

# 6 Privatpraxen, 6 Konzepte – Folge 3: Zuweiserverbände im Verbund und Belegarztstätigkeit

Eine informative Kursreihe, organisiert von Dr. Nils Leuzinger, fortbildung ROSENBERG. Dental Tribune berichtet fortlaufend über die Kurse.



Dr. Daniel Kälin im Gespräch mit Dr. Nils Leuzinger, Fortbildung ROSENBERG.

Am dritten Abend waren nach Dr. Markus Lenhard und Dr. Urs Brodbeck die MKG-Chirurgen PD Dr. Dr. Dr. Gerold Eyrich und Dr. Dr. Thomas Furrer an der Reihe. Es gibt zwei Konzepte, so Dr. Dr. Eyrich: Einmal das medizinische Angebot und zum anderen die Organisation der Zusammenarbeit untereinander und mit den Zuweisern. Bei dem Praxisverbund handelt es sich um reine Zuweiserverbände. Die beiden Praxishaber operieren als Belegärzte zusätzlich an der Klinik Hirslanden und der Limmatklinik, dem Bethanienklinikum und am Regionalspital Lachen. Dies ermöglicht den Ärzten, die Patienten in der für sie geeigneten oder bevorzugten Struktur zu behandeln.

#### Kompetenz und Vertrauen

Das Grundkonzept beruht auf Kompetenz und Vertrauen. Die Kompetenz sichern PD Dr. Dr. Eyrich und Dr. Dr. Furrer durch ihre Ausbildung, Erfahrung und durch ihr Netzwerk. Sei es zur Universität oder durch eingebundene Spezialisten – von der Diagnostik bis zur Pathologie.

Dem zweiseitigen Zahn- oder Hausarzt wird zugesichert: Die Patienten werden in jedem Fall an den Zuweiserverbände zurückverwiesen. Dies zum Stichwort Vertrauen. Im Einzelfall kann der Patient auch in der Praxis des Zuweisers behandelt werden oder der Zuweiserverbände, zum Beispiel bei einer Weisheits Zahnoperation, assistieren und so seinen Patienten begleiten.

#### Praxisverbund erfolgreich

Das Konzept: Vier Praxen (zwei in Zürich, je eine in Lachen und Uster) bewahrt sich offensichtlich. Jährlich werden 600 neue Patienten zugewiesen, 100 stationäre und 800 ambulante Eingriffe vorgenommen, Tendenz steigend. Deswegen werden die Strukturen permanent angepasst. Doch wie wenden die Zuweiserverbände das Angebot an? „Wir beide haben im Laufe der Jahre viele Kontakte aufgebaut“, so PD Dr. Dr. Eyrich. „Das hilft uns heute ungemein, denn die Empfehlung ist immer noch das wirksamste Marketinginstrument.“ – „Was bringt Ihnen die Website?“, wurde aus dem Publikum gefragt. „Bei unserem Praxisverbund ist dies nicht so wichtig“, findet PD Dr. Dr. Eyrich. „In der Stadt würde das eher beachtet als auf dem Land. Doch bietet man es nicht an, würde dies von Patienten sofort gemindert“, so die Meinung des Referenten. Für seine Praxis hat er eine neue, einfache Website im Stil von Wikipedia bauen lassen. Der Internetauftritt wirkt sehr klinisch, enthält aber die wesentlichen Informationen zum Wegedgang und zum medizinischen Angebot der Praxis-Kooperation. Wichtig, so der Referent: Immer darauf achten, dass die Site auch auf dem Handy und dem Tablet läuft.

#### Raumgestaltung zum Wohlfühlen

Eine wesentliche Rolle für das Wohlbefinden der Patienten spielt die Innenarchitektur einer Praxis. Der Referent zeigte auch Fotos aus seiner



Gegenwart waren die Teilnehmer im Atrium auf dem Vortrag.



Die Referenten des Abends: Dr. Dr. Thomas Furrer und PD Dr. Dr. Gerold Eyrich.

Praxis und dem Konzept der Raumgestaltung. Interessant zu sehen war: Auf eine warme Atmosphäre wurde viel Wert gelegt. Die Rezeption, die Wartzone und der Beratungsbereich wurden mit dunklen Böden ausgelegt. Holztöne, warme Farben und Tageslichtlampen vermitteln Geborgenheit. Die OP-Räume sind dagegen den funktionellen und hygienischen Anforderungen gemäss „klinisch“ gestaltet. Bewusst wurden aber keine

Glastüren eingebaut – auch nicht in der Chirurgie – die Patienten sollen auch hier eine „private“ Atmosphäre spüren.

#### Das medizinische Angebot

Im Laufe des Abends präsentierte Dr. Dr. Eyrich und Furrer das medizinische Konzept/Angebot ihrer Kooperation. Beginnend beim „Her“, Kiefergelenke bis zum aktuell erweiterten Angebot für ästhetische

Eingriffe (Gesichtschirurgie). Die Referenten betonten mehrfach, dass der Zahnarzt integraler Bestandteil des Behandlungskonzeptes sei.

Zum medizinischen Teil der Referate kamen dann auch viele Fragen aus dem Publikum. Die geeigneten Fälle und Therapiekonzepte regten zur Diskussion an. Was tun bei anti-koagulierten Patienten? Substitutions- oder nicht operieren? Hier ist die Kommunikation mit dem Hausarzt entscheidend. Wundheilungsgünstungen sollen nicht auf die „Leichte Schulter“ genommen werden. Ruft ein Patient an und sagt, irgendwas stimmt nicht, lassen Sie ihn auf jeden Fall kommen und nehmen Sie ihn ernst. Meistens genügt: Drain raus, spritzen, neuer Drain wieder in die Wunde. Eine Schwellung über den vierten Tag hinaus ist nicht normal. Versicherungsfragen bei Diskussionsfragen, Behandlung einer Masseterhypertrophie mit Botox – es war ein richtig informativer Abend mit PD Dr. Dr. Gerold Eyrich und Dr. Dr. Thomas Furrer.

Freuen Sie sich auf den 11. September 2012, dann präsentiert Dr. Konrad Meyerberg sein Praxiskonzept.

Text und Fotos: Johannes Echemann, Dental Tribune Schweiz

#### Kontakte

PD Dr. Dr. Gerold Eyrich  
[www.mkg-klinik.ch](http://www.mkg-klinik.ch)

Dr. Dr. Thomas Furrer  
[www.kieferoperation.ch](http://www.kieferoperation.ch)

fortbildung ROSENBERG  
[info@fbr.ch](http://info@fbr.ch)  
[www.fbr.ch](http://www.fbr.ch)

## Preisgarantie verlängert

CAMLOG setzt das Konzept fairer Preispolitik konsequent fort.

Arwerderfreundliche Produkte, zuverlässige Serviceleistungen und faire Preise sind für Camlog selbstverständlich. Und um die auf partnerschaftlichen Verbindungen beruhende Philosophie von Camlog zu unterstreichen, gibt das Unternehmen in der Schweiz eine Preisgarantie auf den Katalogpreis für Implantate bis zum 31. Dezember 2013. Unabhängig davon gilt derzeit eine Währungsparierung von -14 Prozent auf alle Camlog-Produkte.

Bei Camlog steht die Zuverlässigkeit in der Geschäftspolitik ganz oben. Durch die Preisgarantie werden die stabilen und partnerschaftlichen Verbindungen, die Camlog zu seinen

Kunden unterhält, zusätzlich gestärkt. Die Preisgarantie bietet dem implantologischen tätigen Praxis- und Laborteam ein hohes Mass an Planungssicherheit. Die nachfolgende faire Preispolitik des Unternehmens soll dazu beitragen, noch mehr Patientinnen und Patienten mit implantologischen Premiumprodukten von Camlog zu versorgen und das Vertrauen in die Marke Camlog weiter zu erhöhen.

CAMLOG Schweiz AG  
CH-4053 Basel  
Tel.: +41 61 565 41 41  
[vertrieb@camlog.com](mailto:vertrieb@camlog.com)  
[www.camlog.com](http://www.camlog.com)



## Mit DENTAL TRIBUNE durch den Sommer

Erstmals erscheint auch eine Ausgabe im August.

Unter anderem mit:

- Rückschau auf die DENTAL BERIV 2012
- Berichterstattung Europerio 7,
- Kongressberichte SSO, SGMFR und SSO.



Ab 10. August in Ihrem Briefkasten.