

Neue Chancen für Zahnmediziner im Bleaching-Sektor (Teil 1)

# Die Zukunft strahlt weiß

| Christian Henrici

Behandler können durch gezielte und sensible Kommunikation den typischen Notfallpatienten zu einem regelmäßigen Besucher ihrer Praxis machen. Gerade bei jüngeren Patienten sind beispielsweise Beauty-Behandlungen wie Bleaching gefragt. Doch nur wenige dieser potenziellen Interessenten sind darüber informiert, ob ihr Zahnarzt eine solche Leistung überhaupt anbietet.

Die Nachfrage nach schönen und damit explizit weißen Zähnen steigt kontinuierlich. Kein Wunder, denn diese gelten als wichtiger Teil des berühmten „ersten Eindrucks“. Von 400 Teilnehmern an einer Studie des Marktforschungsunternehmens EMROS zu diesem Thema nannten immerhin 43,5 Prozent „die Zähne“ als Antwort auf die Frage, wonach sie die Attraktivität ihres Gegenübers beurteilten – gefolgt von „den Augen“ mit 27,5 Prozent und „den Haaren“ mit 13 Prozent. Hierbei geht es nicht nur darum, bei Freunden oder beim anderen Geschlecht gut anzukommen, sondern auch um geschäftlichen Erfolg. So sind bei den Befragten der oben genannten Studie in der Altersgruppe der

ANZEIGE



Wir bedanken uns bei allen Kunden für die gute Zusammenarbeit im zu Ende gehenden Jahr und wünschen ein frohes Weihnachtsfest und einen guten Start in ein erfolgreiches Jahr 2014!



Ausstellungsgerät, statt 29.990€ nur 22.990€, inkl. Montage, zzgl. MwSt.

Das abgebildete Modell SD-575 verfügt über aufpreispflichtige Zusatzausstattungen.

**Ihr unabhängiger Dentaldienstleister für Handel und Service**  
Kompetenz mit Herz  
Alles für die ZA Praxis

**Neumannstr. 3 b**  
13189 Berlin  
Fon 030-4422881  
www.ambident.de



18- bis 29-Jährigen 46 Prozent der Meinung, dass ein ansprechendes Erscheinungsbild ihrer Zähne im Beruf einen „sehr großen Vorteil“ darstellt, während 42 Prozent der Teilnehmer dieses Alters noch einen „großen Vorteil“ darin sehen. Nur 12 Prozent innerhalb der Gruppe bezeichneten das Erscheinungsbild der Zähne als „weniger wichtig“ für den beruflichen Erfolg. Schauspieler, Sportler und andere Prominente prägen auf internationaler Ebene den dentalen Schönheitskult, der durch das Fernsehen und das Internet definiert und verbreitet wird. Diese Entwicklung sollten sich auch Praxisbetreiber zunutze machen.

## Neue Rechtsprechung schafft günstige Voraussetzungen

In Deutschland gereicht den Zahnärzten beim Thema „Bleaching“ eine neue gesetzliche Regelung zum Vor-



© Olga Mitsova

teil: Das Oberlandesgericht Frankfurt am Main hat im März 2012 entschieden, dass das Aufhellen von Zähnen eine Heilbehandlung darstellt und daher ausschließlich durch, oder im Zusammenwirken mit, approbierten Zahnärzten vorgenommen werden darf (vgl. OLG Frankfurt am Main, Urteil vom 01.03.2012, Az. 6 U 264/10).

Die am 20.09.2011 erlassene Richtlinie der EU (2011/841EU) zum Umgang mit wasserstoffperoxidhaltigen Bleichmitteln wurde vom Deutschen Gesetzgeber mit Wirkung zum 31.10.2012 in der 59. Verordnung zur Änderung der Kosmetikverordnung vom 17.07.2012 umgesetzt. Für die Zahnärzte bedeutet das: Präparate mit einer  $H_2O_2$ -Konzentration zwischen 0,1 Prozent und 6 Prozent dürfen nur noch an diese abgegeben werden und sind nicht mehr im freien Handel verfügbar. Was den Ablauf der Behandlung betrifft, so findet die erste Anwendung pro Behandlungszyklus in der Praxis statt, wäh-

rend der Patient die weiteren Schritte nach entsprechender Beratung zu Hause durchführen darf.

#### Umdenken lohnt sich

Ein gut durchdachtes Bleaching-Konzept fördert nicht nur das Image einer Praxis, weil auch starke Trends im Leistungsangebot Platz finden – Bleaching lohnt sich auch unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten. Eine umfassende Studie von Roland Berger, Strategieberatungen, hat ermittelt, dass der deutsche Bundesbürger bereit ist, durchschnittlich 1.140 Euro jährlich für Gesundheitsleistungen auszugeben, wovon momentan erst bis zu 900 Euro abgerufen werden. Die Bereitschaft, auch in das ästhetische Erscheinungsbild der Zähne zu investieren, steigt gerade in der jüngeren und mittleren Altersgruppe, wo ein makelloses Lächeln oft auch als Eintrittskarte für beruflichen und privaten Erfolg gilt.

Das Ziel von beratenden Firmen ist es, Zahnärzte für dieses Thema zu sensibilisieren und auf die Möglichkeit aufmerksam zu machen, mit vergleichsweise geringem Aufwand die Umsätze der Praxis zu erhöhen. Denn der Gewinn ergibt sich nicht nur aus der steigenden Nachfrage nach ästhetischen Zusatzleistungen. Die Arbeitsschritte beim Bleachen sind größtenteils an Mitarbeiter wie ZMV und ZMP delegierbar, sodass der Behandler sehr zeitökonomisch arbeiten kann.

*Lesen Sie in den folgenden Teilen dieser Reihe, welche Punkte für den Aufbau eines fachlich und ökonomisch sinnvollen Bleaching-Konzeptes wichtig sind und in welcher Höhe eine Steigerung der Umsätze möglich ist.*



OPTI Zahnarztberatung GmbH  
Infos zum Unternehmen

## kontakt.

### OPTI Zahnarztberatung GmbH

Vogelsang 1  
24351 Damp  
Tel.: 04352 956795  
www.opti-zahnarztberatung.de

ANZEIGE



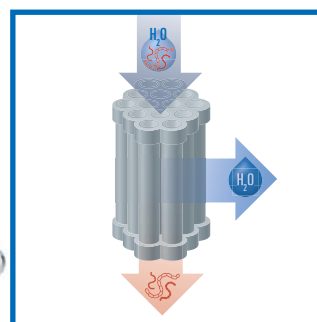
Membrane Technology GmbH



## Ihr Spezialist für Wasserhygiene!

### Germlyser® Hohlfaser-Membranfilter

zum Schutz vor Infektionen durch wasserassoziierte Keime im Dental-Bereich



Erfahren Sie mehr unter  
[www.aqua-free.com](http://www.aqua-free.com)

