Möglichkeit, Parodontitis zu behandeln, sind ätherische Öle. Das Institut für Mikroökologie hat als erstes Institut in Deutschland einen Test entwickelt, der neben dem Nachweis parodontalpathogener Erreger auch eine Empfehlung ätherischer Öle beinhaltet. Wie wird diese Möglichkeit von Zahnärzten und Patienten angenommen?

Wir waren überrascht, dass uns Zahnärzte vor allem wegen dieser alternativen Therapieform kontaktieren. Das Institut hat die Empfindlichkeit der häufigsten Parodontalerreger gegenüber verschiedenen ätherischen Ölen geprüft. Entsprechend können wir nach einem ParoCheck eine individuelle Behandlung mit ätherischen Ölen empfehlen. Die ätherischen Öle können auch als Gemisch gegen mehrere Erreger eingesetzt werden. Die Behandlung mit ätherischen Ölen verringert die Problematik der Resistenzentstehung bei Antibiotika. Und auch die Patienten sind über eine natürliche Alternative froh. Der Befund des Instituts enthält aber auch Empfehlungen für eine gezielte Antibiotikatherapie.



Auf den Lüppen 8, 35745 Herborn
Tel.: 0 27 72/98 12 47, Fax: 0 27 72/98 11 51
E-Mail: paro@mikrooek.de, www.parocheck.info

Patientencompliance bei der Kariesbehandlung

| Dr. Elian Cunea

Seit 2004 verwenden wir in unserer Praxis HealOzone zur schonenden Kariesbehandlung. Durch den gezielten Einsatz von Ozon befreit HealOzone kariöse Zahnschubstanz von den Karieserregern. Die betroffene Zahnschubstanz muss also nicht mehr (vollständig) entfernt werden. Das ist nicht nur für den Patienten angenehmer, sondern bietet große therapeutische Vorteile (z. B. bei der Behandlung von Karies in Pulpanähe).

Nach der Behandlung kann in vielen Fällen direkt eine Füllung oder Versiegelung erfolgen. In anderen Fällen muss der mit HealOzone behandelte Bereich aber zunächst remineralisiert werden. Dazu wird ein spezielles Remineralisation-Kit durch den Patienten zu Hause benutzt. Zusätzlich kann Glasionomerzement (Fuji VII) zum Einsatz kommen. Für den Erfolg einer HealOzone-Therapie, bei der die mit Ozon behandelte Zahnschubstanz nicht sofort unter einer Füllung verschwindet, ist der gewissenhafte Gebrauch des Remineralisation-Kits durch den Patienten von großer Bedeutung. Leider mussten wir zu Beginn der HealOzone-Verwendung schon bald erkennen, dass das Kit von vielen Patienten nicht regelmäßig verwendet wurde. Um den Erfolg der HealOzone-Therapie sicherzustellen, sind deshalb Maßnahmen zur Verbesserung der Patientencompliance im Bezug auf das Kit dringend erforderlich.

Material und Methode

In den Fällen, in denen nach einer HealOzone-Behandlung keine (sofortige) Füllung oder Versiegelung erfolgt, z. B. bei Zahnhalskaries, muss die behandelte Zahnschubstanz durch ein Remineralisation-Kit wieder regeneriert werden. Dieses Kit besteht aus einer speziellen Zahnpasta, einer Mundspüllösung und einem Mundspray für den Einsatz unterwegs.

In der ersten Anwendungsphase wurden die Patienten gemäß der klassischen Show-Tell-Do-Methode in die Benutzung des Kit eingewiesen: Der Sinn und die Anwendung des Kits wurden theoretisch erklärt. Die Anwendung des Kits wurde praktisch gezeigt. Der Patient erhielt eine Broschüre zur Verstärkung. Anschließend bekam der Patient Bedenkzeit, ob er das Verfahren nutzen wollte oder nicht. Um zu ermitteln, ob die Patienten das Remineralisation-Kit tatsächlich gemäß den Anweisungen verwandten, fand zunächst in unserer Praxis eine einfache Befragung statt. Mehrere Patienten gaben in den Folgesitzungen zu, das Kit nicht oder nicht regelmäßig angewendet zu haben. Bei anderen wurde zwar behauptet, das Kit sei mehr oder weniger häufig genutzt worden, doch Untersuchungsbefunde ließen vermuten, dass das nicht ganz den Tatsachen entsprach.

Um eine objektivere Überprüfung der Patientenmitarbeit zu gewährleisten, wurden die Patienten gebeten, das Kit zur Folgesitzung wieder mitzubringen. Durch eine Prüfung des Füllstandes konnten wir nun besser abschätzen, inwieweit die Komponenten des Kits tatsächlich benutzt worden waren. Tatsächlich waren etliche der mitgebrachten Kits noch (fast) voll. Daraus ergab sich für uns die dringende Notwendigkeit, Wege zur Verbesserung der Patientenmitarbeit zu suchen.

Das Führen eines Protokolls stellt eine ebenso einfache wie wirksame Methode dar, Patienten zur Selbstkontrolle und Mitarbeit zu motivieren und an die indizierten häuslichen Maßnahmen zu erinnern. Deshalb lag es nahe, auch im Zusammenhang mit HealOzone den Patienten ein Protokoll nach Hause mitzugeben. Anfangs kam dabei nur eine leicht veränderte Version unseres „Protokolls der häuslichen Prävention“ zur Anwendung. Das war jedoch unnötig kompliziert und wurde deshalb in der Folgezeit schrittweise vereinfacht. Auf diese Weise konnten wir auch die Compliance gemäß der subjektiven Selbsteinschätzung der Patienten erkennen. Bei den Patienten, die unser vereinfachtes Protokoll erhalten hatten, führten wir eine abschließende Befragung durch, in der es sowohl um die Zufriedenheit mit der Behandlung an sich als auch um eine Einschätzung der verwendeten Materialien zur häuslichen Nachsorge ging.

Ergebnisse

Insgesamt konnten wir durch unsere Maßnahmen die Compliance deutlich verbessern und sehr gute Erfolge bei der Behandlung mit HealOzone erzielen, die ohne häusliche Anwendung der Kits so wohl kaum möglich gewesen wären. Bei annähernd 1.500 mit HealOzone behandelten Zähnen hatten wir im Laufe von drei Jahren weniger als fünf Prozent Misserfolge (d.h. negative

2. Internationaler Kongress

endodontischer Zahnheilkunde –

Endodontie – aktuelle Standards

anlässlich
des



25. Marathon des Chateaux du Médoc

10.–13.9.2009 · Bordeaux (F)

**begrenzte
Teilnehmerzahl!**



FAXANTWORT

03 41/4 84 74-2 90

✗ Bitte schicken Sie mir nähere Informationen und die Anmeldeunterlagen zum 2. Internationalen Kongress endodontischer Zahnheilkunde anlässlich des 25. Marathon des Chateaux du Médoc am 10.–13. September 2009.

Praxisstempel

ZWP 6/09

Sponsoren:



INSTRUMENTARIUM



Vitalitätsprüfung, Endo-Behandlung). Mit der Einführung des Protokolls verbesserten sich auch die objektiven Parameter zur Abschätzung der Compliance. Ungebrauchte oder noch fast volle Sets bekamen wir signifikant seltener zu sehen als in der Zeit vor der Einführung des Protokolls.

Nach der Patientenbefragung wurden 105 Fragebogen ausgewertet. Alles in allem war die Zufriedenheit mit der HealOzone-Behandlung extrem hoch. Alle Befragten (100 %) waren mit den Erfolgen der Behandlung zufrieden, fast alle (93 %) empfanden die Behandlung als relativ oder sogar sehr angenehm und würden sie Freunden und Bekannten uneingeschränkt weiterempfehlen (87 %). Als besondere Vorteile wurden der maximale Erhalt der natürlichen Zahnschicht (87 %) und die Vermeidung einer Wurzelbehandlung (84 %) gesehen; auch weniger Schmerzen (69 %) und kein langes Bohren (57 %) wurden von der Mehrheit der Befragten als sehr wichtige Vorteile gesehen. Den



Schmerzlose Behandlung mit HealOzone.

Preis der Behandlung wie auch des Remineralisation-Sets sah die Mehrheit als angemessen an (63 % bzw. 84 %). Grundsätzlich gefielen den Patienten die Komponenten des Remineralisation-Kit, bestehend aus Zahnpasta, Mundspüllösung und Mundspray. Am besten wurde die Zahnpasta beurteilt (94 % gut), die Mundspüllösung und das Mundspray kamen nicht ganz so gut an (79 % bzw. 69 % gut). 63 % der Befragten fänden es sogar besser, wenn das Mundspray für unterwegs durch ein Kaugummi ersetzt würde. Die Anwendungshinweise des Herstellers fanden 80 % gelungen.

Die Begeisterung der Patienten für das Protokoll hielt sich in Grenzen. Nur jeweils rund ein Drittel der Befragten sahen das Protokoll als Motivations- oder Erinnerungshilfe an (35 % bzw. 36 %). Ein Drittel verneinte, dass das Protokoll eine Erinnerungshilfe gewesen sei (29 %), und fast die Hälfte der Befragten gab an, dass das Protokoll für sie keine Motivationshilfe gewesen sei (43 %). Dementsprechend wurden die Protokolle auch oft nicht sehr gewissenhaft ausgefüllt.

Diskussion

Das Problem der Non-Compliance ist nicht neu. In vielen Arbeiten, die sich mit dem Phänomen der Non-Compliance beschäftigen, wird die These aufgestellt, dass bestimmte demographische Charakteristika mit Compliance bzw. Non-Compliance korrelieren. Alter, soziale Schicht, Geschlecht, Beruf, familiärer Hintergrund, Einkommen und Ehestand sind hierbei relevante Größen. Unsere Erfahrung zeigte allerdings, dass auch einkommensstärkere Patienten (denn vor allem solche waren bereit, die Mehrkosten für eine Behandlung mit HealOzone zu tragen) keine besonders gute Compliance zeigten. Ähnlich wie bei der Prävention kommt es – auch aus Zeitmangel – über kurz oder lang zu Defiziten. Deshalb müssen die Patienten immer wieder aufs Neue überzeugt und motiviert werden.

Auch die an sich große Zufriedenheit der Patienten mit der Behandlung und die prinzipielle Einsicht in den Sinn des Kits reichten allein nicht aus, die häusliche Mitarbeit zu sichern, also eine hohe Compliance zu schaffen. Angesichts der sehr ähnlichen Problemlage lag es nahe, unsere Erfahrungen aus der langjährigen präventiven Arbeit zu nutzen, um die Compliance bzgl. des Kits zu verbessern. Durch die Kombination subjektiver und objektiver Instrumente zur Abschätzung der Compliance scheinen wir in den meisten Fällen der Wahrheit recht nahe gekommen zu sein, wie uns auch die Reaktionen der Patienten zeigten. Somit hatten wir die nötigen Grundlagen, um den Patienten individuell bedarfsorientiert anzusprechen, die Ursachen seiner Compliance-defizite zu erörtern und ihn dann ziel-



HealOzone, das sanfte Therapiekonzept zur Kariesentfernung.

gerichtet noch einmal aufzuklären und zu beraten. Insbesondere ging es dabei um Möglichkeiten, die Anwendung des Kits fest in den Tagesablauf zu integrieren. Das Protokoll kann auch hierzu einen wesentlichen Beitrag leisten, wenn man es an „strategischen Punkten“ platziert (z. B. im Auto am Armaturenbrett oder zu Hause am Badezimmer-Spiegel) und auf diese Weise immer wieder erinnert wird.

Interessant ist, dass die Einschätzung der Befragten, das Protokoll sei nicht allzu hilfreich gewesen, unserer Einschätzung widerspricht. Tatsächlich zeigte sich, dass die Sets der Patienten, die das Protokoll bekommen hatten, zumeist deutlich weniger Restfüllmengen enthielten als bei den Patienten, die das Protokoll nicht bekommen hatten. Offenbar besteht also doch ein positiver Zusammenhang zwischen dem Protokoll und der Nutzung des Sets.

tipp.

Eine Literaturliste kann in der Redaktion unter zwp-redaktion@oemus-media.de angefordert werden.

kontakt.

Praxis für Profis (Pfp)

Privatinstitut für zahnärztliche Fortbildung
Dr.-medic stom. (R) Elian Cunea
Im Dämmergrund 2, 40470 Düsseldorf
Tel.: 02 11/68 68 21
Fax: 02 11/6 91 22 75
E-Mail: info@praxis-fuer-profis.de
www.praxis-fuer-profis.de

NEU
INNOVATIV

48h

PRODUKTION

€

FESTPREIS

🔨

HALTBAR

💎

ÄSTHETISCH

Die CAD/CAM ZIRKONKRONE

www.absolute-ceramics.com

NEU
ONLINE-SHOP



Wer **Innovation** allen zugänglich macht, zeigt die **wahre Größe** der Idee dahinter.

Pioniergeist und Hartnäckigkeit machten es möglich, dass Millionen von Menschen, fernab der großen Konzertsäle, von der Schönheit der Musik Mozarts verzaubert wurden. Die Innovationsstärke von absolute Ceramics steht für diesen Pioniergeist.

Ab sofort verfügbar: Zentral gefertigte vollanatomische CAD/CAM Zirkonkronen zum günstigen Festpreis ohne eigene Investition. Sichern Sie sich jetzt Ihr Starter-Set unter **0800 93 94 95 6** oder besuchen Sie unseren Online-Shop.

Natürlich schöne Zähne für alle.

Hersteller und Direktvertrieb: bidentis GmbH, Weißenfelser Straße 84, 04229 Leipzig



absolute.
CERAMICS

Prophylaxeprodukte motivieren

| Monika Rau

Wie schafft man es, Patienten zu einer besseren häuslichen Mundhygiene zu motivieren – trotz steigender Kostenbeteiligung? Monika Rau, Leiterin des Prophylaxe-Centers der Zahnarztpraxis Michael Waack in Backnang, gelingt es mit den richtigen Worten und attraktiven Prophylaxeprodukten.

Die richtige Ansprache der Patienten hilft, eine relativ entspannte Atmosphäre herzustellen, Ängste abzubauen und Vertrauen aufzubauen. Das gilt nicht nur für den Zahnarzttermin, sondern auch für die Prophylaxebehandlung.

Im ersten Gespräch mit meinen Patienten kläre ich sie immer ausführlich über den Sinn und Nutzen der Prophylaxe auf und mache ihnen deutlich, dass die Prophylaxebehandlung eine intensive häusliche Mundhygiene nicht ersetzen kann. Das bedeutet, dass die Verantwortung für die Pflege der eigenen Zähne in der Hand der Patienten bleibt. Mit der Prophylaxe können wir sie bei ihrem langfristigen Ziel, Zähne ein Leben lang zu erhalten, aber professionell unterstützen. Diese deutlichen Worte sind für viele Patienten sehr wichtig, damit gleich von Anfang an die Erwartungen richtig gesetzt werden und sie sich nicht nur auf die große Grundreinigung der PZR verlassen.

Die Vorstellung, seine Zähne ein Leben lang zu erhalten, überfordert viele, da der Zeithorizont zu weit gefasst ist. Um kurzfristige Anreize zu schaffen, verweise ich beispielsweise auf eine attraktivere Ausstrahlung eines schönen Lächelns mit sauberen Zähnen oder auf die Peinlichkeit von Mundgeruch bei ungepflegten Zähnen. Vor allem Teenager fühlen sich durch diese konkreten Beispiele angesprochen und motiviert, sich täglich um ihre Zahnpflege zu kümmern.

Das beste Argument für alle Altersgruppen ist und bleibt aber die eigene Erfahrung des sauberen Mund-



Flexi Interdentalbürsten erhöhen die Motivation der Patienten, ihre Zahnzwischenräume besser sauber zu halten.

Zahngefühls unmittelbar nach der PZR. Ich lasse alle Patienten vorher spüren, wie sich rund 100% Bakteriengehalt im Mund anfühlt und frage, wie es sich mit einem Anteil von nur noch ca. 5% Bakterien im Mund anfühlt. In der Regel sind alle Patienten sogleich daran interessiert, diesen sauberen und gepflegten Zustand aufrechtzuerhalten, sodass sie meinen Tipps bezüglich der häuslichen Mundhygiene gerne nachkommen. Darüber hinaus gebe ich den meisten Patienten nach der PZR immer ein bis zwei verschiedene Flexi Interdentalbürsten mit nach Hause, damit sie ihre Zahnzwischenräume besser sauber halten können – und natürlich um die Motivation zu erhöhen. Ich habe die Erfahrung gemacht, dass Gratisproben dieser Art hochgradig motivierend wirken. Wenn ich dann noch erwähne, dass wir die Recall-Termine zeitlich weiter auseinander planen können je besser der Mundhygieniezustand ist, sind alle Zweifel beseitigt, sich stärker zu bemühen – eine finanziell gesteuerte Motivation kann der Sache auch dienlich sein.

Individuelle Motivation

Die Recall-Termine beginne ich stets mit einem Begrüßungsgespräch auf Augenhöhe, das heißt bevor ich den Patienten mit dem Stuhl in die unterlegene Waagerechte beuge, knüpfe ich thematisch an unseren vergangenen Termin an. Idealerweise kann ich die Patienten für ihre Mundhygiene loben und nachfragen, ob die schwer zu erreichenden Bereiche inzwischen leichter zu säubern sind und mit welcher Farbe (Größe) der Flexis sie besser zurechtgekommen sind. Um auf diese individuellen Besonderheiten eingehen zu können, habe ich mir angewöhnt, die Gespräche ausführlich zu dokumentieren. So kann ich die Patienten immer direkt da abholen, wo sie stehen, und ihnen den Erfolg ihrer häuslichen Mundhygiene bestätigen.

Patienten, die sich mit der häuslichen Mundhygiene schwertun, bieten wir als besonderen Service 10-Minuten-Termine zwischen den regulären Recall-Terminen an. In diesen kurzen Einheiten üben wir dann noch einmal ge-

meinsam z.B. die Zahnpflichttechnik oder das Erreichen der hinteren Zahnzwischenräume. Dieser intensivere Kontakt schafft Vertrauen, denn die Patienten merken, dass sie ernst genommen werden und man sich um sie und ihre Gesundheit bemüht.



Monika Rau, Leiterin des Prophylaxe-Centers der Zahnarztpraxis Michael Waack in Backnang.

Einen zusätzlichen Motivationsschub bringen ansprechende Prophylaxeprodukte. Unterschätzen Sie niemals den

Reiz, der von peppigen Farben und Formen ausgehen kann. Wenn sie auch noch angenehm vom Griff sind wie die Flexi von TANDEX, werden sie nicht nur besessen, sondern auch benutzt. Was die Zahnseide nicht geschafft hat, ist Flexi gelungen. Die Patienten sind nach der Prophylaxebehandlung motiviert mit ihrer Interdentalbürste ihre Zahnzwischenräume sauber zu halten. Insbesondere unterwegs können sie Flexi verwenden – ohne sich zu genieren. Dank der Schutzkappe lässt sie sich prima in der Hosen- oder Handtasche mitnehmen. Einige Patienten bevorzugen auch die stabile Aufbewahrungsbox zur Mitnahme ihrer Flexi.

Fazit

Meine Patienten kommen regelmäßig in meine Sprechstunde, denn meine Behandlung kommt gut an. Die Einsicht, dass regelmäßige Zahnreinigung eine unverzichtbare Ergänzung zur Mundhygiene zu Hause ist, um die eigenen Zähne langfristig zu erhalten, hat sich

bei meinen Patienten durchgesetzt. In einem aktiven Dialog unterstütze ich den Patienten in seiner Bereitschaft, Eigenverantwortung für gesunde Zähne zu übernehmen. Die Patienten wissen, dass meine Behandlung nur dann erfolgreich sein kann, wenn sie sich täglich zu Hause daran beteiligen. Attraktive Prophylaxeprodukte runden die Mitarbeit ab und machen die häusliche Mundhygiene gesellschaftsfähig, besonders, wenn sie wie die praktische und coole Flexi immer und überall zum Einsatz kommen kann.

kontakt.

TANDEX GmbH

Helmut Nissen
Graf-Zeppelin-Str. 20, 24941 Flensburg
Tel.: 04 61/4 80 79 80
E-Mail: germany@tandex.dk
www.tandex.dk

ANZEIGE

Ledermix® Fluorid Gel

Kariesschutz mit Aminfluoriden

Insgesamt **12.500 ppm** hochdosiertes Fluorid

- Zur Kariesprophylaxe bei Erwachsenen und bei Kindern ab dem 6. Lebensjahr
- Zur unterstützenden Behandlung der Initialkaries und zur Behandlung überempfindlicher Zahnhäse



*...fruchtig-frisch!
Milder Geschmack
für die ganze Familie*



Praktisch: als 20 g und 100 g Tube erhältlich



RIEMSER Arzneimittel AG | An der Wiek 7 | 17493 Greifswald-Insel Riems | Germany
fon + 49 (0) 38351 76-0 | fax + 49 (0) 38351 308 | e-mail: dental@RIEMSER.de | www.RIEMSER.com

Zusammensetzung: Wirkstoffe: 1 g Gel enthält: Aminfluoride: Olafur 30,36 mg und Dectaflur 2,74 mg, Natriumfluorid 22,10 mg (Gesamtfluoridgehalt 1,25 % bzw. 12.500 ppm); sonstige Bestandteile: Methyl-4-hydroxybenzoat (Ph.Eur.), Hyetellose, Parfümöl Dentalmed, Saccharin, Ponceau 4 R (Farbstoff E124), gereinigtes Wasser. Anwendungsgebiete: Zur Vorbeugung der Karies bei Kindern ab dem 6. Lebensjahr und bei Erwachsenen, zur Unterstützung der Behandlung der Initialkaries und zur Behandlung überempfindlicher Zahnhäse. Gegenanzeigen: Überempfindlichkeit gegenüber den Wirkstoffen, Methyl-4-hydroxybenzoat oder einem der Inhaltsstoffe. Keine Anwendung beim Vorliegen pathologisch-desquamativer Veränderungen der Mundschleimhaut. Keine Anwendung bei Personen, bei denen die Kontrolle des Schluckreflexes nicht gewährleistet ist. (Kinder vor dem 6. Lebensjahr, Behinderte). Nebenwirkungen: In Einzelfällen sind allergische Reaktionen nicht auszuschließen. Vereinzelt können desquamative Veränderungen der Mundschleimhaut auftreten. Nach kurz aufeinander folgenden Löffelapplikationen werden gelegentlich ($\geq 1/1.000$ bis $< 1/100$) Desquamationen, Erosionen bzw. Ulzerationen der Mundschleimhaut beobachtet. Methyl-4-hydroxybenzoat kann Überempfindlichkeitsreaktionen, auch Spätreaktionen, hervorrufen. Warnhinweise: Enthält Methyl-4-hydroxybenzoat. 20 g Gel apothekenpflichtig. 100 g Gel verschreibungspflichtig. RIEMSER Arzneimittel AG, An der Wiek 7, 17493 Greifswald – Insel Riems

CAD/CAM-gefräster Zahnersatz

Optimierung des Praxisgewinns

| Dr. André Hutsky

Das modernisierte Festzuschuss-System der Krankenkassen hat zu einer größeren Freiheit in der Wahl des richtigen Zahnersatzes geführt. Auch preisbewusste Patienten entscheiden sich nun für hochwertigen Zahnersatz, wenn in ihren Augen das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmt.

Erleichtert wird die Entscheidung für hochwertigen Zahnersatz auch durch den Abschluss einer Zahnzusatzversicherung. Diese deckt je nach Tarifabschluss Behandlungskosten in unterschiedlicher Höhe ab. Bei immerhin 11 Millionen GKV-Versicherten, die in Deutschland bereits eine Zahnzusatzversicherung abgeschlossen haben, lohnt es sich also, den Patientenerhebungsbogen um die Frage danach zu erweitern. Aufklärungsgespräche zu aufwendigeren Behandlungsvarianten lassen sich danach effizienter gestalten. Wenn der zu zahlende Eigenanteil des Patienten einer nicht tariflich versicherten Kompositfüllung gleich dem eines versicher-

gewiesen werden, den Heil- und Kostenplan auch seiner Zusatzversicherung vorzulegen. Dies ist wichtig, um sicherzugehen, welcher Anteil übernommen wird und mit welchem verbleibenden Privatanteil der Patient zu rechnen hat. Auch Privatversicherte sind nicht immer von Zuzahlungen befreit. So werden je nach Tarif die ZTL-Kosten für Vollkeramikrestaurationen nur zu einem bestimmten Prozentsatz übernommen oder es existiert ein maximaler Erstattungsbetrag. Je günstiger also hochwertiger Zahnersatz angeboten werden kann, desto geringer ist der Eigenanteil selbst für Privatversicherte und desto schneller findet dieser Zustimmung beim Patienten.

Mithilfe neuer Computersysteme ist es auch in Deutschland möglich geworden, große Zahnersatzrestaurationen bei gleichbleibend hoher Qualität günstig herzustellen. Für deutsche Zahnärzte eine echte Alternative zu billigen Anfertigungen im Ausland, welchen der hiesige Qualitäts- und Sicherheitsstandard oft fehlt. Während noch vor einigen Jahren die computergestützte Herstellung von Zahnersatz von einer geringen Zahl von Anwendern in Anspruch genommen wurde, haben sich heute kostengünstige CAD/CAM-Verfahren auf dem zahnmedizinischen Markt etabliert.

Im zentralen Fräszentrum von absolute Ceramics (biodentis GmbH) in Leipzig wird beispielsweise mittels modernster CAD/CAM-Software qualitativ hochwertiger, vollkeramischer Zahnersatz innerhalb kürzester Zeit realisiert. Der Zahnarzt kann seinen Pa-

tienten damit kostengünstige Qualität „made in Germany“ ganz ohne zusätzliche Investitionskosten anbieten.

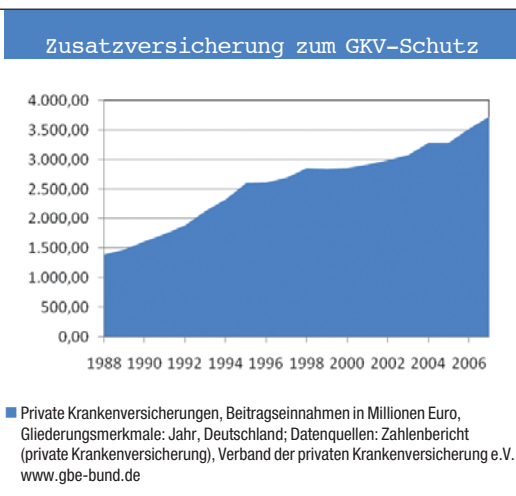
Dass Qualität und Ästhetik in der Zahnmedizin nicht unerschwinglich sein müssen, beweisen dabei auch die Preisstrukturen von absolute Ceramics: Anstelle einer aufwendigen Auflistung von Einzelpositionen nach BEB (Bundeseinheitliches Benennungsverzeichnis für zahntechnische Leistungen bei Privatversicherten) rückt ein klares Festpreissystem. Dieses macht die Zahnersatzplanungen einfacher und vor allem transparenter – auch für den Patienten. Für ihn entstehen je nach Zahnstapel keine Zusatzkosten mehr und es könnten bestenfalls mehrere Leistungen innerhalb eines Versicherungsjahres in Anspruch genommen werden. Sowohl Patient als auch Zahnarzt profitieren dann davon, dass medizinisch notwendige Behandlungen aufgrund der Budgetierung nicht mehr unnötig hinausgezögert werden müssen.

Da der Zahnarzt den deutlichen Preisvorteil CAD/CAM-gefrästen Zahnersatzes gegenüber manuell gefertigtem Zahnersatz direkt an seine Patienten weitergeben kann, ist es ihm möglich, bei gleichbleibendem Honorar mehr vollkeramische Restaurationen einzugliedern und somit den Praxisgewinn insgesamt zu optimieren.

kontakt.

absolute Ceramics
Tel.: 03 41/35 52 73 37
www.absolute-ceramics.com

ZWP online
Weitere Informationen zu diesem Unternehmen befinden sich auf www.zwp-online.info



ten Keramikinlays entspricht, fällt die Entscheidung für den hochwertigen Zahnersatz sicher schnell. Auf jeden Fall sollte der Patient immer darauf hin-

6. LEIPZIGER forum

für innovative zahnmedizin

4.–5. SEPTEMBER 2009 · HOTEL THE WESTIN LEIPZIG

Mit nicht-
implantologischem
Parallelprogramm!

Sinuslift, Knochenaufbau, Bone Spreading, Bone Splitting – moderne augmentative Konzepte bei stark reduziertem Knochenangebot im Ober- und Unterkiefer

Referenten:

Prof. Dr. Hans Vinzenz Behrbohm/Berlin | Prof. Dr. Klaus U. Benner/
München | Prof. Dr. Herbert Deppe/München | Prof. Dr. Werner Götz/
Bonn | Prof. Dr. Kai-Olaf Henkel/Hamburg | Prof. Dr. Thomas
Sander/Hannover | Prof. Dr. Günter Wiese/Göttingen | Prof.
Dr. Axel Zöllner/Witten | Priv.-Doz. Dr. Dr. Steffen G. Köhler/
Berlin | Priv.-Doz. Dr. Dr. Arwed Ludwig/Kassel | Priv.-Doz. Dr.
Gregor Petersilka/Würzburg | Dr. Peter Gehrke/Ludwigshafen |
Dr. Frederic Hermann/Zug (CH) | Dr. Joachim Hoffmann/
Jena | Dr. Karsten Kamm/Baden-Baden | Dr. Goran Müller/
Berlin | Dr. Mathias Plöger/Detmold | Dr. Tobias Terpelle/
Stadtlohn | Dr. Peter Uhlmann/Aue | Dr. Rainer Valentin/
Köln



Nähere Informationen erhalten Sie unter Tel.: 03 41/4 84 74-3 08 | E-Mail: event@oemus-media.de
Eine Anmeldemöglichkeit auf www.event-fiz.de | Das aktuelle Programmheft als E-Paper finden Sie
auf www.leipziger-forum.info



Unterstützende Fachgesellschaften:

faxantwort

FAXANTWORT 03 41/4 84 74-2 90

Bitte senden Sie mir das Programm des

6. LEIPZIGER forum für innovative zahnmedizin

am 4./5. September 2009 in Leipzig zu.

PRAXISSTEMPEL

ZWP 6/09

Praxispotenziale schon in der Konzeption schaffen

Redaktion

Das Potenzial einer Praxis wird schon in der Planungsphase festgelegt – mit dem richtigen Standort und einem zukunftsorientierten Konzept sind auch Neugründungen in schwierigen Zeiten möglich. Hinsichtlich der realisierbaren (Privat-)Leistungen liegt der Schlüssel im Teamwork und außergewöhnlichen Kooperationsformen.

Unter den gegebenen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen denken viele Zahnärzte nicht unbedingt an eine Niederlassung in Form einer Praxisneugründung. Sinkende Praxiswerte machen die Übernahme von bestehenden Objekten auf den ersten Blick finanziell attraktiver.

Der vermeintliche Vorteil kann sich jedoch mittel- bis langfristig als Handicap erweisen, da die wichtigsten Praxispotenziale in der Konzeptionsphase erschlossen werden müssen – vor allem der Standort und die daraus resultierenden Kooperationsmöglichkeiten stellen die Weichen zum Erfolg.

Zukunftsorientierte Projektentwickler wie die BeoCondis AG erschließen daher die Praxisstandorte mit höchstmöglichem Potenzial, sowohl hinsichtlich der gesetzlich versicherten Patienten als auch im Hinblick auf das Spektrum der möglichen Privatleistungen. Besonders aussichtsreich sind zurzeit Praxen, die in Facharztzentren und interdisziplinären Ärztehäusern entstehen – besonders in direkter Anbindung an größere medizinische Versorgungsstrukturen, wie Alten- und Pflegeheime sowie Krankenhäuser.

Am Beispiel eines aktuellen Projektes am Rand des nordöstlichen Ruhrgebie-

tes zeigen sich die Möglichkeiten beispielhaft: Die entwickelte Praxis für Mund-, Kiefer- und Gesichtschirurgie in einem neu errichteten Facharztzentrum bietet nicht nur die Zusammenarbeit mit den niedergelassenen Kollegen aus den Bereichen HNO, Unfallchirurgie und Radiologie im selben Gebäude, sondern schafft ein besonderes Alleinstellungsmerkmal durch die direkte räumliche Anbindung an ein Krankenhaus der Maximalversorgung mit 590 Betten. Der sich niederlassende MKG-/Oralchirurg kann Konsiliarleistungen für die Klinik erbringen und schafft durch die Bündelung von Kompetenzen auf engstem Raum auch enorme Potenziale für Privatleistungen, z.B. aus dem Bereich der Implantologie im Rahmen umfangreicher Totalaugmentationen, die ansonsten nur von großen Privatzahnkliniken oder Universitätsabteilungen ausgeschöpft werden können. Kooperationsformen in diesen Dimensionen müssen natürlich intelligente Planungen vorausgehen – im konkreten Fall haben Spezialisten mit medizinischem und zahnmedizinischem Know-how von der German Dental Service GmbH und die Projektentwickler von BeoCondis mehr als 20 Monate investiert, um optimale Bedingungen für eine erfolgreiche Existenzgründung zu

schaffen. Für das perfekte Gesamtkonzept müssen aber neben der optimalen Standortwahl auch alle anderen Detailfaktoren, von der ergonomischen Aufteilung der verfügbaren Räumlichkeiten, über die Ausstattung mit den notwendigen medizinischen Geräten bis hin zur Optimierung des Patientenkomforts im Blick der Praxisplaner liegen. Wenn dann auch noch attraktive optische Reize durch bodentiefe Fenster, Sonnenterrassen als Ergänzung zum Wartezimmer und eine hervorstechende Gebäudearchitektur in Ellipsenform gesetzt werden, bedarf es „nur“ noch der Zusammenstellung bzw. Suche des geeigneten Praxisteam und eines Behandlers, der die geschaffenen Potenziale optimal auszuschöpfen weiß.

kontakt.

German Dental Service GmbH

Münsterstr. 5, 44534 Lünen
E-Mail: mail@gdservice.de
Tel.: 0 23 06/3 02 50 13

BeoCondis AG

Chausseestr. 14, 10115 Berlin
E-Mail: mail@beocondis.de
Tel.: 0 30/25 81 83 53

Mit Erfolg zum eigenen Ratgeber



* Ihr Buch. Sie als Autor oder Herausgeber.

Ihr Buch für Ihre Patienten

Unsere Ratgeber sind speziell für die Beratung in der Praxis konzipiert. Ihre Patienten bekommen sie von Ihnen im Gespräch überreicht, als überraschende Zugabe und vertrauensbildende Maßnahme. Das funktioniert dann am besten, wenn das jeweilige Buch auch Angaben zu Ihrer Praxis, Ihren Angeboten und Spezialisierungen enthält.

Als Herausgeber erhalten Sie eine eigene Auflage mit freier Wahl der Inhalte, zusätzlichen Praxisinformationen, eigener Umschlaggestaltung und Ihrem Namen unter dem Titel. So kommunizieren Sie Ihre Leistungen wirkungsvoll, dauerhaft und profitieren langfristig von vielfältigen Vorteilen:

- Ihre Patienten erhalten ausführliche Informationen, hochwertig aufbereitet, zum Nachlesen
- sie halten etwas in Händen, was sie immer mit Ihrer Praxis in Verbindung bringen werden
- sie werden Ihre Publikation als Empfehlung an Familie, Freunde und Bekannte weiterreichen
- das Vertrauen in Ihre Praxis wird nachhaltig gestärkt

Überzeugen Sie sich jetzt selbst von den Qualitäten unserer Publikationen.
Weitere Informationen unter www.nexilis-verlag.com sowie 030 . 39 20 24 50

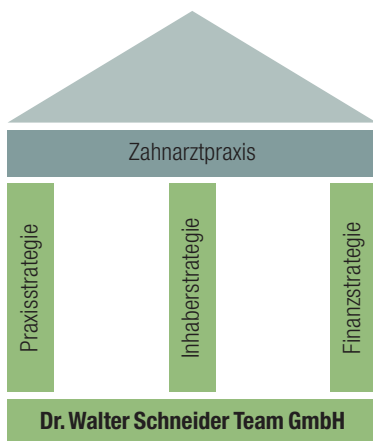
Fortbildung

Unternehmerisches Handeln sichert die Zukunft der Praxis

| Dr. Walter Schneider

Um eine Zahnarztpraxis erfolgreich zu führen, ist es heute unabdingbar, wirtschaftliches Denken und Handeln mit zahnmedizinischem Fachwissen zu verbinden. Gerade die Integration des unternehmerischen Parts stellt jedoch viele Praxen vor große Herausforderungen. Die von der zahnärztlichen Unternehmensberatung Dr. Walter Schneider Team GmbH angebotene Seminarreihe „Das unternehmerische Qualitätssystem“ leistet hierbei qualifizierte Hilfestellung.

In vier Basisworkshops vermitteln erfahrene Berater betriebswirtschaftlichen Background und essenzielles Know-how zu Praxisführung, Praxismarketing, Preisgestaltung und Verkauf. Die wichtigsten Inhalte der jährlich mehrmals stattfindenden Workshops sollen im Folgenden dargestellt werden.



Die Seminarreihe des Dr. Walter Schneider Teams gliedert sich thematisch in die drei Blöcke Praxisstrategie, Inhaberstrategie und Finanzstrategie (Grafik: Dr. Walter Schneider Team GmbH).

Workshop QS 1

Der erste Workshop QS 1 beschäftigt sich mit den Grundlagen exzellenter Praxisführung. Diese wird von drei Säulen getragen: dem Organigramm, der Strategie sowie der Mission und den

Werten. Aus dem Organigramm ergeben sich die Aufgaben und Verantwortlichkeiten der Mitarbeiter sowie die Stellenbeschreibungen. Daraus wiederum lassen sich das Gehaltsgefüge und die Zielvereinbarungen für die Mitarbeiter ableiten.

Um eine Praxis professionell führen zu können, die lokale Marktposition zu stärken und den Praxiswert zu steigern, ist eine Strategie unerlässlich. Zur Strategiefindung sollte sich der Praxisinhaber im ersten Schritt mit seinem Selbstverständnis auseinandersetzen. Die zentrale Frage lautet: Was will ich den Patienten bieten und wie will ich dabei agieren? Hier gilt es vor allem, ehrlich zu sich selbst zu sein und die eigenen Fähigkeiten richtig einzuschätzen. Im nächsten Schritt gilt es, die Mission und die Werte zu definieren, nach denen die Praxis ausgerichtet werden soll. Hier ist es wichtig zu analysieren, mit welcher Erwartungshaltung die Patienten in die Praxis kommen und was die Praxis ihnen konkret bieten will.

Um sich vom Wettbewerb abzuheben, bedarf es eines eigenständigen Profils. Der Schlüssel dazu ist ein klar formuliertes, auch für Patienten leicht verständliches Geschäftsmodell. Zur Strategiefindung gehört schließlich noch die Vision. Sie beschreibt die erreichbaren Ziele und hilft, die Praxis voranzubringen.

Workshop QS 2

Im Mittelpunkt von QS 2 steht die Frage: „Wie Sie die Praxis wirtschaftlich erfolgreich führen.“ Eine vollständige Abrechnung ist zunächst einmal eine wichtige Grundlage für die Wirtschaftlichkeit einer Praxis. Empfehlenswert ist es, die eigenen Prozesse zu definieren und damit die Abrechnung zu generieren. Die Höhe des Honorars wird damit noch nicht beschrieben. Dies hängt vom Zeitaufwand für die Behandlung, der Erfahrung und dem Können des Behandlers ab. Diese drei Kriterien muss der Praxisinhaber unter Berücksichtigung der Klientel und des Standorts selbst festlegen.

Ein zweiter entscheidender Umsatzfaktor ist ein möglichst hoher Realisierungsgrad der Heil- und Kostenpläne. Die Erfahrung zeigt, dass durch detaillierte Fragen und die Einbindung des Patienten in die Planung die Quote erheblich erhöht wird und weit über 80 % realisierter Heil- und Kostenpläne durchaus erreichbar sind. Wichtig ist es, die Patienten nicht nur mit Fragen zu konfrontieren, sondern sie über Behandlungsalternativen und Konsequenzen zu informieren. Die dritte wichtige Einflussgröße ist die Terminplanung. Hier ist an jedem Tag auf eine gute Durchmischung von Kurz- und Langzeitbehandlungen und auf Umsatzbringer zu achten. Dadurch reduziert sich der Stress

Ihre Nr. 1

Innovative Fortbildungs- konzepte aus einer Hand...

SPEZIALSEMINARE

ALTERSZAHNHEILKUNDE
25./26. September 2009
Bonn

ANATOMIEKURS (Humanpräparate)
02./03. Oktober 2009
Dresden

DGZI-Fortbildung – Ihre Chance zu mehr Erfolg!

Neugierig geworden? Rufen Sie uns an und erfahren Sie mehr über unser erfolgreiches Fortbildungskonzept!

DGZI – Deutsche Gesellschaft für Zahnärztliche Implantologie e.V.
Fortbildungsreferat, Tel.: 02 11/1 69 70-77, Fax: 02 11/1 69 70-66, www.dgzi.de
oder kostenfrei aus dem deutschen Festnetz: 0800-DGZITEL, 0800-DGZIFAX



DGZI
Deutsche Gesellschaft für
Zahnärztliche Implantologie e.V.

für den Behandler und das gesamte Team, Geräteengpässe werden vermieden und der Umsatz steigt.

„Umsatz macht man nicht, man plant ihn.“ Diese alte Managerweisheit gilt auch für Zahnärzte. Für die Preisfindung ist es wichtig zu wissen, welchen kalkulatorischen Unternehmerlohn der Praxisinhaber braucht, um seinen Lebensunterhalt zu sichern und welche finanziellen Verpflichtungen die Praxis ansonsten zu erfüllen hat.

In der Praxis gibt es im Regelfall drei Profitcenter: 1) die Praxis selbst, 2) den Bereich Mundhygiene und 3) das Labor. Jedem dieser Bereiche sind die Kosten zuzuordnen. Die jeweiligen Umsätze werden zu den jeweiligen Kosten in Relation gesetzt. Für die einzelnen Profitcenter gilt: Jedes muss Gewinn machen!

Workshop QS 3

Workshop QS 3 baut auf QS 1 und QS 2 auf und vermittelt den Teilnehmern leicht umsetzbare Anregungen zu Praxismarketing und Preisgestaltung. Die wichtigste Erkenntnis dieses Workshops lautet: Der Preis ist Chefsache und hängt nicht von der Versicherung ab. Die zentralen Überlegungen sind: Wie verkaufe ich meine Leistungen, sprich wie kommuniziere ich mit dem Patienten richtig? Welche Marketingmaßnahmen setze ich ein, um die Bereitschaft zu Zuzahlungen zu fördern?

Die Grundlage für Marketing und Preisgestaltung ist wie in QS 1 besprochen eine klare Positionierung der Praxis mit ihren Stärken, Werten und Zielen. Die Positionierung beginnt beim Praxischild! 80 Prozent der „Neukunden“ kommen über das Praxischild. Die Bereitschaft zur Zuzahlung wird vom ersten Eindruck der Praxis maßgeblich beeinflusst. Hier spielen Einrichtung, Sauberkeit, Licht und Aufzug eine Rolle. Zur zielgruppengerechten Ansprache der Patienten muss der Zahnarzt das Patientenprofil kennen, zum Beispiel Kinder, Selbstständige, Harley-Fahrer etc. Daraus ergeben sich Ansatzpunkte, um Patienten einen Mehrwert zu bieten, u.a. durch spezielle Sprechzeiten für Kinder oder einen Abend bis 22 Uhr.

Wichtig ist es auch herauszufinden, was den Patienten in die Praxis führt

und nach welchen Motiven er entscheidet: kosten-, ansehen-, bequemlichkeits-, gesundheits- oder sicherheitsorientiert. Neben detaillierten Abfragen im Anamnesebogen kommt dem Beratungsgespräch große Bedeutung zu, um die Erwartungen des Patienten hinterfragen und entsprechend darauf reagieren zu können. Wenn der Patient

und Kernkompetenzen der Praxis, wo hat sie Wettbewerbsvorteile? Welches sind unsere Zielkunden und welche Werte wollen wir diesen vermitteln? Dabei gibt Dr. Artmann zahlreiche Tipps, u.a. wie sich mit überdurchschnittlichen Dienstleistungen zusätzliche Wettbewerbsvorteile erzielen lassen.



Die an vielen Standorten in Deutschland angebotenen Workshops des Dr. Walter Schneider Teams stoßen auf große Resonanz bei Zahnärzten (Foto: Dr. Walter Schneider Team GmbH).

eine auf ihn zugeschnittene Leistung mit dem Argument „zu teuer“ ablehnt, fehlen ihm noch Informationen. Aufgabe des Zahnarztes ist es, Sicherheit zu geben, auch auf finanzieller Ebene, beispielsweise indem Ratenzahlungen eingeräumt werden.

Kundenbindung ist der Königsweg des Marketings. Hierzu leisten Recalls, Dankeschreiben für Weiterempfehlung, private Handynummer für Notfälle, Vortragsabende, Praxiszeitung etc. wichtige Dienste. Auch regelmäßige Patientenzufriedenheitsanalysen signalisieren dem Patienten, dass sich die Praxis für ihn interessiert. Um neue Patienten zu gewinnen, empfiehlt es sich, Netzwerke mit anderen Ärzten und Physiotherapeuten aufzubauen. Für die Kommunikation mit den Fremdpraxen sollte eine Mitarbeiterin im Team verantwortlich sein.

Workshop QS 4

Im Workshop QS 4 erläutert Dr. Alexander Artmann, ein ausgewiesener Experte für strategische Fragestellungen, wie jeder Einzelne die für ihn richtige Strategie bestimmt, umsetzt und anhand geeigneter Kennzahlen überprüft. Die zentralen Fragestellungen lauten dabei: Was sind meine persönlichen Ziele? Wo liegen die Fähigkeiten

Den Schlusspunkt der Veranstaltung setzt Dr. Artmann mit einem Leitsatz, der jede Zahnarztpraxis voranbringt: Wir wollen nachhaltig profitabel und mit vertretbarem Risiko wachsen. Das erforderliche Rüstzeug nehmen die Teilnehmer der Workshops mit nach Hause.

Zur Vertiefung der Inhalte der Workshops bietet das Dr. Walter Schneider Team weitere acht Seminare zu folgenden Themen an: „Das richtige Verhalten am Telefon“, „Erfolgreich führen“, „Keine Leistung wird mehr vergessen“, „Mit 10 Elementen in der Praxis wirtschaftlich erfolgreich sein“, „Wirtschaften für Zahnärzte“, „Gelebtes Qualitätsmanagement“, „Verkaufseminar für Zahnärzte“, „Das optimale Team in der Praxis“.

kontakt.

Dr. Walter Schneider Team GmbH/ solutio GmbH

Dr. Doris Gabel
Max-Eyth-Straße 42
71088 Holzgerlingen
Tel.: 0 70 31/46 18 78
Fax: 0 70 31/46 18 77
E-Mail: gabel@solutio.de
www.solutio.de

inklusive
Veneer Set*

Perfect Smile –

Das Konzept für die perfekte Frontzahnästhetik

mit Dr. Jürgen Wahlmann/Edewecht

Sponsoren:



Veneers von konventionell bis No Prep – Step-by-Step. Ein praktischer Demonstrations- und Arbeitskurs an Modellen

Weiß und idealtypisch wünschen sich mehr und mehr Patienten ihre Zähne. Vorbei die Zeit, in der es State of the Art war, künstliche Zähne so „natürlich“ wie nur irgend möglich zu gestalten. Das, was Mitte der Neunzigerjahre noch als typisch amerikanisch galt, hat inzwischen auch in unseren Breiten Einzug gehalten – der Wunsch nach den strahlend weißen und idealtypisch geformten Zähnen. Neben den Patienten, die sich die Optik ihrer Zähne im Zuge ohnehin notwendiger restaurativer, prothetischer und/oder implantologischer Behandlungen verbessern lassen, kommen immer mehr auch jene, die sich wünschen, dass ihre „gesunden“ Zähne durch kieferorthopädische Maßnahmen, Bleaching, Veneers oder ästhetische Front- und Seitenzahnrestaurationen noch perfekter aussehen.

Kursbeschreibung

1. Teil: Demonstration aller Schritte von A bis Z am Beispiel eines Patientenfalles (Fotos)

- A Erstberatung, Modelle, Fotos (AACD Views)
- B Perfect Smile Prinzipien
- C Fallplanung (KFO-Vorbehandlung, No Prep oder konventionell)
- D Wax-up, Präparationswall, Mock-up-Schablone
- E Präparationsablauf (Arch Bow, Deep Cut, Mock-up, Präparationsformen)
- F Evaluierung der Präparation
- G Abdrucknahme
- H Provisorium
- I Einprobe
- J Zementieren
- K Endergebnisse
- L No Prep Veneers (Lumineers) als minimalinvasive Alternative

2. Teil: Praktischer Workshop, jeder Teilnehmer vollzieht am Modell den in Teil 1 vorgestellten Patientenfall nach

- A Herstellung der Silikonwalle für Präparation und Mock-up/Provisorium
- B Präparation von 10 Veneers (15 bis 25) am Modell
- C Evaluierung der Präparation
- D Erstellung des Provisoriums

Und im Gegensatz zu früher will man auch, dass das in die Zähne investierte Geld im Ergebnis vom sozialen Umfeld wahrgenommen wird. Medial tagtäglich protegiert, sind schöne Zähne heute längst zum Statussymbol geworden.

Um den Selbstzahler, der eine vor allem kosmetisch motivierte Behandlung wünscht, zufriedenstellen zu können, bedarf es minimalinvasiver Verfahren und absoluter High-End-Zahnmedizin.

Der nachstehend kombinierte Theorie- und Arbeitskurs vermittelt Ihnen alle wesentlichen Kenntnisse in der Veneertechnik und wird Sie in die Lage versetzen, den Wünschen Ihrer Patienten nach einem strahlenden Lächeln noch besser entsprechen zu können.

Termine 2009

05.09.09 Leipzig 09.00 – 15.00 Uhr • 18.09.09 Konstanz 13.00 – 19.00 Uhr
10.10.09 München 09.00 – 15.00 Uhr • 24.10.09 Wiesbaden 09.00 – 15.00 Uhr
07.11.09 Köln 09.00 – 15.00 Uhr • 14.11.09 Berlin 09.00 – 15.00 Uhr

Organisatorisches

Kursgebühr: 445,- € zzgl. MwSt.

(In der Gebühr sind Materialien und Modelle sowie ein „Frank Dental Veneer Set 1 – Dr. Wahlmann“ im Wert von 69,99 € zzgl. MwSt. enthalten! Inhalt: verschiedene Diamantbohrer in unterschiedlichen Körnungen, Diamantpolierer, Diamantscheibe, Hartmetallfinierer und ein Träger-Mandrell)

Mitglieder der DGKZ erhalten 45,- € Rabatt auf die Kursgebühr.

Tagungspauschale: 45,- € zzgl. MwSt. (Verpflegung und Tagungsgetränke)

Veranstalter

OEMUS MEDIA AG
Holbeinstr. 29 • 04229 Leipzig
Tel.: 03 41/4 84 74-3 08 • Fax: 03 41/4 84 74-2 90
event@oemus-media.de

Hinweis: Nähere Informationen zum Programm, den Allgemeinen Geschäftsbedingungen und Veranstaltungsorten finden Sie unter www.oemus.com

Anmeldeformular per Fax an
03 41/4 84 74-2 90
oder per Post an

OEMUS MEDIA AG
Holbeinstr. 29
04229 Leipzig

ZWP 6/09

Für den Kurs **Perfect Smile – Das Konzept für die perfekte Frontzahnästhetik 2009**

- 05. September 2009 Leipzig
- 10. Oktober 2009 München
- 07. November 2009 Köln
- 18. September 2009 Konstanz
- 24. Oktober 2009 Wiesbaden
- 14. November 2009 Berlin

melde ich folgende Personen verbindlich an: (Zutreffendes bitte ausfüllen bzw. ankreuzen)

Name/Vorname ja nein ja nein
DGKZ-Mitglied DGKZ-Mitglied

Praxisstempel

E-Mail: _____

Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der OEMUS MEDIA AG erkenne ich an.
Falls Sie über eine E-Mail-Adresse verfügen, so tragen Sie diese bitte links in den Kasten ein.

Datum/Unterschrift _____

kurz im fokus

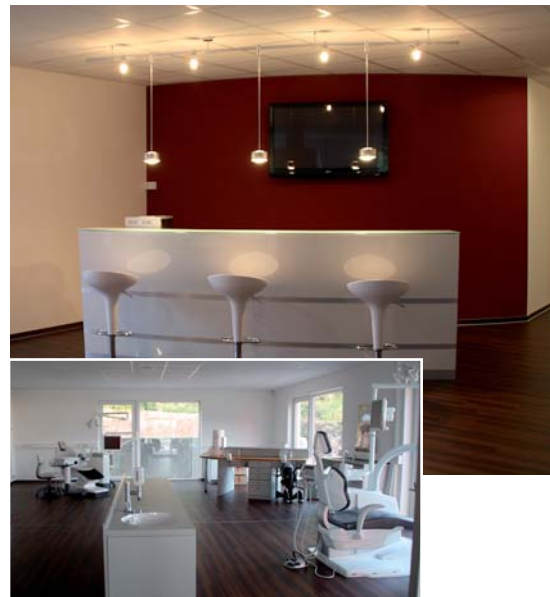
15 Jahre Dyract

Claus-Peter Jesch, Geschäftsführer von DENTSPLY DeTrey, klingt fast schon bescheiden, wenn er sagt: „Wir sind mit dem Erfolg zufrieden.“ Gemeint ist der Erfolg von Dyract, welches vor mehr als 15 Jahren vorgestellt wurde und sich von Anfang an zu einem Erfolg entwickelte. Der war sogar so groß, dass am Anfang die enorme Nachfrage kaum befriedigt werden konnte. Mittlerweile wurden über 220 Millionen Dyract-Füllungen verbracht. Zur Veranschaulichung: Würde man alle diese Füllungen aneinanderreihen, bekäme man einen Strang mit einer Länge von etwa 13.200 Kilometern. Beginnt man diesen am Firmensitz von DENTSPLY DeTrey in Konstanz, würde er bis ins australische Perth reichen. Auf diesem Erfolg will sich Claus-Peter Jesch jedoch nicht ausruhen: „Wir werden die Marke konsequent weiterentwickeln und ausbauen“, verspricht er und weist auf die kontinuierliche Weiterentwicklung der Dyract-Reihe. So wurde nach dem erfolgreichen Start 1993 bereits 1997 Dyract AP eingeführt, was das erste offiziell vom Hersteller freigegebene Kompomer für den Seitenzahnbereich war. 2003 wurde Dyract eXtra ins Leben gerufen, welches eine noch bessere Handhabung und Haltbarkeit bot. Für Claus-Peter Jesch ist die Qualität von Dyract bisher unerreicht: „Entscheidend dafür ist unter anderem die kariesprotektive Wirkung, welche das Produkt auch so einzigartig macht.“ Diese soll jetzt in einer von DENTSPLY DeTrey initiierten Langzeitstudie klinisch nachgewiesen werden. Dabei wird die Studie, die über vier Jahre an derzeit drei Universitätszahnkliniken in Polen, Taiwan und China durchgeführt wird, vor allem die Frage beantworten, ob z.B. der Nachbarzahn von einer Dyract-Füllung dahingehend profitiert, dass er weniger für Karies anfällig ist. Im Rahmen der Studie werden bei 672 Kindern und Jugendlichen über 1.000 Füllungen mit Dyract eXtra verbracht und die Patienten fortlaufend gegenüber einer Komposit-Kontrollgruppe untersucht. Die Ergebnisse der Studie werden allerdings erst in den kommenden Jahren erwartet.

Umzug:

Neue Räume für mehr Dialog

An gleich vier strategischen Standorten hat dental bauer neue Räumlichkeiten bezogen: Zum 1. Mai wurde in Frankfurt am Main, St. Ingbert im Saarland und in Mannheim der Umzug realisiert; ab 1. Juni gibt es im österreichischen Graz eine neue Adresse. Dabei stand weniger der sprichwörtliche Tapetenwechsel im Vordergrund, vielmehr will das Unternehmen auch an den neuen Standorten Zentren schaffen, die den Kontakt und den dazugehörigen Dialog mit dem Kunden verstärkt fördern sollen. So lassen Design und Raumaufteilung auch an den neuen Adressen unschwer erkennen, dass auch der Kunde seine individuellen Vorstellungen von Ästhetik, Ergonomie samt Farbwahl und Einrichtung hier wieder finden kann. Die Arbeitsplätze der Mitarbeiter wurden nach ergonomischen Gesichtspunkten und mit aktueller Technologie ausgestattet, während die digitale Vernetzung aller Standorte der Gruppe samt dazugehörendem Zentrallager für über 55.000 verschiedenen Materialien, Instrumente und Zähne die Belieferung innerhalb 24 Stunden



Die neuen Räume der Niederlassung Saarland in St. Ingbert.

an die Adressen der Kunden sicherstellt. Mit dem Umzug in neue Räume wird das bekannte Angebot an Fortbildungsmöglichkeiten in Form von Seminaren und Kursen für Praxis und Labor nochmals erweitert. In den Ausstellungsbereichen werden dentale Einrichtungen präsentiert und hier findet der Kunde dann auch Gelegenheit, Geräte zu testen und die Raumsituation seiner Praxisgegebenheiten detailliert zu simulieren. Insgesamt bieten die neuen Standorte das umfangreiche Spektrum eines modernen Dentaldepots – auf dem gewohnt hohen Niveau von dental bauer.

dental bauer-gruppe
Tel.: 0 70 71/97 77-0
www.dentalbauer.de

Hyaluronsäure-Produkt:

Präparate zur orofazialen Ästhetik

Die orofaziale Ästhetik rückt zunehmend als interdisziplinäre Herausforderung ins Zentrum der zahnmedizinischen Behandlung. Die 2003 in Genf gegründete Laboratoires Teoxane GmbH hat sich auf die Entwicklung und Herstellung von injizierbaren Implantaten zur Faltenunterspritzung spezialisiert. So umfasst die Produktpalette Teosyal mittlerweile sieben Präparate und überzeugt durch ihre sehr gute Verträglichkeit und sofort sichtbare, natürlich wirkende Ergebnisse. Mit Teosyal lassen sich Falten und Hautvertiefungen auffüllen, Wangen und Lippen modellieren und Gesichtskonturen weicher gestalten. Teosyal rehydriert und revitalisiert die Haut und verhindert die Entstehung von Falten sowie Fältchen selbst in so empfindlichen Regionen wie Hals oder Dekolleté. Die Teosyal-Produktreihe wird komplett im eigenen

Haus hergestellt und entwickelt, wobei der Herstellungsprozess gemäß den internationalen Normen ISO 9001 und ISO 13485 durchgeführt wird und darüber hinaus die Anforderungen der 93/42 European Directive für Medizinprodukte erfüllt. Von der britischen Fachzeitschrift „Aesthetic Medicine Magazine“ wurde Teosyal als bestes injizierbares Produkt zur Faltenunterspritzung des Jahres 2008 ausgewählt. Dabei überzeugte das Produkt durch seine Beschaffenheit, Wirksamkeit und die sofortigen und sichtbaren Resultate. Weiterhin ausschlaggebend für die Auszeichnung war die Zufriedenheit der Patienten mit der Behandlung, der lang anhaltende Effekt und die Sicherheit von Teosyal.

TEOXANE GmbH
Tel.: 0 81 61/14 80 5-0
www.teoxane.com

ZWP online
Weitere Informationen zu diesem Unternehmen befinden sich auf www.zwp-online.info

Zahnersatzfinanzierung:

Mit attraktiven Angeboten Kunden gewinnen

In wirtschaftlich schwierigen Zeiten ist für viele Patienten sparen angesagt. Das gilt auch für Zahnersatz. So war zum Beispiel einer Studie der EOS Health AG zufolge eine große Zahl von Patienten im Jahr 2008 immer weniger bereit, für Zahnbehandlungen einen Eigenanteil zuzuzahlen. Was kann also getan wer-



„Unser Ziel ist es, für alle Patienten, ob konsequent

preisbewusst oder anspruchsvoll, eine hochwertige und bezahlbare Versorgung mit Zahnersatz zu ermöglichen.“

den, wenn zum Beispiel Heil- und Kostenpläne in der Schublade landen und nicht umgesetzt werden können? In diesem Fall können attraktive Angebote aktiv zur Neukundengewinnung beitragen. dentaltrade bietet Zahnärzten selbst in wirtschaftlich schwierigen Zeiten effektive Möglichkeiten, neue Umsatzfelder zu erschließen. Fakt ist: Immer mehr preis- und qualitätsbewusste Patienten wünschen sich attraktive Angebote in Sachen Zahner-

satz. Das dentaltrade-Konzept bietet dabei ideale Möglichkeiten, individuell auf den jeweiligen Patienten abgestimmte Kostenmodelle zu erstellen. So empfiehlt sich beispielsweise für Patienten mit eher kleinem Budget der Nulltarif, also Zahnersatz ganz ohne Zuzahlung, in Kombination mit einem über zehn Jahre regelmäßig geführtem Bonusheft. Dieses Angebot bietet Behandlern die Möglichkeit, bei vollem Honorarausgleich ihr Angebotsspektrum in Bezug auf preissensible Patienten effektiv zu erweitern. Auch für anspruchsvolle Patienten, die auf Zirkon oder Implantate setzen und trotzdem sparen möchten, hält dentaltrade passgenaue Lösungen in Sachen Zahnersatz bereit. „Unser Ziel ist es, für alle Patien-

ten, ob konsequent preisbewusst oder anspruchsvoll, eine hochwertige und bezahlbare Versorgung mit Zahnersatz zu ermöglichen“, unterstreichen auch die zwei dentaltrade-Geschäftsführer Herr Sven-Uwe Spies und Herr Wolfgang Schultheiss.

Davon profitieren nicht nur die Patienten, sondern auch Zahnärzte, denn schließlich bieten die attraktiven Konditionen von dentaltrade die idealen Voraussetzungen, um auch in wirtschaftlich angespannten Zeiten aktiv Neukunden zu gewinnen und so mehr Heil- und Kostenpläne umzusetzen.

dentaltrade GmbH & Co. KG
Tel.: 0800/24 71 47-1
www.dentaltrade.de

ANZEIGE

Unser Beitrag zu Ihrem Prophylaxe-Erfolg:

Compliance ist, wenn's den Patienten Spaß macht

Angenehm – FLEXI

Patienten fühlen den Unterschied. Weichheit und Flexibilität begeistern. Und geben ein „gutes Gefühl“.



Duales System

Das Interdentalpflege-Gel mit dem doppelten Wirkprinzip:

- antibakterielle Reinigung
- Förderung der Remineralisierung

mit 0,2% Chlorhexidindigluconat und 0,2% Natriumfluorid



alkoholfrei

Qualität zu fairen Preisen

TANDEX GmbH Tel.: 0461 4807980
24941 Flensburg Fax: 0461 4807981

TANDEX



Verbund-Konzept:

Implantat-Zahnersatz – aber bitte erschwinglich

Das Interesse der Patienten an Implantat-Zahnersatz ist ungebrochen groß. Viele Menschen wünschen sich feste, schöne Zähne und erkennen durchaus die Vorteile und den hohen Nutzen einer implantologischen Versorgung. Faktoren wie Sicherheit, Nachhaltigkeit und Qualität spielen im Gesundheitswesen noch immer eine zentrale Rolle, doch in



Christoph Singer

vielen Bereichen ist eine zunehmende Preissensibilität zu spüren – auch wenn es um schöne Zähne, Zahnbehandlungen und Zahnersatz geht. Christoph Singer, Implantologe aus Remscheid, ist einer von derzeit circa 450 Zahnärzten in Deutschland, die dem dent-net®-Netzwerk angeschlossen sind, mit der Intension, ihren Patienten hochwertige Zahnersatz-Lösungen so günstig wie möglich anbieten zu können – ohne dabei Kompromisse in der Qualität eingehen zu müssen. Was steht hinter dem dent-net®-Konzept und wie profitieren Patienten und Zahnarztpraxen davon? Diese und weitere Fragen beantwortete Herr Singer im folgenden Interview.

Herr Singer, weshalb sind Sie dem dent-net®-Verbund beigetreten und wie profitieren Ihre Praxis und Patienten davon?

Die Vorteile der engen Zusammenarbeit in einem professionellen Netzwerk von Krankenkassen, Zahnarztpraxen, zahn-technischem Labor und Implantatanbieter sind für alle Beteiligten enorm – nicht nur unter Kostenaspekten. Entscheidend ist für mich nach wie vor die Qualität der Patientenversorgung. Und wenn Patienten Top-Versorgungen mit erheblichen Preisvorteilen angeboten werden können, profitieren letztendlich alle davon.

Welche Leistungen bietet das Konzept konkret?

Prophylaxe- und Zahnersatzleistungen wie auch Implantatversorgungen erhalten meine Patienten deutlich günstiger. Zahnersatz-Regelleistungen (mit 30% Bonus) und auch die halbjährliche professionelle Zahnreinigung sind sogar zuzahlungsfrei. Und auch bei auBervertraglichen Prothetik-Leistungen sind Einsparungen bei Zuzahlungen bis zu 65% möglich. Bei Implantat-Versorgungen belaufen sich die Einsparmöglichkeiten auf bis zu circa 50%.

Können Sie das etwas präzisieren und ein Preisbeispiel nennen?

Eine komplette Implantatkrone, inklusive Material, Zahntechnik, Implantation und Behandlung, ist so zum Beispiel für knapp über 1.000 Euro zu bekommen, alle Kosten inbegriffen. Im Vergleich zu den sonst üblichen Preisen für eine Implantatkrone also erheblich günstiger.

Gehen die Kostenvorteile nicht zulasten der Qualität?

Nein, und das ist für mich auch der entscheidende Punkt! Patienten erhalten bei dent-net® keine einfachere oder minderwertigere Versorgung, sondern fortschrittliche, sichere und hochwertige Lösungen, die lediglich wirtschaftlicher erbracht werden können. Für den Zahnersatz gibt es sogar eine verlängerte Garantie von fünf Jahren statt der gesetzlich vorgeschriebenen zwei Jahre. Und in Bezug auf Implantatversorgungen ist anzumerken, dass die ausgewählten implantierenden Zahnärzte im dent-net®-Verbund alle zertifiziert sind.

Wo wird denn der dent-net®-Zahnersatz angefertigt?

Der Zahnersatz kommt von der Imex Dental und Technik GmbH, einem zahn-technischen Meisterlabor mit Stammsitz in Essen und eigenen Produktionsstätten in China. In Essen ist zudem das laboreigene Fräszentrum ansässig. Ob im Ausland oder hier in Deutschland gefertigt, die Arbeiten haben meiner

Erfahrung nach immer eine hervorragende Qualität und man hat stets schnell und direkt einen kompetenten Ansprechpartner. Ich denke, hier ist entscheidend, dass es sich nicht um ein reines Handelsunternehmen für Zahnersatz handelt, sondern um einen selbst produzierenden Meisterbetrieb mit mehr als 15 Jahren Erfahrung.

Ein weiterer Kooperationspartner im Verbund ist Implant Direct™?

Ja, Implant Direct™ gilt als Europas Nummer eins für Zahnimplantate im Internetvertrieb. Neben dem unternehmenseigenen Spectra Implantat sind zahlreiche Produkte erhältlich, die mit allen führenden Implantatsystemen kompatibel sind. Und das zu sehr günstigen Sonderkonditionen, die durch Rahmenverträge zwischen Implant Direct™ und dent-net® abgeschlossen wurden.

Sind die Vorzüge, die Sie und Ihre Praxis haben, auch messbar?

Die Vorteile für Patienten wirken sich natürlich auch auf die Praxis aus, in Form von hoher Patientenzufriedenheit, mehr Auslastung und Praxisumsatz. Immer wieder kommen neue Patienten in unsere Praxis – sei es durch Informationen ihrer Krankenkasse oder aufgrund der Patientenplattform von dent-net® im Internet. Ein weiteres Plus, von dem man als Praxis im dent-net®-Verbund profitiert, ist die Fakturierung über die indento Managementgesellschaft. Die Zahlungseingänge erfolgen dadurch sehr schnell, ohne Risiko eines Zahlungsausfalles. Zu erwähnen ist in diesem Zusammenhang vielleicht auch noch, dass man keine dauerhafte vertragliche Bindung über mehrere Jahre eingeht und keine Teilnahmeinvestitionen oder Franchisegebühren anfallen.

Vielen Dank, Herr Singer, für das Gespräch.

dent-net®

Kostenfreie Hotline: 0800/8 77 62 26
www.dent-net.de

Neubau:

Bürmooser Werk eröffnet

Der österreichische Dentaltechnik-Spezialist W&H verfügt seit 15. Mai über einen neuen Produktionsstandort. Am Standort Bürmoos im Salzburger Land wurde das Werk II feierlich eingeweiht. Die neue Produktionshalle mit einer Fläche von 8.700 m² und einem Investitionsvolumen von 17,3 Millionen Euro ist nicht nur die größte Investition der Firmengeschichte, sondern soll vor allem das österreichische Unternehmen



für die Zukunft wappnen. „Mit der neuen Werkshalle haben wir direkt am Hauptstandort neue Fertigungskapazitäten geschaffen, die unsere Marktposition langfristig absichern“, erklärte Geschäftsführer DI Peter Malata im Rahmen der Eröffnungsfeier seine Strategie. In dem modernen Industriebau mit architektonischem Anspruch sind derzeit 250 der weltweit insgesamt etwa 980 Mitarbeiter beschäftigt; neben der Fertigung und Montage sind auch die Geschäftsführung, der Vertrieb, das Marketing und repräsentative Einheiten wie der Schauraum in den neuen Räumlichkeiten untergebracht. Der Kern des Baus ist die stützenfrei konstruierte Halle, in der fast 30 Maschinen mit einem Einzelgewicht von bis zu zehn Tonnen arbeiten. Mit der neuen Halle verfügt W&H nun über eine Gesamtnutzungsfläche von rund 25.000 m² am Standort Bürmoos. W&H Deutschland GmbH
Tel.: 0 86 82/89 67-0
www.wh.com

ZWP online
Weitere Informationen zu diesem Unternehmen befinden sich auf www.zwp-online.info

Wassersport:

Kids im Kitesurf-Fieber

Bereits Anfang Mai ist die deutsche Kitesurfer-Elite offiziell in die Wettkampf-Saison 2009 gestartet. Knapp 8.000 Zuschauer konnten am 3. Mai in Dahme an der Ostsee spektakuläre Tricks und rasante Rennen erleben. Bei konstantem Wind und strahlendem Sonnenschein konnten die kleinen und großen Kitesurfer zeigen, wie sie Jury und Zuschauer begeistern. Zhermack unterstützt seit vielen Jahren junge, talentierte Kitesurfer bei ihrem Weg in die Kitesurfer-Elite. Bereits im letzten Jahr konnte der Junge Jogi Jacob seinen Sponsor begeistern und zeigte bei seinem ersten Wettkampf in Dahme, dass noch viel von ihm zu erwarten sein dürfte.

In seiner Kategorie „Freestyle Junioren“ erkämpfte er auf Anhieb Platz neun. Zhermack gratuliert Jogi ganz besonders und ist gespannt auf einen weiteren Wettbewerb am Silvaplana See vom 3. bis 5. Juli 2009. Zhermack fördert jedoch nicht nur die aufstrebenden Kitesurfer, sondern unterstützt auch Anfänger. So konnten zum Beispiel Jugendliche, die Interesse am Kitesurfsport haben, beim Kids Kite Camp 2009 teilnehmen. Es fand am



13. und 14. Juni im Ostseebad Born statt und wurde von Zhermack finanziell unterstützt. Auf spielerische Weise wurden den Kindern die Sicherheitssysteme nahegebracht und gezeigt, worauf sie unbedingt achten müssen. Das ganze Wochenende standen deutsche Kite-Profis als Betreuer zur Verfügung und unterrichteten den zukünftigen Kite-Nachwuchs. Für alle interessierten Wassersportler zwischen 10 und 18 Jahren verlost Zhermack unter seinen Kunden für das Jahr 2010 zwei Teilnehmerplätze. Bewerben können sich die Jugendlichen schriftlich direkt bei Zhermack unter:

Zhermack GmbH
Öhlmühle 10, 49448 Marl am Dümmer
Stichwort: Kids Camp 2010

ANZEIGE

einfach fotografieren...

byzz wireless

Für alle Kameras mit SD Karte.



>> das Bild wird sofort kabellos übertragen
>> natürlich direkt zum Patientendatensatz

orangedental
premium innovations

info +49 (0) 73 51 . 4.74 99 . 0

Curriculum Implantologie

„E-Learning ist eine effiziente Wissensvermittlung“

| Redaktion

Ab Herbst 2009 wird das Curriculum Implantologie des Deutschen Zentrums für orale Implantologie e.V. (DZOI) mit neuen Inhalten und Lernformen angereichert. Als neue Themenschwerpunkte werden der Einsatz von Lasern, ein Röntgenblock und Funktionsdiagnostik integriert. Die Dauer des Curriculums wird um einen Tag auf insgesamt sieben Tage verlängert. Wichtigstes Novum: ein E-Learning-Block. Entwickelt wurde das Programm von Prof. Dr. Dr. Wilfried H. Engelke, apl. Professor und Oberarzt am Zentrum ZMK der Universitätsmedizin Göttingen, und Dipl.-Phys. Gerd Hoch, Abt. HNO, Universitätsmedizin Göttingen. Die Redaktion sprach mit Professor Engelke über die Vorteile der Neuerungen.

Das Curriculum Implantologie des DZOI wird ab Herbst 2009 thematisch erweitert. Neu werden die Punkte Laser, Röntgen und Funktionsdiagnostik sein. Warum diese thematischen Ergänzungen?

Grundsätzlich geht es darum, in unseren Fortbildungen möglichst viel Basiswissen in Kürze zu vermitteln, denn dieses macht auch im Bereich Implantologie ständig Fortschritte. Dem wollen wir mit den neuen Themenfeldern Rechnung tragen. Zudem sollten Implantologen möglichst früh Kontakt zu den Nachbardisziplinen und modernen Therapieformen erhalten. Das gilt für die Laserzahnmedizin ebenso wie für die Radiologie und die Funktionsdiagnostik. Wir haben in der Vergangenheit bereits durch einen umfangreichen Phantomkursteil und die Ausbildung am Humanpräparat inhaltliche Schwerpunkte gesetzt. Dies hat sich bewährt und wird selbstverständlich beibehalten werden.

Inwiefern wird das Thema Laser vertieft?

Hier wollen wir die Erfahrungen und Inhalte des Curriculums Laserzahnmedi-



Prof. Dr. Dr. Wilfried H. Engelke hat das E-Learning-Programm „ImPlan“ mitentwickelt.

zin des DZOI auch für das Curriculum Implantologie aufbereiten. Es sollen Grundkenntnisse in der Laseranwendung und die Bedeutung für die implantologische Therapie, insbesondere die minimalinvasive Therapie vermittelt werden.

Wie wird der Röntgenblock aussehen?

Das Thema Röntgen und seine modernen Möglichkeiten gewinnt in der Implantologie an Bedeutung. Bildgebende Verfahren sind für die Diagnostik wichtig und dreidimensionale Planungen erhöhen die Präzision der Implantation. Schlussendlich kann dadurch auch das

OP-Trauma des Patienten deutlich reduziert werden. Bezüglich dieser Techniken müssen die Teilnehmer unseres Curriculums auf dem Laufenden sein. Zudem bieten wir den Kollegen an, den alle fünf Jahre erforderlichen Sachkundenachweis Radiologie in einem an das Curriculum vor- oder nachgelagerten Kurs zu erwerben.

Was ist zum Thema Funktionsdiagnostik geplant?

Die Funktionsdiagnostik auf der Basis der Biofunktionellen Behandlungskonzepte soll in das Curriculum Implantologie integriert werden, weil auch bei craniomandibulären Dysfunktionen (CMD) moderne Implantatverfahren hilfreich sein können.

Das große Novum des DZOI-Curriculums Implantologie ist ein von Ihnen entwickelter E-Learning-Block. Wie heißt dieses Programm?

Das speziell für das DZOI entwickelte E-Learning-Programm heißt „ImPlan“. Es wurde mit Herrn Dipl.-Phys. Gerd Hoch zusammen entwickelt und ist unter Windows XP und Vista lauffähig.

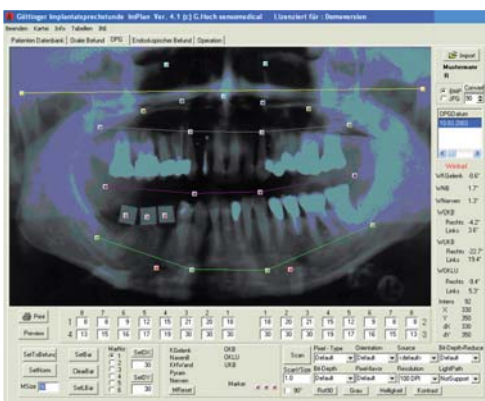
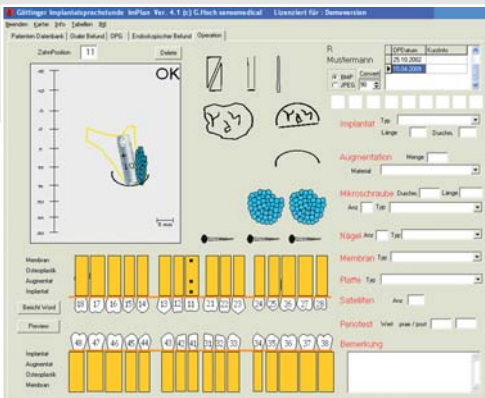
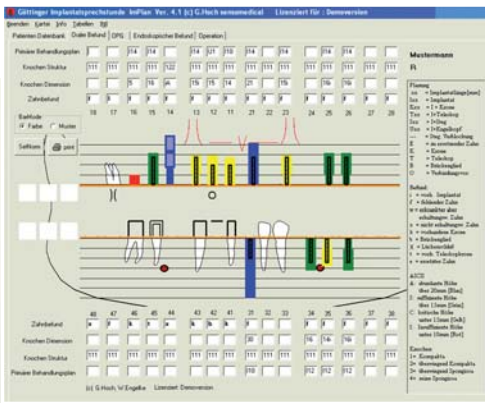
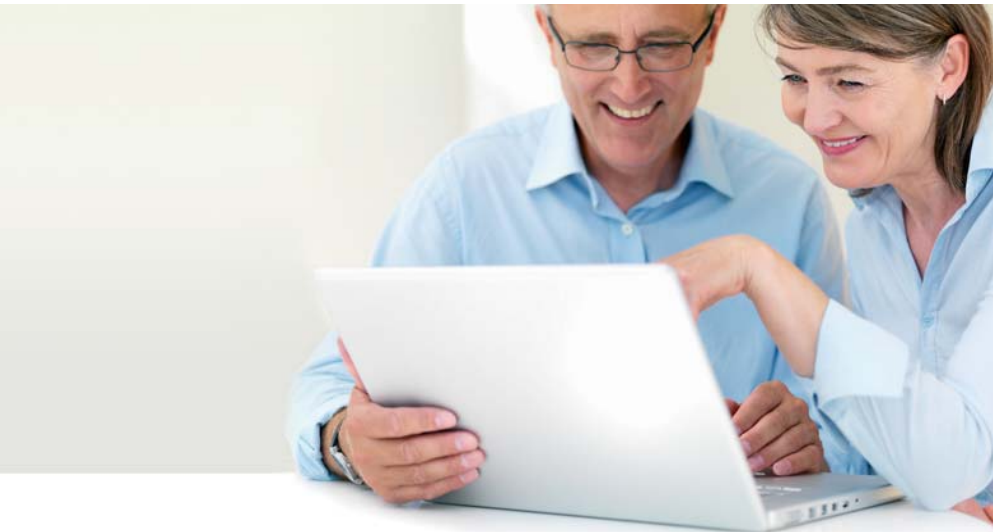


Abb. 1: Beispiel aus dem E-Learning-Programm „ImPlan“: Hier die Befunderhebung im Zahnschema. – Abb. 2: Auch eine Augmentationsplanungsskizze ist mit „ImPlan“ möglich. – Abb. 3: Eine OPG-Auswertung.

Wie läuft das E-Learning ab?

E-Learning ist in der Zahnmedizin bisher noch wenig bekannt. An der Universität Göttingen wird allerdings schon seit 2002 ein Implantatplanungsprogramm für die Studentenausbildung genutzt. Wir haben „ImPlan“ also nicht aus dem Boden gestampft, sondern konnten unsere jahrelangen Erfahrungen einfließen lassen. Das Programm beinhaltet die Anamnese- und Befunderhebung, ein systematisches Screening des Implantatlagers, primäre und sekundäre Planung und eine dreidimensional orientierte grafische Operationsplanung. Viele weitere Kompo-



nenten wie z.B. eine individuelle Aufgabenstellung sowie die Operationsdokumentation sind eingebunden. Das Programm ermöglicht, den gesamten Behandlungsablauf von der Erstaufnahme bis zur Implantation an virtuellen Patienten zu simulieren und konkrete Behandlungsschritte zu üben und als Aufgabe zu bearbeiten.

Jeder Teilnehmer von „ImPlan“ erhält einen virtuellen Patienten mit einer eigenen Krankengeschichte, klinischem Bericht, Röntgenbildern sowie individuellen Wünschen bezüglich Umfang und Kostenrahmen der Behandlung. Dann werden die einzelnen Behandlungsschritte durchlaufen. Er erstellt einen Befund, erarbeitet einen Behandlungsvorschlag mit Kostenplan und erstellt Operationsskizzen inklusive Entscheidung für ein Implantatsystem, Augmentationsmaßnahmen und Platzierung. Diesen Behandlungsvorschlag stellt der Teilnehmer dann auf einer Plattform des E-Learning-System ein.

Welche Vorteile hat das E-Learning aus Ihrer Sicht?

E-Learning ermöglicht eine virtuelle Diskussion mit Kollegen, und das rund um die Uhr. Ich bin nicht mehr allein auf die Kollegengespräche in Fortbildungszirkeln angewiesen, um von dem so sinnvollen Austausch über Fälle zu profitieren. Die Teilnehmer unseres E-Learning-Programmes werden gegenseitig ihre Behandlungsvorschläge im Netz kommentieren, von den Lösungsvorschlägen der anderen lernen und Alternativvorschläge ausarbeiten können. Sie sollen sich auch gegenseitig

Aufgaben stellen und ihr Wissen damit vertiefen.

Aus meiner Sicht bietet E-Learning eine hocheffiziente Wissensvermittlung und das erwarten die Teilnehmer unserer Curricula. Die Virtualisierung des Lernens steigert als begleitende Methode die Ausbildungsqualität. Natürlich kann sie den persönlichen Kontakt zwischen Lehrer und Lernendem nur ergänzen.

Herr Prof. Dr. Engelke, wir danken Ihnen für das Gespräch.

Ab Herbst 2009 wird es zudem erstmals und in Folge dann zweimal jährlich ein „**DZOI-Kontinuum**“ geben. Die fachliche Weiterbildung wird mit Fortbildungspunkten ausgestattet und soll an unterschiedlichen Standorten abgehalten werden. Zielgruppe sind Mitglieder des Fachverbandes, Absolventen der Curricula Implantologie und auch Externe.

Der nächste Termin des DZOI-Curriculums Implantologie ist vom 28. September bis 4. Oktober 2009 an der Universität Göttingen.

Informationen und Anmeldeformulare unter www.dzoi.de oder
Deutsches Zentrum für orale Implantologie
 Hauptstr. 7a
 82275 Emmering
 Tel.: 0 81 41/53 44 56
 E-Mail: office@dzoi.de

Erfolgreiche Tradition und beste Zukunftsaussichten

| Redaktion

Nicht weit von Amsterdam entfernt sitzt die Firma Cavex – ein Unternehmen, das mit seinen Produkten seit über 100 Jahren erfolgreich auf dem internationalen Dentalmarkt agiert. Seit knapp zwölf Monaten werden die Cavex-Produkte über den Handel auch wieder in Deutschland angeboten. Und schon jetzt wird deutlich: Auch bei uns hat der hohe Qualitätsanspruch beste Zukunftschancen.

Waren es am Anfang der Unternehmensgeschichte vor allem Amalgame und Wachse, die den Zahnärzten und Laboren angeboten wurden, sind es heute z. B. das erfolgreiche Kompositssystem Quadrant und die vielseitigen Alginat, die den Schwerpunkt im sehr umfassenden Portfolio des niederländischen Unternehmens bilden. Permanent wird an der Entwicklung neuerer und besserer Produkte gearbeitet. Mit dem entsprechenden Erfolg, denn heute ist Cavex Europas größter Alginatproduzent. Dabei machen die verschiedenen Darreichungsformen nahezu die Hälfte des weltweiten Gesamtumsatzes aus.

Vorreiter bei Alginaten

Mit den Alginaten hat sich Cavex sowohl als Vorreiter als auch als Gradmesser einen Namen gemacht. Bereits 1952 wurde mit dem CA 37 das erste Alginat für den zahnärztlichen Gebrauch überhaupt entwickelt. Ein Meilenstein in der Unternehmensgeschichte, denn das Produkt wird bis heute unverändert angeboten und gilt mittlerweile als Goldstandard unter den Alginaten. Seitdem wurde die Produktpalette kontinuierlich weiterentwickelt und ständig auf die sich ändernden Marktanforderungen hin optimiert. Es folgten z. B. Spezial-Alginat mit Farbumschlag und Angebote für Kieferorthopäden. Anstrengungen, die sich bis heute auszahlen. So wurde das Cavex Color-

Change in den USA vor Kurzem vom „The Dental Advisor“ als erstes Alginat überhaupt mit fünf Sternen („excellent“) ausgezeichnet. Aber auch die weiteren bei der Alginatabformung benötigten Materialien hat man immer im Blick behalten und das Angebot auch hier sinnvoll und durchdacht um praktische Hilfsmittel wie spezielle Behälter zur besseren Lagerung und Cavex ImpreSafe – ein neues Mittel zur Abdruckdesinfektion – ergänzt.

Ein wichtiges Ergebnis der kontinuierlichen Forschungsarbeit bilden die Alginatmischer, die Cavex seit sieben Jahren sehr erfolgreich auf dem Markt platziert hat und mit denen z. B. in den Beneluxländern heute fast 40% aller Zahnärzte täglich in der Praxis arbeiten. Auch in Deutschland werden den Mixern erstklassige Absatzchancen prognostiziert. Die Gründe liegen auf der Hand: Das angemischte Alginat verfügt über eine konstante und blasenfreie Qualität. Ein weiteres Argument ist vielen Anwendern allerdings noch wichtiger: Das Anmischen der benötigten Alginat erfolgt mit dem Mixer deutlich schneller und damit auch wirtschaftlicher. Lediglich zehn Sekunden dauert es, bis die fertige Mischung vorliegt – das spart teure Arbeitszeit der Helferinnen. Zudem sind die Mixer aber auch sehr leicht und unkompliziert zu bedienen.

IDS 2009: Positives Feedback

Spätestens das überragende Feedback

während der IDS 2009 hat es deutlich gemacht: Cavex hat sich bereits nach kurzer Zeit einen festen Platz in der deutschen Dentalbranche gesichert. Dazu haben auch die Anstrengungen von Ukens Dental beigetragen. Das Nordener Unternehmen wurde von Cavex Holland als idealer Partner ausgewählt, um als Cavex Deutschland den Vertrieb über den Handel auf- und auszubauen. Einen wesentlichen Baustein bildeten dabei die kommunikativen Maßnahmen zur IDS. „Ein voller Erfolg“, wie Hans Ukens in Köln feststellte. „Wir haben deutlich mehr Standbesucher gehabt als erwartet. Zudem war die Nachfrage nach den Produkten und vor allem auch nach dem Mixer enorm.“ Eine Besucherin war dabei sicherlich ganz besonders begeistert: Frau Dr. Jakobeit aus Groß Nemerow gewann einen Alginat Mixer II im Wert von 1.495 Euro, der von Cavex zur IDS verlost wurde.

Interview mit Hans Maarten den Boer, Geschäftsführer der niederländischen Firma Cavex, über die Leistungsmerkmale der Unternehmensprodukte.

Herr den Boer, stellen Sie den deutschen Zahnärzten und Laboren die Firma Cavex doch einmal etwas genauer vor. Wichtigstes Standbein von Cavex sind Alginat. Sie werden von uns in verschiedenen Darreichungsformen ange-

boten und machen fast die Hälfte des gesamten Umsatzes aus. Dazu kommen im zahnärztlichen Bereich noch Komposite und Amalgam – letzteres allerdings nicht in Deutschland. Den Laboren bieten wir außerdem auch noch Wachse an. Zunehmend wichtiger werden für uns auch die Alginat-Mischer, die in Holland fast schon Standard sind und von denen wir auch in Deutschland in den kommenden Jahren verstärkte Absatzzahlen erwarten.

Welche Vorteile bietet ein Alginat-Mixer?

Vor allem natürlich eine konstante und homogene Qualität. Zudem enthält das vom Mixer produzierte Ergebnis auch keine Luftblasen. Weitere Vorteile sind das einfache Handling und natürlich die enorme Zeitersparnis. Das Anmischen dauert mit dem Mixer nur noch etwa zehn Sekunden.



Hans Maarten den Boer, Geschäftsführer der Firma Cavex.

Obwohl Sie weltweit tätig sind, kennt man Cavex in Deutschland bisher kaum. Warum ist das so?

In Deutschland sind wir lange Zeit nicht als eigenständiges Unternehmen aufgetreten, sondern haben unsere Produkte als Private Label für in Deutschland bekanntere Unternehmen produziert. In Zukunft wollen wir uns jedoch auch hier verstärkt unter dem Markennamen Cavex positionieren.

Wie sehen Ihre bisherigen Erfahrungen auf dem deutschen Markt aus?

Wir denken, dass wir den deutschen Dentalmarkt am effektivsten mit dem Fachhandel erschließen können. Es wäre auch viel zu schwierig, alles von den Niederlanden aus zu steuern. Zu-



Oben: Ein wichtiges Standbein der Firma Cavex sind die innovativen Alginat-Mixer. – Rechts: Mit den Alginaten hat sich Cavex weltweit einen Namen gemacht.



dem zeigt uns die positive Resonanz bisher, dass wir die richtige Entscheidung getroffen haben. Ein weiterer Vorteil ist natürlich, dass wir uns so auch auf den Fachdentalmessen einem größeren Publikum präsentieren können. Das ist wichtig, weil das „Live-Erlebnis“ immer viel mehr beeindruckt als jede Theorie.

Und wo sieht sich Cavex in einigen Jahren?

Weiterhin werden die Alginate unser Kerngeschäft bilden. In Europa wird natürlich Deutschland mit seinen 60 Prozent Marktanteil unser wichtigster Zielmarkt sein. Aber auch in Nord- und Südamerika sehen wir noch großes Entwicklungspotenzial.

In Asien konzentrieren wir uns vor allem auf Indien und China. Möglicherweise errichten wir dort irgendwann auch eigene Produktionsstätten, um den gewaltigen Bedarf in diesen Ländern vor Ort zu decken.

kontakt.

Cavex Deutschland/Ukens Dental

Im Spiet 7, 26506 Norden
 Tel.: 0 49 31/9 32 64 70
 Fax: 0 49 31/93 08 13
 E-Mail: info@cavex-deutschland.de
 www.cavex-deutschland.de
 www.ukens-dental.de

ANZEIGE

Praxismanagement für Zahnärzte

stoma-win
 dental practice management

Die Zahnarztsoftware - einfach und genial.

- ◆ digitale Kartei, einfache Dokumentation, grafischer Befund
- ◆ effektive Heil- und Kostenplanung, Erfassung, Abrechnung
- ◆ Zahlungsverkehr, Finanzbuchhaltung, Controlling, QM

Computer konkret AG - dental software
 Telefon 03745 7824-33 | www.dental-software.org

kurz im fokus

Der DAX läuft ...

Ist jetzt die Krise vorbei und alles wendet sich zum Guten? Ich bin zwar durchaus optimistisch für die Zukunft, aber ich traue dem Frieden noch nicht. Ganz interessant finde ich die Einschätzung von Erwin Bauer, dem Manager des „Erba Invest“, eines erfahrenen „Charlisten“. Der sagte am 16. Februar den Tiefpunkt für den DAX für etwa Mitte März in der Gegend von etwa 3.500 Punkten recht gut voraus. Bauer setzte dem DAX am 19. Mai ein „Frühjahrsziel von ca. 5.300 Punkten“. Ich bin gespannt, ob er wieder recht behält, und beobachte seinen Fonds weiter. Wenn ich zurzeit die Kommentare von Analysten, Fondsmanagern und Fachleuten lese, komme ich zu dem Schluss, dass am Markt ziemliche Orientierungslosigkeit herrscht. Für jede Theorie und Prognose gibt es einen Wust von Zahlen, Daten, Fakten, die die jeweilige Hypothese scheinbar bombensicher untermauern. Nicholas Taleb, den inzwischen fast alle gelesen haben, bezeichnet diese Datenfülle als „Rauschen“. Ich halte mich von dem vieldeutigen Datenmüll fern und konzentriere mich auf Einfaches: 1.) Mir läuft die Erholung an den Börsen gerade (beim Stand von 5.154 Punkten für den DAX) zu schnell und zu geradlinig. 2.) China und Indien scheinen tatsächlich mit einem blauen Auge aus der Krise davonzukommen und es scheint dort schon wieder aufwärtszugehen. Die riesigen Bevölkerungsmassen in diesen Ländern bergen eine enorme Konsumkraft. Das wird sich auswirken.

Ich meine, dass es jetzt durchaus an der Zeit ist, Stück für Stück den einen oder anderen Euro vom Tagesgeldkonto in Fonds umzuschichten. Dabei empfehle ich noch keine hoch investierten „Vollgas-Aktienfonds“ – wenn überhaupt Aktien(dach)-Fonds, dann viel lieber risikokontrollierte, die bei Bedarf die Aktienquote stark herunterfahren (z.B. den Greiff Dynamisch Plus oder den Multi Invest OP). Noch lieber empfehle ich erstklassige Mischfonds wie den ETHNA Aktiv E oder den Carmignac Patrimoine.

Warum ich diesen guten Fonds nicht aktiv empfehle

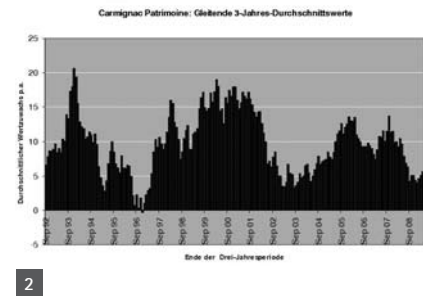
In der letzten Zeit werde ich häufiger darauf angesprochen, warum ich einen bestimmten Fonds, der in der Presse in den letzten Monaten sehr häufig positiv besprochen wird, nicht aktiv empfehle. Bei dem Fonds handelt es sich um den Carmignac Investissement und ich empfehle den Fonds ganz bewusst nicht aktiv und habe ihn in meinen Depots auch nicht eingebaut, obwohl der Fonds prima dasteht. Für diese Entscheidung habe ich gute Gründe.



1

Carmignac ist eine bankenunabhängige „Investmentboutique“, die 1989 vom Namensgeber Eduard Carmignac gegründet wurde. Das Kapital der Gesellschaft wird vollständig von der Geschäftsleitung und den Mitarbeitern gehalten und jeder Fondsmanager ist verpflichtet, einen nennenswerten Betrag eigenen Geldes in dem von ihm gemanagten Fonds zu halten. Einer der Starfonds ist der Carmignac Investissement, der auch in der Werbung verstärkt herausgestellt wird. Vergleicht man diesen Fonds mit so namhaften Konkurrenten wie dem Templeton Growth Fund und dem DWS Vermögensbildungsfonds I oder einer Benchmark wie dem MSCI-World, dann sieht der Fonds einfach klasse aus (schwarze Linie in Grafik 1). Wenn Sie den Chart jedoch genauer betrachten, dann stellen Sie fest, dass die ganz tolle Performance im Vergleich zu den Wettbewerbern erst in der Zeit ab 2003 erzielt wurde. Richtig Boden gewonnen hat der Fonds dann nochmals ab dem vierten Quartal 2008, weil er schon zu steigen begann als die Konkurrenz noch im Sinkflug war. Wer den Fonds allerdings zu spät kaufte, der hat vom 31. Oktober 2007 bis 27. Oktober 2008 fast 42 Prozent seines Vermögens verloren und das ist ganz schön viel

Holz, auch wenn der Fonds erfreulicherweise bis heute das Minus auf rund 18 Prozent reduziert hat, was auch für ihn spricht. Wegen dieser doch recht großen Schwankungsbreite gefällt mir der Konkurrent aus dem eigenen Hause, der Carmignac Patrimoine, viel besser. Der ist ein Mischfonds mit maximal 50 Prozent Aktienanteil und er performte um Längen konstanter, verzichtete auf die Spitzenausreißer nach oben in Boomzeiten und ersparte dafür sei-



2

nen Investor die unweigerlich folgenden Abstürze am Ende der Blase. Der Chart zeigt die gleitenden Drei-Jahres-Durchschnittswerte. Bei einer Einlage jeweils zum Ersten des Monats hatte der Fonds in fast 20 Jahren nur eine negative Drei-Jahresperiode (Januar 1994 bis Dezember 1996), in der ein Anleger einen moderaten Verlust von 0,35 p.a. verkraften musste. Sonst hätte der Anleger nach drei Jahren immer Geld verdient gehabt, oft sogar zweistellig pro Jahr. Das ist erstklassig! In Summe ist das Ergebnis des Patrimoine nach 20 Jahren nur wenig niedriger als beim Investissement. Auf den letzten Rest Spitzenrendite kann ich angesichts des schwankungsarmen Verlaufes jedoch gut verzichten.

kontakt.



Wolfgang Spang
 ECONOMIA GmbH
 Tel.: 07 11/6 57 19 29
 Fax: 07 11/6 57 19 30
 E-Mail: info@economia-s.de
 www.economia-vermoegensberatung.de

Mehr Rente für morgen zu Beiträgen von gestern:

Die Rürup-Rente für freie Berufe

Alles wird teurer, nur die Altersvorsorge nicht. Das ist kein später Aprilscherz – zumindest nicht für Angehörige von freien Berufen, wie Ärzte, Architekten oder Rechtsanwälte. Als Mitglieder berufsständischer Versorgungswerke zahlen sie Pflichtbeiträge für ihre Altersversorgung.

Seit dem Jahr 2005 können die Beiträge auf die Einkommenssteuer angerechnet werden. Die steuerliche Entlastung kann gut und gern mehrere tausend Euro jährlich ausmachen. Geld, das in eine staatlich geförderte Rürup-Rente investiert werden kann. So angelegt wird – ohne weitere Aufwendungen –

eine zusätzliche Rente erwirtschaftet (siehe auch untenstehenden Artikel). Damit eignet sie sich für alle, die viel Steuern zahlen und sich eine steuer-sparende Altersvorsorge aufbauen möchten.

Bei der Auswahl der Rürup-Rente ist neben einer hohen Rente ein niedriges Kostenniveau wichtig. Kunden sollten daher bei der Angebotserstellung darauf achten, dass die Kostenstruktur klar zu erkennen ist. Leistungsfähige Anbieter wie die Hannoversche Leben verrechnen zudem die Abschlusskosten der Police nicht wie häufig mit den Beiträgen der ersten Jahre, sondern ver-



teilen sie auf die gesamte Laufzeit. So hat man von Anfang an ein positives Guthaben auf seinem Konto und der Zinseszinsseffekt kommt richtig zum Tragen.

Hannoversche Lebensversicherung AG
Tel.: 05 11/95 65-7 76
www.hannoversche-Leben.de

Große Chance für Selbstständige und Freiberufler:

Der Staat hilft bei der Altersvorsorge

Für den selbstständigen Unternehmer, aber auch für den gut verdienenden Angestellten mit hoher Steuerbelastung ist die Basisrente eine gute Möglichkeit, mit staatlicher Unterstützung fürs Alter vorzusorgen. Die Beitragsaufwendungen für die Rürup-Rente kann der Einzahler steuerlich geltend machen. Das bedeutet für das Jahr 2009, dass der Fiskus maximal 13.600 Euro bei der Ermittlung des zu versteuernden Einkommens berücksichtigt. Dieser Satz steigt bis zum Jahr 2025 auf 20.000 Euro. Bei gemeinsam veranlagten Ehegatten werden die Beiträge dann sogar mit 40.000 Euro berücksichtigt.

Sehr vorteilhaft ist, dass die Höhe der Beitragszahlung in der Regel flexibel handhabbar ist. Hat der Beitragszahler in einem gewinnstarken Jahr mit einer hohen Einkommensteuer zu rechnen, kann er durch eine hohe Einmalzahlung einen Teilbetrag, den er sonst dem Fiskus überweisen müsste, in seine Altersvorsorge investieren.

Während die Beiträge zur Rürup-Rente steuermindernd zu berücksichtigen sind, greift der Fiskus auf die spätere Rente zu. Der steuerbare Anteil steigt für jeden neuen Rentenjahrgang von 50% (2005) auf 100% im Jahr 2040. Eine Besteuerung unterbleibt, sofern

das zu versteuernde Einkommen den Grundfreibetrag in Höhe von derzeit 7.664 Euro nicht übersteigt.

In der Rürup-Rente besteht für alle Selbstständigen und Freiberufler eine große Chance auf sichere Altersvorsorge. Mit zunehmender Steuerlast

steigt die Förderquote, also das Verhältnis zwischen Steuerersparnis und erforderlichem Beitragsaufwand, und damit auch die Rendite. Alles in allem eine sehr empfehlenswerte Variante der Altersvorsorge!

Silke Varnhorn,
Steuerberaterin Hannover
Kanzlei Fischer, Porada und Partner
Tel.: 05 11/3 64 77-0
www.fpp-steuerberater.de

ANZEIGE



Abrechnungsdienstleistungen

Zeit, Sicherheit und Freude bei der Arbeit

| Redaktion

Neben den gestiegenen Praxiskosten belasten die zunehmend schlechte Zahlungsmoral der Patienten, Außenstände sowie die zeitaufwendige Korrespondenz mit Patienten und Erstattungsstellen die Situation der deutschen Zahnarztpraxen. Für Zahnmediziner werden daher Dienstleistungen von Abrechnungsstellen immer attraktiver. Ein Anbieter ist dabei die BFS health finance GmbH. Das Tochterunternehmen der arvato, einem Unternehmensbereich von Bertelsmann, ist seit mehr als 20 Jahren in der zahnärztlichen Abrechnung tätig und hat sich in dieser Zeit zu einem der führenden Spezialisten in diesem Bereich entwickelt. Pünktlich zum Branchenevent Nummer eins, der IDS, hat die BFS ihr Leistungsangebot innovativ erweitert. Tim Heitmann, Leiter Vertrieb, gab der ZWP erste Einblicke in die neuen Dienstleistungsangebote.

Für welche Philosophie steht die BFS health finance?

Die aktuelle wirtschaftliche Entwicklung schränkt die ohnehin schon geringen Patientenbudgets nochmals deutlich ein. Für Zahnmediziner wird es daher umso wichtiger, das begrenzte Kundenbudget für das eigene Angebot zu ge-

Wahrung, den neuesten Technologien, Kreativität und Flexibilität sind hierbei unsere engagierten Mitarbeiter entscheidend, die mit Herz und Verstand für unsere Kunden da sind und in die Praxen etwas zurückbringen, was sonst oft verloren geht: mehr Zeit für das Wesentliche und Freude an der Arbeit.

wänden, Mahn-, Anwalts- und Gerichtskosten sowie Forderungsausfällen gehören der Vergangenheit an. Ferner werden durch attraktive Teilzahlungsangebote hochwertige Privatleistungen für die Patienten bezahlbar. Ein Service für die Patienten und eine gute Möglichkeit für die Praxis, den Umsatz zu steigern.



Tim Heitmann, Leiter Vertrieb der BFS health finance.

winnen. Neben dieser neuen Herausforderung birgt der Wandel jedoch auch Chancen, die es zu nutzen gilt. Und genau dabei können wir unseren Kunden zur Seite stehen. Denn mit unseren Dienstleistungen rund um das Thema „Abrechnung“ bieten wir individuelle und innovative Lösungen für mehr Zeit und mehr Sicherheit. Neben langjähriger

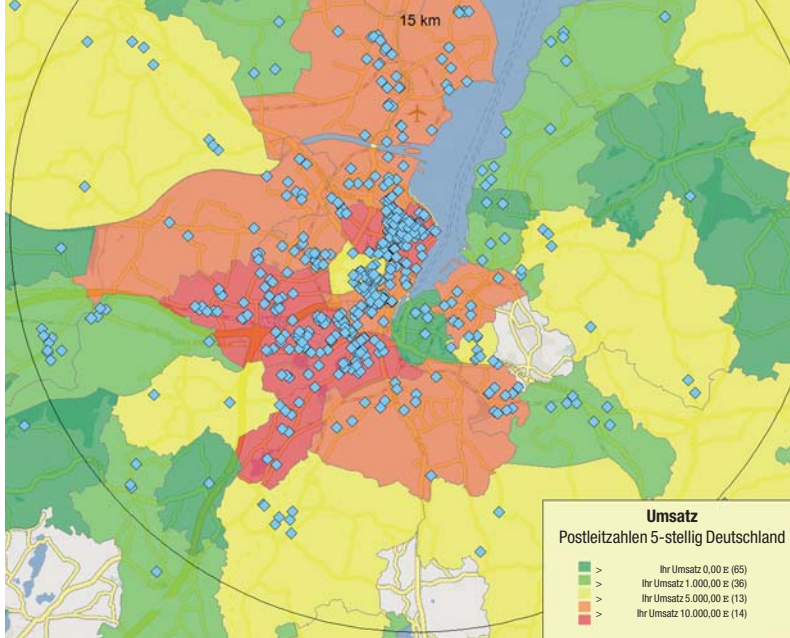
Welche Vorteile hat der Zahnarzt durch die Arbeit mit einem Abrechnungsdienstleister?

Abrechnungsdienstleister unterstützen die Praxen in vielfacher Hinsicht. Sie übernehmen alle mit der Rechnungsbearbeitung verbundenen administrativen Aufgaben – vom Rechnungsdruck bis zum eventuell notwendigen Gerichtsverfahren. Die Praxen können sich die Rechnungsbeträge vorfinanzieren, das heißt unabhängig von den Zahlungen der Patienten auszahlen lassen und sind gleichzeitig zu 100 % gegen Forderungsausfälle geschützt. Die Praxen bekommen auf diese Weise eine zuverlässige finanzielle Planungsbasis und die gewonnene Zeit können Zahnarzt und Praxisteam wieder voll und ganz den Patienten widmen. Kontinuierliche Außenstände mit entsprechenden Bearbeitungsauf-

Neben den klassischen Leistungen wie Vorfinanzierung, Ausfallschutz und Teilzahlungsangeboten hat die BFS in diesem Frühjahr ihr Leistungsangebot durch ausgewählte Besonderheiten erweitert. Was können Sie uns über die Neuentwicklungen verraten?

Bei unseren Neuentwicklungen haben wir zunächst einen Schwerpunkt bei Leistungen gelegt, die Praxen dabei unterstützen, ungenutzte Potenziale zu erkennen. Hierzu gehören umfangreiche Statistiken mit fachgruppenspezifischen Vergleichszahlen, geografische Auswertungen der Umsätze und Patienten sowie professionelle Patientenbefragungen, die wir Praxen als Komplettpaket bereitstellen, auswerten und analysieren.

Daneben bieten wir unseren Mandanten ab sofort rund um die Uhr aktuelle und



Beispieldarstellung Geoanalyse – Umsatzdaten auf einen Blick.

rechtssichere Informationen zu Abrechnungsfragen, indem wir den Abrechnungsratgeber HoZ-Online in unser Mandantenportal integriert haben. Schließlich erhalten die Patienten unserer Mandanten unter www.meine-Zahnarztrechnung.de künftig einen geschützten Online-Zugriff auf ihre Rechnungen, viele nützliche Informationen und umfangreiche Funktionalitäten.

Die von Ihnen kurz skizzierten Praxisanalysen sind im Leistungsbereich von Abrechnungsdienstleistern neu. Können Sie uns die Möglichkeiten dieser Auswertungen näher erläutern?

Erstes Element ist der Fachgruppenvergleich, das sog. Praxis-Benchmarking. Hierbei werden die Daten der Praxis aus den Bereichen Abrechnung, Mahnwesen und Bonität mit denen anderer Praxen der gleichen Fachgruppe in der näheren Umgebung verglichen. So ist zum Beispiel ein vergleichsweise geringer Rechnungsdurchschnitt vielen Praxen bisher nicht bewusst. Erst das Entdecken dieser Schwachstellen macht Verbesserungen, wie zum Beispiel die aktive Ansprache von höherwertigen Behandlungen, möglich.

Ergänzend kommt nun die Geoanalyse hinzu, bei der wir die Umsatzdaten der Praxis geografisch auswerten und zusammen mit weiteren Informationen auf digitalen Landkarten darstellen. Die Ergebnisse sind oft überraschend. Unsere Mandanten stellen zum Beispiel fest, dass sie in bestimmten attraktiven Gebieten kaum oder keine Patienten haben und können nun gegebenenfalls gezielte Maßnahmen in diesen Gebieten vornehmen, wie etwa Schul- oder Vereinsaktionen oder Werbemaßnahmen.

Das Ganze wird abgerundet durch die Erkenntnisse aus einer professionellen Patientenbefragung, die wir vom Druck der Fragebogen bis zur Auswertung begleiten. Wie ist der Patient auf die Praxis aufmerksam geworden? Wie wichtig sind dem Patient die Öffnungszeiten, die Gestaltung der Praxisräume und die Beratung? Und wie zufrieden ist er mit den verschiedenen Punkten? Auf diese und weitere Fragen erhält der Zahnarzt nun eine Antwort und kann dementsprechend handeln.

Leistungen sind die eine Seite – Kosten die andere. Lohnt sich die Zusammenarbeit denn für Zahnärzte?

Im Regelfall profitieren Praxen von der

Zusammenarbeit mit uns deutlich. Je höher der Anteil an Zahlungen per Rechnung, desto mehr Zeit nimmt das gesamte Abrechnungsmanagement in Anspruch. Jeder Zahnarzt muss die Frage daher für sich selbst beantworten, indem er zunächst die BFS-Gebühren und die durch die Zusammenarbeit wegfallenden Kosten gegeneinander abwägt. Wichtig ist dabei, dass auch solche Kosten mit einbezogen werden, die oft nicht im Fokus stehen, etwa der Zeitaufwand für die Formulierung von Erstattungsschreiben sowie Porto- und Materialkosten für den Rechnungs- und Mahnungsversand. Zu diesen reinen Kosteneinsparungen sind schließlich die weiteren positiven Effekte der Zusammenarbeit mit BFS hinzuzurechnen. Etwa der Zeitgewinn für die Behandlung und Betreuung der Patienten und der Mehrumsatz durch attraktive Teilzahlungsangebote.

kontakt.

BFS health finance GmbH

Schleefstr. 1, 44287 Dortmund

Tel.: 0800/4 47 32 54 (kostenlos)

Fax: 02 31/94 53 62-8 88

E-Mail: info@bfs-hf.de

www.bfs-hf.de

ANZEIGE

dentklick.de

klick und spar!

**Kunststoff Patientenumhang
Fa. Thienel**

Patientenumhang aus PE-Folie mit praktischer Abreißperforation, Maße 54 x 80 cm.
Erhältlich in den Farben, dunkelblau, hellblau, gelb, hellgrün, orange, rot und weiss.



Klickpreis*
7,95

* Solange Vorrat reicht

Rolle 200 Stück

Jetzt in unserem Online-Shop:
www.dentklick.de

Verlagsanschrift:	OEMUS MEDIA AG Holbeinstraße 29, 04229 Leipzig Tel. 03 41/4 84 74-0 Fax 03 41/4 84 74-2 90 kontakt@oemus-media.de	
Verleger:	Torsten R. Oemus	
Verlagsleitung:	Ingolf Döbbecke Dipl.-Päd. Jürgen Isbaner Dipl.-Betriebsw. Lutz V. Hiller	
Projekt-/Anzeigenleitung:	Stefan Thieme Tel. 03 41/4 84 74-2 24 s.thieme@oemus-media.de	
Produktionsleitung:	Gernot Meyer Tel. 03 41/4 84 74-5 20 meyer@oemus-media.de	
Anzeigendisposition:	Marius Mezger Tel. 03 41/4 84 74-1 27 m.mezger@oemus-media.de Bob Schliebe Tel. 03 41/4 84 74-1 24 b.schliebe@oemus-media.de	
Vertrieb/Abonnement:	Andreas Grasse Tel. 03 41/4 84 74-2 00 grasse@oemus-media.de	
Layout:	Frank Jahr Tel. 03 41/4 84 74-1 18 f.jahr@oemus-media.de Katharina Thim Tel. 03 41/4 84 74-1 17 thim@oemus-media.de Susann Ziprian Tel. 03 41/4 84 74-1 17 s.ziprian@oemus-media.de	
Chefredaktion:	Dipl.-Päd. Jürgen Isbaner Tel. 03 41/4 84 74-3 21 isbaner@oemus-media.de (V.i.S.d.P.)	
Redaktion:	Claudia Schreiter Tel. 03 41/4 84 74-1 30 c.schreiter@oemus-media.de Carla Senf Tel. 03 41/4 84 74-1 21 c.senf@oemus-media.de Christoph Dassing Tel. 03 41/4 84 74-1 20 c.dassing@oemus-media.de	
Lektorat:	H. u. I. Motschmann Tel. 03 41/4 84 74-1 25 motschmann@oemus-media.de	



Mitglied der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.



Erscheinungsweise: ZWP Zahnarzt Wirtschaft Praxis erscheint 2009 mit 12 Ausgaben, es gilt die Preisliste Nr. 17 vom 1. 1. 2009. Es gelten die AGB.

Verlags- und Urheberrecht: Die Zeitschrift und die enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies 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 gehen 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, die der Meinung der Redaktion nicht zu entsprechen braucht. Der Verfasser dieses 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.

Bezugspreis: Einzelheft 6,50 Euro ab Verlag zzgl. gesetzl. MwSt. und Versandkosten. Jahresabonnement im Inland 70 Euro ab Verlag inkl. gesetzl. MwSt. und Versandkosten. Auslandspreise auf Anfrage. Kündigung des Abonnements ist schriftlich 6 Wochen vor Ende des Bezugszeitraums möglich. Abonnementgelder werden jährlich im Voraus in Rechnung gestellt. Der Abonnent kann seine Abonnement-Bestellung innerhalb von 8 Tagen nach Absenden der Bestellung schriftlich bei der Abonnementverwaltung widerrufen. Zur Fristwahrung genügt die rechtzeitige Absendung des Widerrufs (Datum des Poststempels). Das Abonnement verlängert sich zu den jeweils gültigen Bestimmungen um ein Jahr, wenn es nicht 6 Wochen vor Jahresende gekündigt wurde.

inserentenverzeichnis

Unternehmen	Seite
<i>Acteon Germany</i>	<i>Beilage</i>
<i>A-dec</i>	<i>45</i>
<i>American Dental Systems</i>	<i>19</i>
<i>Anthos</i>	<i>7</i>
<i>BestPrax</i>	<i>59</i>
<i>biodentis</i>	<i>75</i>
<i>BriteDent</i>	<i>67</i>
<i>CATTANI</i>	<i>29</i>
<i>Champions-Implants</i>	<i>37</i>
<i>Computer konkret</i>	<i>93</i>
<i>dental bauer</i>	<i>Beilage, 35, 73</i>
<i>dentaltrade</i>	<i>17</i>
<i>Dentklick</i>	<i>51, 60, 97</i>
<i>DGZI</i>	<i>83</i>
<i>Dubai Euro</i>	<i>99</i>
<i>DZOI</i>	<i>63</i>
<i>EMS Electro Medical Systems</i>	<i>47</i>
<i>GlaxoSmithKline</i>	<i>41</i>
<i>Hu-Friedy</i>	<i>46, 62</i>
<i>IMC</i>	<i>23</i>
<i>IMEX Dental + Technik</i>	<i>100</i>
<i>Ivoclar Vivadent</i>	<i>39</i>
<i>KaVo</i>	<i>13</i>
<i>Kerr</i>	<i>43</i>
<i>K.S.I. Bauer-Schraube</i>	<i>25</i>
<i>NETdental</i>	<i>57</i>
<i>nexilis verlag</i>	<i>81</i>
<i>NSK</i>	<i>9, 27</i>
<i>orangedental</i>	<i>31, 89</i>
<i>Pfersee Kolbermoor</i>	<i>11, 61</i>
<i>RIEMSER Arzneimittel</i>	<i>16, 30, 53, 77</i>
<i>Ritter</i>	<i>5</i>
<i>Semperdent</i>	<i>33</i>
<i>Sirona</i>	<i>15</i>
<i>solutio</i>	<i>21</i>
<i>Synadoc</i>	<i>95</i>
<i>TANDEX</i>	<i>87</i>
<i>Teoxane</i>	<i>2</i>
<i>W&H</i>	<i>49</i>
<i>XO-Care</i>	<i>65</i>
<i>Zhermack</i>	<i>Postkarte Titel</i>

Zahntechnik aus Dubai

Sparen Sie am Preis – nicht an der Qualität

Dubai Euro Dental bietet Ihnen qualitativ hochwertigen
Zahnersatz zu fairen Preisen.

Zirkonoxid-Krone/Brückenglied für 139 Euro

- bis zu 14-gliedrige Brücken sind möglich
- inkl. Arbeitsvorbereitung, Versand & MwSt.

3-gliedrige Brücke NEM vollverblendet für 307 Euro

- inkl. Arbeitsvorbereitung, Gerüsteinprobe, Versand & MwSt.

Neugierig geworden?

Rufen Sie uns an und erfahren Sie mehr über:

Free Call 0800/1 23 40 12



Dubai Euro Dental GmbH

Leibnizstraße 11

04105 Leipzig

Tel.: 03 41/30 86 72-0

Fax: 03 41/30 86 72-20

info@dubai-euro-dental.com

Asiatische Fertigkeit trifft deutsche Qualität

Küper. Wainar. Werbung.

99,-

Zirkon*

komplett.

* aus unserem Zirkonfräszentrum in Essen, System Wieland

imex
ZAHNERSATZ 

Einfach intelligenter.

Kostenlos anrufen: 0800 8776226 oder www.kostenguenstiger-zahnersatz.de