

# dentalfresh

Das Magazin für junge Zahnmedizin

E-BOOK

## ASSISTENTENHANDBUCH

Ein Ratgeber zur Niederlassung





# Jetzt durchstarten mit dental bauer

## Wir begleiten Sie auf dem Weg zur Existenzgründung

Welche Herausforderung Sie auch angehen: Wir möchten für Sie Türen öffnen und Sie vertrauensvoll und kompetent auf Ihrem Weg begleiten. Als verlässlicher Partner starten wir gemeinsam durch.

Erfahren Sie mehr über das Rundum-sorglos-Paket in unserem neuen Existenzgründerangebot **existKONZEPT<sup>db</sup>** unter [www.dentalbauer.de](http://www.dentalbauer.de)



**Für Existenzgründer bietet dental bauer bundesweit fachkundige sowie fundierte Beratung und Unterstützung in puncto:**

- Standortanalyse
- Vermittlung geprüfter Neugründungsobjekte
- Praxisübernahmen, Sozietäten und Partnerschaften
- Praxisbewertung
- Vertragsverhandlungen
- Praxisplanung
- Umbau und Modernisierung
- Investitionskostenaufstellung
- Praxisfinanzierung
- Dentalangebote namhafter Hersteller

# Liebe Zahnis!

**Text:** Sascha Kötter



Neu ist (fast) immer besser! Schon das Wort „Neugier“ – als eine der Triebfedern menschlichen Handelns – legt nahe, dass wir „nach Neuem gieren“, dass uns ein Verlangen nach neuen Erfahrungen antreibt. In diesem Sinne freue ich mich, euch das neue Assistentenhandbuch präsentieren zu können! Doch was bietet euch der ehemals als dental success geführte, nun neu überarbeitete Ratgeber?

Ganz klar: Wesentliche Informationen und fundiertes Wissen rund um euer komplexes Arbeitsleben! Denn neben dem „richtigen“ Bohrer und Behandlungsstuhl spielen heutzutage ohne Frage Betriebswirtschaft, Marketing, Recht und Steuern eine ebenso große Rolle in einem rundum erfolgreichen Praxisalltag.

Und genau hier setzt das Assistentenhandbuch an. Es zeigt, welche Pflichten und Hürden, aber auch welche Rechte und Möglichkeiten der Zahnarztberuf mit sich bringt. Finanzielle und rechtliche Aspekte einer Praxisgründung werden genau beleuchtet und ihr findet hilfreiche Tipps zur Existenz-

gründung und möglichen Selbstständigkeit. Auch die immer bedeutender werdenden Themen wie Datenschutz und Altersvorsorge werden differenziert erklärt. Das Assistentenhandbuch präsentiert euch Praxen mit erfolgreichen Konzepten, die als Inspirationsquelle für die eigene Zukunft dienen können, sowie Gründer, die ihre Erfahrungen teilen und von den Höhen und Tiefen ihres eigenen Praxisstarts berichten. Psychologische Kniffe für die Kommunikation mit Patienten und Mitarbeitern runden das hier aufbereitete Themenspektrum ab. Die vielerorts proklamierte Aussage, dass der „Zahnarzt auch Unternehmen sei“, dürfte nach der Lektüre des vorliegenden Kompendiums nicht mehr überraschen. Vielmehr weiß man, worauf es ankommt, und kann so ein erfülltes Berufsleben gezielt steuern. In diesem Sinne wünsche ich euch viel Spaß mit der neuen Ausgabe des Assistentenhandbuchs!

Denn das Wichtigste ist: Bleibt neugierig!

Sascha Kötter

Generalsekretär des BdZA e.V.

Geschäftsführer der BeoCondis AG

Geschäftsführer der CENTURION Software GmbH

**Denn neben dem „richtigen“ Bohrer und Behandlungsstuhl spielen heutzutage ohne Frage Betriebswirtschaft, Marketing, Recht und Steuern eine ebenso große Rolle in einem rundum erfolgreichen Praxisalltag.**



# Inhaltsverzeichnis

3 Editorial

## WO WILL ICH HIN & WIE SCHAFFE ICH DAS?

- 6 IDZ Existenzgründer-Analyse 2016 vorgestellt
- 8 BdZA: Vernetzung für die junge Zahnmedizin
- 10 Praxismarketing –  
Tipps für Neugründer und Nachfolger
- 14 Erfolgreiche Führung – Persönlichkeit entscheidet
- 16 Zahnärztliche Existenzgründung – Glücksspiel ...  
oder mit System zum Erfolg
- 20 Whole Brian® Thinking –  
Denkstilanalyse und Denkstilmanagement

## WELCHE PRAXIS PASST ZU MIR?

- 24 Individuell, hochwertig, fortschrittlich
- 30 Rutschen und Klettern gegen die Zahnarztangst
- 36 Zahnärzte im Belgischen –  
Neubau einer Gemeinschaftspraxis

## WIE VIEL BWL BRAUCHT DER ZAHNARZT?

- 40 Gründungsfinanzierung, Finanzierungsarten und  
Fördermittel
- 44 Honorarverluste von Anfang an vermeiden
- 48 Der Pkw in der Zahnarztpraxis:  
Ein Steuersparmodell?
- 50 Praktischer Datenschutz in der Zahnarztpraxis

## WISSEN & WEITERBILDUNG

- 54 Masterstudiengänge in der Zahnmedizin
- 58 Fortbildung ist Teamsache
- 60 Teamschulungen für das ganze Praxispersonal
- 62 Impressum

# GUIDED BIOFILM THERAPY

KARIES-UND PARODONTITIS-PRÄVENTION

DAS ORIGINAL. DAS MASTER.  
THE GAME CHANGER



Evidenzbasierte Protokolle für das Biofilm-Management auf Zähnen, Weichgeweben und Implantaten.

BUCHEN SIE  
EINE GRATIS  
DEMO UNTER:  
089 4271610



Das Original vom Erfinder. Garantierte Schweizer Präzision und unvergleichliches Design. Zuverlässigkeit und Know-How seit 1981.

## DIE 8 SCHRITTE DES GBT PROTOKOLLS

### 08 NEUER RECALL TERMIN

GESUNDER PATIENT = GLÜCKLICHER PATIENT

- Bestellen Sie Ihren Patienten risikobhängig zum Recall
- Fragen Sie, wie ihm oder ihr die Behandlung gefallen hat

### 07 QUALITÄTS-KONTROLLE

PATIENTEN ZUM STRAHLEN BRINGEN

- Prüfen Sie anschließend, ob der Biofilm vollständig entfernt wurde
- Stellen Sie sicher, dass Zahnstein und Konkrement vollständig entfernt wurden
- Untersuchen Sie Zähne auf kariöse Läsionen
- Schützen Sie die Zähne mit Fluorid

### 06 PIEZON®

VERBLEIBENDEN ZAHNSTEIN ENTFERNEN

- Verwenden Sie supragingival und bis zu 10 mm subgingival das minimalinvasive EMS PS Instrument
- Reinigen Sie Taschen >10 mm mit einer Minikurette
- Verwenden Sie für Implantate und implantatgetragene Restaurationen das EMS PI Instrument

### 05 PERIOFLOW®

BIOFILM ENTFERNEN IN TASCHEN >4 BIS 9 MM

- Verwenden Sie PLUS Pulver für natürliche Zähne in tiefen Taschen und Furkationen und an Implantaten
- Verwenden Sie die tiefenmarkierten PERIOFLOW® Düsen



### 01 DIAGNOSE

JEDEN PATIENTEN BEFUNDEN

- Gesunde Zähne, Karies, Gingivitis, Parodontitis
- Gesunde periimplantäre Gewebe, Mukositis, Peri-Implantitis
- Lassen Sie Ihren Patient zuerst mit BacterX spülen

### 02 ANFÄRBN

ANFÄRBN UND BIOFILM SICHTBAR MACHEN

- Zeigen Sie Ihrem Patienten den angefärbten Biofilm und die Problemzonen
- Die Farbe steuert die Biofilm-Entfernung
- Ohne Biofilm ist Zahnstein leichter erkennbar

### 03 MOTIVATION

INSTRUIEREN UND MOTIVIEREN

- Betonen Sie die Wichtigkeit der Prävention
- Empfehlen Sie die tägliche geeignete Mundhygiene mit Philips Sonicare und Interdentalbürsten oder Philips AirFloss Ultra

### 04 AIRFLOW®

BIOFILM, VERFÄRBUNGEN UND JUNGEN ZAHNSTEIN ENTFERNEN

- Verwenden Sie AIRFLOW® für natürliche Zähne, Restaurationen und Implantate
- Entfernen Sie supra- und subgingivalen Biofilm und jungen Zahnstein mit PLUS 14 µm Pulver
- Entfernen Sie restliche Schmelz-Verfärbungen mit CLASSIC COMFORT Pulver
- Entfernen Sie Biofilm auch von Gingiva, Zunge und Gaumen

# IDZ Existenzgründer-Analyse 2016 vorgestellt

Zahnärztliche Existenzgründer geben viel Geld für den Start in die Selbstständigkeit aus. Mit durchschnittlich 528.000 Euro stieg 2016 das Finanzierungslevel bei Praxisneugründungen im Vergleich zum Vorjahr um 9 Prozent und ist damit die teuerste Form der Niederlassung. Die Investitionen für eine Einzelpraxisübernahme, die beliebteste Variante, lagen in etwa 5 Prozent über dem Vorjahresniveau und beliefen sich auf 342.000 Euro. Besonders für eine gute Ausstattung sind Zahnärzte bereit, hohe Summen aufzuwenden. Dies geht aus der aktuellen Erhebung im Rahmen des InvestMonitors Zahnarztpraxis des Instituts der Deutschen Zahnärzte (IDZ)\* hervor.

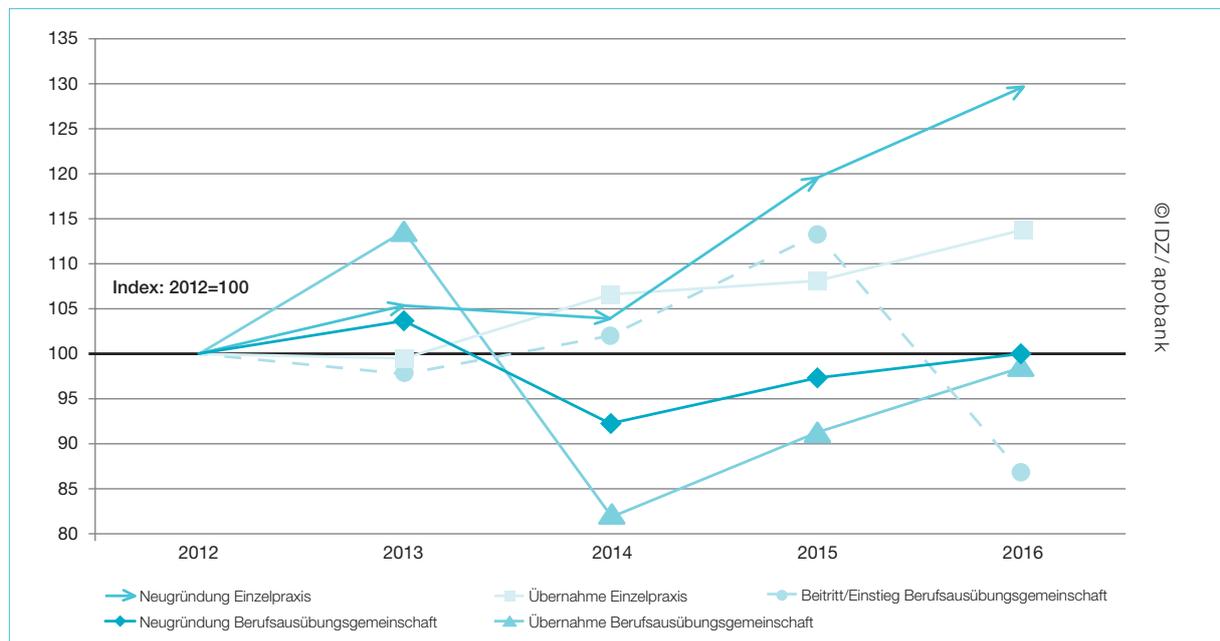


Diagramm 1: Entwicklung der Gesamtfinanzierungsvolumina im Zeitraum 2012–2016.

Seit 1984 analysiert das IDZ gemeinsam mit der Deutschen Apotheker- und Ärztebank die Finanzierungsvolumina deutscher Fach- und Allgemein Zahnärzte. Dabei wurden für 2016 die Daten von 474 Praxen in Deutschland (dabei belief sich das Verhältnis 7 zu 1 auf die alten und die neuen Bundesländer) untersucht. Der InvestMonitor Zahnarztpraxis bildet somit die Struktur des zahnärztlichen Investitionsverhaltens bei der Niederlassung 2016 ab und vergleicht diese mit den Vorjahren seit 2012. Dabei unterscheidet die Analyse prinzipiell drei Arten der Existenzgründung: Neugründung einer Einzelpraxis, Übernahme einer Einzelpraxis und Niederlassung in Form einer Berufsausübungsgemeinschaft (BAG), wobei zur letzteren Art sowohl die Neugründung einer BAG als auch die Übernahme einer BAG sowie der Beitritt/Einstieg in eine Berufsausübungsgemeinschaft zählen.

## Neugründung teuer, Übernahme präferiert

Die Zahl der Existenzgründer im zahnmedizinischen Bereich erreichte laut KZBV im Jahr 2016 1.301 und ist damit im Vergleich zum Vorjahr minimal angestiegen (2015: 1.299). Grundsätzlich aber ist die Zahl seit 2000 tendenziell rückläufig (historischer Tiefstand 2012: 1.195). Immer weniger Zahnärzte

wählen als Berufsform die Selbstständigkeit in eigener Niederlassung. Das Finanzierungsvolumen, das die Existenzgründer für Praxisneugründung, -übernahme oder den Einstieg in eine BAG benötigen, ist bei allen Praxisformen seit 2012 deutlich angestiegen. Die Aufwendungen für eine Einzelpraxisneugründung sind gegenüber dem letzten Jahr um über 9% auf 528.000 Euro (2015: 484.000 Euro) gestiegen. Sie stellt die teuerste und, wie im Vorjahr 2015, mit 7% die am seltensten gewählte Variante der Selbstständigkeit dar. Der Anteil der Berufsausübungsgemeinschaften hingegen bewegte sich zwischen 2012 bis 2016 zwischen 24% und 30%. 2016 entschieden sich 30% für eine BAG. Die Finanzierungssumme für Neugründung bzw. die Übernahme einer BAG sind im Vergleich zu 2015 auf 339.000 Euro bzw. 318.000 Euro gestiegen. Der Beitritt in eine bestehende BAG ist auf 310.000 Euro angestiegen. Das Finanzierungsvolumen bei der Übernahme einer allgemein zahnärztlichen Einzelpraxis lag mit 342.000 Euro nur vergleichsweise gering höher als in 2015 (2015: 326.000 Euro) und bleibt, wie die Jahre zuvor, Favorit bei den Existenzgründern. Hauptargument für eine Übernahme ist in der Regel der bestehende Patientenstamm, den der Zahnarzt

durch fachliches Know-how und ein attraktives Konzept auch in der Zukunft weiter an die Praxis binden kann.

### Aspekte Alter, Geschlecht und Standort

In ihrer Analyse untersucht die IDZ nicht nur die Höhe der Gesamtinvestitionen, sondern auch die alters-, geschlechter- und standortbezogenen Finanzierungsvolumina. So waren laut IDZ die Existenzgründer 2016 im Durchschnitt 35,9 Jahre alt. Konkret waren 16 % der Gründer unter 30 Jahre, 64 % zwischen 31 Jahre und 40 Jahre und 20 % über 40 Jahre alt. Gegenüber 2015 sind die geschlechtsspezifischen Unterschiede in der Altersstruktur stabil geblieben. 35,5 Jahre alt waren die männlichen Existenzgründer im Schnitt und die weiblichen durchschnittlich 36,5. Die Altersanalyse ergab weiter, dass

Die Standortwahl wird maßgeblich von der Bevölkerungs- und Zahnärztdichte des Gebietes bestimmt. Während in Großstädten die häufigsten Einzelpraxisübernahmen stattfinden, wird die BAG vergleichsweise am meisten in mittelstädtischen Lagen bevorzugt.

### Wettbewerb bleibt angespannt

Ganz klar festzustellen ist, dass sich der wachsende Wettbewerbsdruck und die zunehmende Ökonomisierung des Gesundheitswesens auf das Investitionsverhalten der zahnärztlichen Existenzgründer auswirken. Dennoch sind Zahnärzte bereit, hohe Ausgaben auf sich zu nehmen, weil sie Erfüllung in ihrem Beruf finden. Laut Befragungen von IDZ und dem Zentrum Zahnärztliche Qualität (ZZQ) sind subjektiv

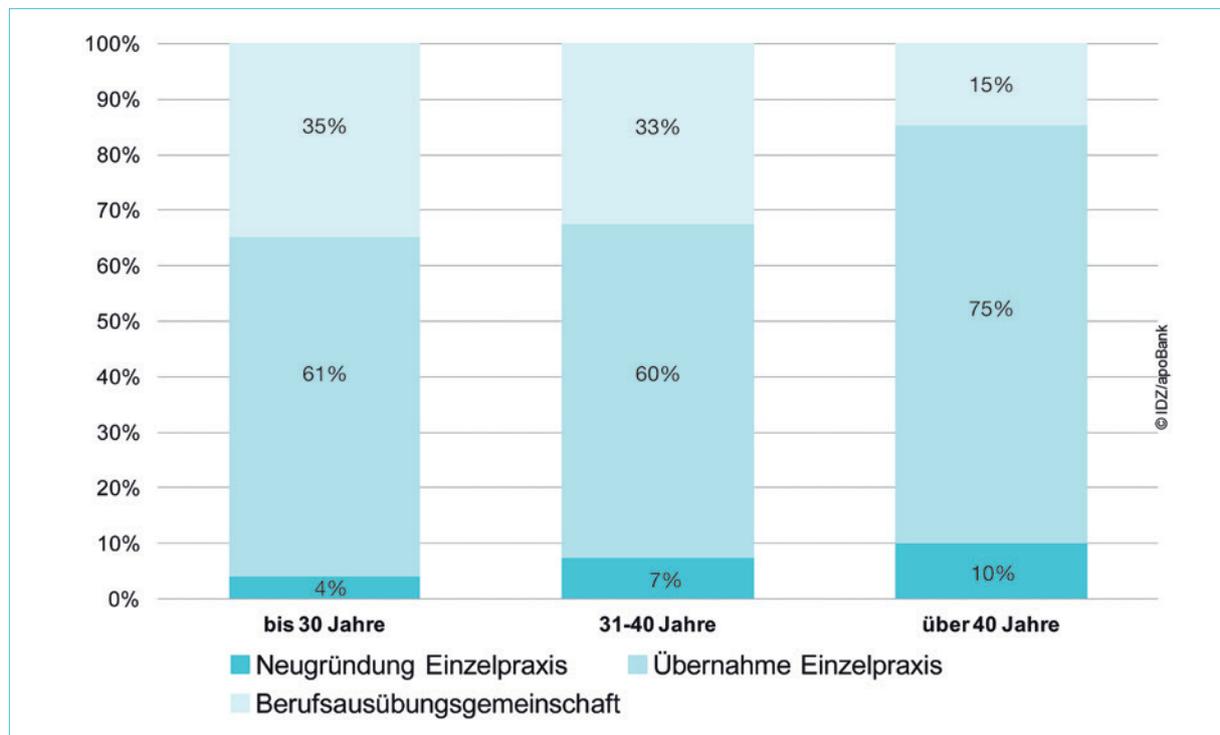


Diagramm 2: Art der Existenzgründung nach Altersgruppen.

Zahnärzte der mittleren Altersgruppe (31 bis 40 Jahre) mit 551.000 Euro durchschnittlich am meisten Geld für eine Einzelpraxisneugründung in 2016 investierten. Und auch bei den Einzelpraxisübernahmen lag diese Altersgruppe mit 360.000 Euro auf dem Spitzenplatz. Die älteren Zahnärzte (über 40 Jahre) legten bei der Finanzierung hingegen deutliche Zurückhaltung an den Tag und investierten bei Einzelpraxisübernahmen 289.000 Euro.

Die Trends der letzten Jahre zeigten, dass im Vergleich Frauen tendenziell vorsichtiger Investitionen vornehmen als Männer. Während Zahnärzte im Schnitt 372.000 Euro für die Übernahme einer Einzelpraxis ausgaben, betrug die Finanzierungssumme der weiblichen Kollegen nur 301.000 Euro. Bei der Neugründung gingen die Investitionskosten der Zahnärztinnen mit 509.000 Euro im Vergleich zu 2015 leicht zurück. Männliche Kollegen investierten mit durchschnittlich 543.000 Euro 7 % mehr als ihr weiblicher Gegenpart.

gesehen für viele niedergelassene Zahnärzte die „Selbstständigkeit und Freiberuflichkeit“, der „Kontakt mit Menschen“ sowie die „Möglichkeit, einen Heilberuf auszuüben“ die zentralen Positivargumente für die Berufsausübung.

In allen Niederlassungsformen sowohl bei Allgemein- als auch bei Fachzahnarztpraxen machten die Ausgaben für Geräte und Einrichtung einen Großteil des Finanzierungsvolumens aus. Die hohen Investitionen zeigen, wie notwendig aus ökonomischer Sicht mittlerweile eine umfangreiche technische apparative Ausstattung in der Zahnarztpraxis ist. Ohne moderne Technik ist es heute schwierig, sich als Existenzgründer im unternehmerischen Wettbewerb zu platzieren.

\* Die vollständige Analyse der „Investitionen bei der zahnärztlichen Existenzgründung 2016“, in der das gesamtdeutsche Finanzierungsvolumen allgemein-zahnärztlicher Praxen dargestellt wird, kann unter [www.idz-koeln.de](http://www.idz-koeln.de) als PDF heruntergeladen werden.

# BdZA: Netzwerken für junge Zahnmediziner



Vorstands- und Beiratsmitglieder des BdZA (v.l.n.r.): Jan-Philipp Schmidt (Past President), Nadja-Alin Jung (Beirat), Dr. Art Timmermeister (2. Vorsitzender), Juliane von Hoyningen-Huene (Kassenwart), Ingmar Dobberstein (1. Vorsitzender), Sascha Kötter (Generalsekretär).

Der im Januar 2009 gegründete Bundesverband der zahnmedizinischen Alumni in Deutschland e.V. (BdZA) füllt die Lücke zwischen der studentischen Vertretung, dem BdZM, und der Landesvertretung der Zahnärzteschaft, der Bundeszahnärztekammer.

Der BdZA hat sich über die Jahre durch zahlreiche Projekte einen Namen gemacht. Hierzu zählt, neben der Generation Lounge auf der IDS und dem Dental Summer, vor allem auch die ZahniCampus Roadshow, die im Frühjahr 2017 bereits zum zweiten Mal gestartet ist – mit dem Ziel, Inhalte zur Freiberuflichkeit und Karriereplanung mit jungen Zahnmedizinern direkt an der Uni zu diskutieren.

Der BdZA sieht sich als Starthilfe für einen bewussten Berufseinstieg, der von Entscheidungssicherheit und Wissen um die Möglichkeiten und Grenzen der zahnärztlichen Berufe geprägt ist. Mit dem gemeinschaftlichen Projekt Berufskunde 2020 und dem Informationsportal DENTS.DE stellt der BdZA wichtige Orientierungshilfen rund um den Berufsstart zur Verfügung. Neben standespolitischen und existenzgründungsrelevanten Themen findet ihr auf DENTS.DE überdies Informationen und Angebote zur strukturierten Fort- und Weiterbildung und einen umfangreichen, auf die junge Zahnmedizin abgestimmten Artikel- und Newsbereich.

Unter [www.bdza.de](http://www.bdza.de) ist der Verband online und auf Facebook zu erreichen. Hier sind sowohl Hintergrundinformationen zum BdZA als auch die Mitgliedschaft abrufbar. Besonderes Anliegen des BdZA ist, dass die jungen Zahnmediziner ihr persönliches Netzwerk weiter ausbauen und so nicht jeder jeden Fehler selbst machen muss. Voneinander lernen sollte nicht mit dem Studium enden und ist im Berufsleben nicht nur auf Fortbildungen beschränkt. Für politisch Interessierte bietet der BdZA außerdem einen guten Einstieg in ein bestehendes Netzwerk aus standespolitischen Organisationen wie BZÄK, KZBV und FVDZ sowie ausgewählten Fachverbänden wie der DGI und Dentista. Wer sich in den BdZA einbringen möchte, ist herzlich willkommen und erhält den Kontakt zum Vorstand ebenfalls über die Online-Medien, die zm-Starter oder auf den Veranstaltungen des Verbandes. Denn: Die Zukunft der Zahnmedizin werden wir nur gemeinsam gestalten.



**DR. WEIGERT**  
Hygiene mit System



Für einen  
**glänzenden Start**  
in die **eigene Praxis!**

Dr. Weigert ist die erste Wahl bei der **maschinellen Aufbereitung von Dentalinstrumenten**, wenn es um maximale Hygiene-Sicherheit geht.

Das **neodisher® Starterset Dental** ist für jeden Thermodesinfektor geeignet und sorgt auch in Ihrer Praxis für beste Hygiene-Ergebnisse.

Setzen Sie also von Beginn an auf die Kompetenz, der Sie vertrauen können.

[www.drweigert.de](http://www.drweigert.de)

**Fordern Sie jetzt GRATIS  
Ihr Starterset für die optimale  
Aufbereitung in Ihrer Praxis an!**  
Senden Sie eine E-Mail mit dem  
Stichwort „Starterset Dental“ an  
[hartmut.pieper@drweigert.de](mailto:hartmut.pieper@drweigert.de)  
und testen Sie maximale Hygiene.



# Praxismarketing – Tipps für Neugründer und Nachfolger

**Text:** Sabine Nemeč, Langenselbold / Achim Wagner, Ansbach

Nach der Assistenzzeit ist es für viele junge Zahnärzte ein Wunsch, eine eigene Praxis zu gründen oder eine etablierte Praxis zu übernehmen. Die größte Hürde für eine neue Praxis stellt dabei in der Regel die Anfangsphase dar, in der ein neuer Patientenstamm aufgebaut oder das Vertrauen als Praxisnachfolger gewonnen werden muss. Dabei gibt es zwei Möglichkeiten, die hier zum Einsatz kommen sollten: Printmedien und das Internet. Besonders das Internet gilt inzwischen als beliebter Kanal mit großer Reichweite, in dem immer mehr Patienten nach dem Arzt ihres Vertrauens suchen.

Dieser Beitrag stellt nützliche Tipps bereit, wie Praxisneugründer und -nachfolger während der Startphase ihre Wunschklienten im World Wide Web gezielt ansprechen und auf sich aufmerksam machen können.

## Tipp 1 – Frühzeitig um Patientenbewertungen kümmern

Gerade in der Assistenzzeit und im Angestelltenverhältnis fehlen Zahnärzten häufig noch eigene Profile in Bewertungsportalen. Das können Sie durch manuelle Anmeldung ändern. Idealerweise sind bei Praxiseröffnung schon erste Bewertungen verfügbar, die aus früheren Praxistätigkeiten herrühren. Diese Profile lassen sich „mitnehmen“ und sind das Bewertungs-Startkapital für den neuen Praxisstandort. Viele Patienten, die auf der Suche nach einem neuen Zahnarzt sind, orientieren sich an Bewertungen und Weiterempfehlungen auf verschiedenen Portalen. Deshalb sollten Sie darauf achten, dass Ihr Profil immer auf dem neuesten Stand ist und wichtige Daten wie Adresse und Öffnungszeiten korrekt angegeben sind. So können Sie direkt bei Ihren Patienten punkten.

Damit gute Bewertungen für die Gewinnung neuer Patienten sorgen, sollten Sie aktiv auf Ihre Patienten zugehen und Sie zu einer Weiterempfehlung im Internet motivieren. Auf negative Bewertungen und Kommentare sollten Sie reagieren, damit Ihre Patienten eventuelle Kritik auch einordnen können.

Eines der wichtigsten Bewertungsportale für Ärzte ist jameda. Hier sollten Sie auf jeden Fall auf ein aktuelles und belebtes Profil achten. Doch auch Google Maps und Social Media-Kanäle wie Facebook werden von Patienten gerne für Bewertungen genutzt und sind außerdem gute Hilfsmittel bei Aufbau und Bindung Ihres Patientenstamms.

## Tipp 2 – Sichtbarkeit schaffen und Branchenprofile einrichten

„Wer nicht wirbt, stirbt“ – so ein altes Marketingsprichwort. Werden Sie im Internet stärker sichtbar und hinterlegen Sie Ihre neue Praxisadresse in den wichtigsten Branchenportalen, damit Ihre Patienten Sie ohne viel Aufwand finden und die korrekten Daten zu Ihrer Praxis erhalten. So können Sie direkt auf Ihre Schwerpunkte und die Besonderheiten der Praxis aufmerksam machen.

## Tipp 3 – Einheitliche Praxisbezeichnung in allen Onlineportalen verwenden

Die häufigste Suchwortkombination bei Patienten ist „Zahnarzt + Ort“. Achten Sie deshalb darauf, dass zu dieser Suchanfrage korrekte und konsistente Praxiseinträge verfügbar sind. Die Patienten gelangen durch die Suchwortkombination auf Adressverzeichnisse Ihres Standortes. Es ist wichtig, dass die Daten Ihrer neuen Praxis einheitlich und natürlich korrekt sind. Uneinheitliche Angaben sorgen nicht nur für Verwirrung bei den Patienten, sondern schaden auch Ihrem Ranking bei Google.

## Tipp 4 – Machen Sie den Ego-Check – Googeln Sie sich!

Mit der Google-Suche „Zahnarzt + eigener Name + Ort“ – dem sogenannten Ego-Googeln – können Sie überprüfen, auf welchen Plattformen Sie bereits gelistet sind, und können zugleich die Aktualität Ihrer Adressdaten kontrollieren. Achten Sie darauf, dass Namen und Titel bei allen Einträgen einheitlich sind, also nennen Sie beispielsweise nicht in einem Eintrag einen zweiten Vornamen, der in anderen Einträgen nur mit einem Buchstaben abgekürzt wird. Es sollte immer auf die Konsistenz aller Angaben geachtet werden.

## Tipp 5 – Entfernen Sie bei Praxisübernahme Altinformationen zum Vorbesitzer

Bei Übernahme einer Praxis sollten Sie den Ego-Check auch auf den Namen des Vorgängers ausdehnen. Sind noch veraltete Daten in Branchen- und Suchportalen auffindbar, sollten diese zügig entfernt bzw. mit neuen Informationen aktualisiert werden. Erledigen Sie das in Abstimmung mit dem Vorgänger, da häufig auch Zugangsdaten – z. B. bei Google Maps – benötigt werden. Natürlich macht es in einer Übergangszeit Sinn, den Namen des Praxisvorgängers in der Kommunikation einzubinden. Damit legen Sie Pfade für die Stammpatienten des Vorgängers zu Ihnen.

## Tipp 6 – Eigene Praxiswebsite – Ihr digitaler Empfang im Internet

Bei einer Neugründung ist zu bedenken, dass Ihre neue Praxis am Standort noch weitgehend unbekannt ist. Deshalb sollten Sie sicherstellen, dass sie zügig unter allgemeinen Suchbegrif-



## Achten Sie bei Ihrer Praxiswebsite auf ein nutzerfreundliches und ansprechendes Design, welches zu Ihrem Branding passen sollte.

fen wie „Zahnarzt + Ort“ gefunden wird. Grundlage dafür ist eine eigene Website. Diese vermittelt nicht nur wichtige Daten und weckt die Aufmerksamkeit der Patienten, sondern hilft Ihnen auch dabei, Ihre Praxis individuell vorzustellen und so einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen.

### Tipp 7 – Terminvereinbarung vor Eröffnung per Webvisitenkarte ermöglichen

Eine Webvisitenkarte hilft Ihnen dabei, Ihre eigene Marke frühzeitig zu setzen. Je nachdem, wie schnell es bei Ihnen beispielsweise im Fall einer Praxisübernahme gehen muss, empfehlen wir mindestens eine Webvisitenkarte mit Logo, Kurzinformation, Praxisadresse sowie Sprechzeiten im Internet zu schalten. So können Sie Ihre Patienten schon einmal auf die nachfolgende Webpräsenz vorbereiten.

Außerdem hat eine solche Webvisitenkarte den Vorteil, dass eine erste Terminvereinbarung per Telefon oder Mail ermöglicht wird. Hier lohnt es sich auch, für eine sofortige Internetsichtbarkeit in Suchmaschinenwerbung mit Google AdWords zu investieren. Eine optimale natürliche Sichtbarkeit wird aber nur durch eine umfassende und entsprechend optimierte Webpräsenz erreicht werden.

### Tipp 8 – Suchmaschinenfreundliche Domain

Sie sollten von Anfang an auf die richtige Domain setzen, da diese später nur schwer und nicht ohne größere Verluste beim Ranking zu ändern ist. Vermeiden Sie die Verwendung von Abkürzungen in der Webadresse. Es bietet sich an, eine Domain zu reservieren, welche „Zahnarzt + Ort“ oder „Praxisname + Ort“ enthält oder sich zumindest auf diese Thematik bezieht, beispielsweise [www.zahnarzt-mustermann.de](http://www.zahnarzt-mustermann.de) oder [www.zahnarzt-musterstadt.de](http://www.zahnarzt-musterstadt.de)

Tipp: Wenn die Webadresse Umlaute enthält, empfiehlt sich die Reservierung beider Domainvarianten, also [www.zahnärzte-musterstadt.de](http://www.zahnärzte-musterstadt.de) und [www.zahnaerzte-musterstadt.de](http://www.zahnaerzte-musterstadt.de). Da im internationalen Zeichensatz keine Umlaute vorgesehen sind, sollte letztere Variante priorisiert werden.

### Tipp 9 – Umleitung der Vorgänger-Webadresse bei Praxisübernahme

Berücksichtigen Sie bei einer Praxisübernahme, dass die Stammpatienten Ihres Vorgängers noch unter Ihrem alten Praxistitel suchen bzw. die alte Domain aufrufen werden. Es lohnt sich also, die alte Praxisadresse vorerst aktiv zu lassen und diese nach Veröffentlichung der neuen Seite umzuleiten. Ver-

ständigen Sie sich mit dem vorherigen Praxisinhaber, dem die alte Domain in den meisten Fällen auch gehört.

### Tipp 10 – Die richtigen Patienten mit Inhalten überzeugen

Bei einer Praxisneugründung oder Übernahme, die Ihnen einen etwas längeren Planungsspielraum erlaubt, sollten Sie für Ihre Website bereits ausführlichere Inhalte anbieten. Beispiele hierfür sind spezielle Behandlungskonzepte oder Ihre Leistungsschwerpunkte. Diese Inhalte lassen sich jederzeit erweitern oder Ihrem aktuellen Leistungsportfolio anpassen. Dennoch sollten Sie bereits von Anfang an eine nutzerfreundliche Navigation und einen übersichtlichen Seitenaufbau einplanen, mit denen Sie später im Google Ranking punkten können.

Wie auch beim Branding sollten Sie sich hier von Anfang an überlegen, welche Patienten Sie ansprechen möchten, und dementsprechend Inhalte setzen. Spätestens zu diesem Zeitpunkt lohnt es sich auf jeden Fall, einen Experten zurate zu ziehen, der Sie hierbei und beim Aufbau der Website unterstützt! Hinweis: Bei einer Übernahme lohnt es sich, die Patienten vorzubereiten. Passen Sie die Startseite Ihres Vorgängers hierfür in Bild und Text an, z.B. indem Sie in ein paar Sätzen zur bevorstehenden Übernahme informieren und dem Vorgänger Ihre Wertschätzung aussprechen. Idealerweise veröffentlichen Sie dazu auch ein gemeinsames Foto. Verfügt die alte Website bereits über einen Newsbereich, ist es auch günstig die Praxisübernahme hier ausführlich zu dokumentieren – ebenso wie auf einem evtl. bestehenden Facebook-Account.

### Tipp 11 – Überzeugendes und nutzerfreundliches Webdesign

Investieren Sie ausreichend Zeit und Budget in die Gestaltung Ihrer Webseite. Dabei ist sowohl auf ein nutzerfreundliches und ansprechendes Design zu achten, das auch für die mobile Ansicht praktisch zu handhaben ist, als auch auf Design-Elemente, die in Form und Farbe mit Ihrer Markenkommunikation konform gehen – sprich: Ihr Webdesign sollte zu Ihrem Branding passen.

### Tipp 12 – Fotoshooting – Lassen Sie Bilder sprechen

Wenn Design und Aufbau der Seite klar sind, empfiehlt sich ein professionelles Fotoshooting. Bedenken Sie hierbei, dass Ihre Website häufig den ersten Kontakt mit einem Neupatienten darstellt und dieser sich nur anhand von Fotos einen ersten Eindruck von Ihrem Team und Ihren Räumlichkeiten verschaffen

kann. Bilder halten einen User erfahrungsgemäß länger auf einer Website, schaffen Emotionen und erhöhen damit die Chance, dass er mit Ihrer Praxis auch Kontakt aufnimmt.

Hinweis: Fotos aus dem Shooting geben auch Ihren Blogbeiträgen, sozialen Kanälen und klassischen Werbemitteln die gewünschte Einzigartigkeit.

### Tipp 13 – Sich früh als

#### Praxismarke verstehen und platzieren

Audi, Coca Cola, Apple – können nur große Firmen und Produkte Marken sein? Eine Marke zu sein hat weniger mit großen Budgets und internationalen Werbekampagnen zu tun, sondern vielmehr mit dem Selbstverständnis eines Zahnarztes, seines Praxiskonzeptes und seinen Werten.

Eine Marke ist eine „Markierung“ und schafft die Abgrenzung zu anderen Zahnarztpraxen. Eine klare Abgrenzung hilft der Zielgruppe, sich zu orientieren, und reduziert vielfältige Informationen zu einem Wahrnehmungsdestillat. Das hat eindeutige Vorteile: Ich muss mir als Patient nicht viele verschiedene Zahlen, Daten, Fakten, Erfahrungen, Meinungen zu einer Praxis merken, sondern bilde mir einen Eindruck, auf den ich dann immer zurückgreifen kann. Kurz, knapp, praktisch.

Zu diesem Wahrnehmungsdestillat und verdichteter Information gelangt man über Fragen. Zum Beispiel:

- Was ist mir wichtig?
- Wofür stehe ich?
- Warum sollen Patienten zu mir kommen?
- Welches Problem kann ich besser als andere Praxen lösen?
- Welches Image möchte ich aufbauen?

Hilfreich ist dabei, sich mit verschiedenen Konzepten und Praxen auseinanderzusetzen, um das zu finden, was einem liegt. Deshalb lohnt es, sich intensiv mit der Praxis der Assistenzzeit zu beschäftigen, Fragen zu stellen und sich auf Fortbildungen oder Stammtischen mit anderen Zahnärzten auszutauschen. Ein Blick auf Webseiten kann hier auch recht informativ und aufschlussreich sein.

### Tipp 14 – Das Design

Das Design einer Praxismarke ist der sichtbare Teil der Marke. Gutes Design wirkt authentisch, glaubwürdig und nachhaltig. Aus diesem Grund ist es notwendig, dass sich das Design auf das Praxiskonzept ausrichtet.

Natürlich wird die Identität einer Marke wesentlich durch ihre visuelle Kommunikation geprägt. Das kommt nicht von ungefähr, ist doch die visuelle Wahrnehmung mit den Augen, der Sinn mit der größten Aufnahmekapazität. Ganze 10 Millionen Shannon (mit Shannon wird der Informationsgehalt einer Nachricht beziffert) vermag unser Gesichtssinn pro Sekunde aufzunehmen. Zum Vergleich: der nächststärkste Sinn ist der Tastsinn mit rund 1 Million Shannon pro Sekunde. Bewusst und unbewusst empfangen und empfinden wir ständig äußere und innere Reize. Vor diesem Hintergrund wird klar, welche Bedeutung die visuelle Präsentation einer Praxis einnimmt und wie wichtig sie für Patienten ist. Sie dient der Wiedererkennung einer Praxismarke und der Zuordnung von Informationen/Werbemaßnahmen mit dem richtigen Ab-

sender. Das Corporate Design sorgt dafür, dass alle Informationen und die Werbung, die von einer Praxis initiiert werden, sich auf deren Image-Konto einzahlen.

Das differenzierende Corporate Design bildet ein abgestimmtes System aus u. a. Zeichen, Farben, Formen, Schriften, Bildsprache. Zusammen ergeben alle Elemente ein „Bild“ einer Praxis – wie ein visueller Fingerabdruck.

### Tipp 15 – Checkliste für Ihre Praxisdarstellung anlegen

- Ihr Erscheinungsbild sollte überall einheitlich gestaltet und sichtbar sein: auf Drucksachen, in der Werbung, auf der Internetseite.
- Legen Sie sich ein Pinterest-Konto an und sammeln Sie Ideen und Eindrücke.
- Bei einer Übernahme: Informieren Sie die vorhandenen Patienten regelmäßig über die Änderungen in der Praxis. Sorgen Sie dafür, dass Ihr Bild auf dem Infomaterial drauf ist. Je häufiger die Patienten Sie sehen, umso schneller kann Vertrauen aufgebaut werden.
- Print ist eine wichtige Ergänzung zum WWW – deshalb sollten Sie u. a. Anzeigen, Großflächenplakate, PR-Artikel, Info-Veranstaltungen, Werbeaktionen mit in Ihrem Businessplan einplanen. Da die Bank Gewissheit haben möchte, dass Ihre Praxis gut laufen wird, ist es wichtig, im Businessplan aufzuzeigen, wie Sie Patienten gewinnen möchten. Sorgen Sie beim Budget für Spielraum, damit Sie aktiv über einen längeren Zeitraum für Ihre neue Praxis werben können.

Wenn Sie sich weiter informieren möchten, finden Sie nützliche Online-Marketing-Tipps für Neugründer unter [www.conamed.de/tipps-neugruender](http://www.conamed.de/tipps-neugruender). Oder schreiben Sie eine E-Mail an [sn@snhc.de](mailto:sn@snhc.de) und Sie erhalten eine Checkliste für den Start Ihrer Praxismarke.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei der Gründung oder Übernahme Ihrer eigenen Zahnarztpraxis!

---

## KONTAKT

### Sabine Nemec

Dipl.-Wirtsch.-Ing.

Nemec+Team – Healthcare Communication

Agentur für Marke, Marketing und Werbung im Gesundheitsmarkt  
Oberdorfstraße 47

63505 Langenselbold

Tel.: 06184 901056

[sn@snhc.de](mailto:sn@snhc.de)

[www.snhc.de](http://www.snhc.de)

### Achim Wagner

conamed – Agentur für Praxismarketing

Technologiepark 1

91522 Ansbach

Tel.: 0981 2036535-0

[info@conamed.de](mailto:info@conamed.de)

[www.conamed.de](http://www.conamed.de)

# RICHTIG abrechnen!

## DER Kommentar zu BEMA und GOZ

**Liebold/Raff/Wissing**

**Bewährt und anerkannt in Praxis, Verwaltung und Rechtsprechung**

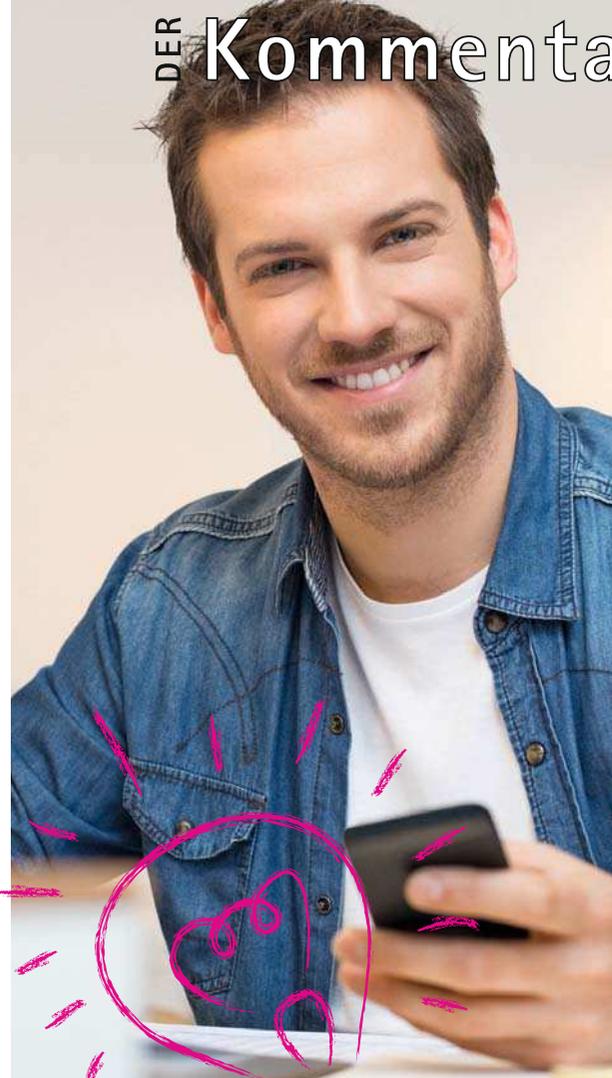
Der Schritt in die eigene Praxis ist sicher ein Risiko – aber ein beherrschbares. Wichtig ist, dass von Anfang an das Honorar stimmt.

Wer sich nicht auskennt, rechnet schnell falsch ab, schöpft längst nicht alle Möglichkeiten aus und verschenkt bares Geld.

„DER Kommentar zu BEMA und GOZ“ erschließt Ihnen die Welt der zahnärztlichen Abrechnung von Anfang an. Und das in einer Qualität und Tiefe, die ihresgleichen sucht. Bundesweit vertrauen Praxen, KZVen, Kammern und Rechtsanwälte dem „Liebold/Raff/Wissing“. Das Wissen aus dem „Kommentar“ gibt Ihnen von Anfang an die Sicherheit, keinen Cent zu verschenken.

**Eine Investition, die sich schnell bezahlt macht.**

DER **Kommentar**



## Der Liebold/Raff/Wissing ...

### ... auf CD-ROM oder online

**Schneller und ausführlicher ist keiner!**

Umfassende Erläuterungen und Hinweise zu BEMA, GOZ und GOÄ, Vertragswerke, Rechtsprechung und vieles mehr.



### ... fürs ganze Team: quick & easy

Handlich, praktisch, kompetent: Die Bücher aus der „quick & easy“-Reihe bringen das Wichtigste auf den Punkt. **Knapp, präzise, seriös und eindeutig.** Die klare Struktur und farbige Gliederung machen das Arbeiten schnell und einfach.



### ... klassisch: als Loseblattwerk

Für alle, die gerne noch ein Stück **Papier in der Hand haben.** Auf über 5.000 Seiten die gesamte Kompetenz in der Abrechnung. Darauf können Sie sich verlassen.



### ... als App!

BEMA und GOZ quick & easy von Liebold/Raff/Wissing. Holen Sie sich die **Extra-Power** für Ihre Abrechnung.

Mehr Infos unter: [www.bema-goz.de](http://www.bema-goz.de)



Asgard-Verlag Dr. Werner Hippe GmbH • 53721 Siegburg

Kostenlos online testen: [www.bema-goz.de](http://www.bema-goz.de)

# Erfolgreiche Führung – Persönlichkeit entscheidet

**Text:** Reinhard Homma

Sobald Wachstum, Ausmaß sowie Größe der Zahnarztpraxis ins Spiel kommen, beginnt die Menschlichkeit zu sinken. Nichts kann das „Persönliche“ ersetzen. Der Unterschied zwischen Führungspersönlichkeiten und Autoritätspersonen liegt darin, dass Führungspersönlichkeiten Mitarbeitern sagen, warum sie da sind, und Autoritätspersonen Mitarbeitern sagen, was sie tun sollen. Jetzt können Sie sich die Frage stellen, was wohl erfolgreicher ist und zu mehr emotionaler Bindung an das Unternehmen führt. Mehr emotionale Bindung bedeutet dann mehr Engagement sowie mehr Leidenschaft und Begeisterung für die Arbeit und die Praxis. Beides sind beste Voraussetzungen, um erfolgreiche Führung langfristig zu erreichen.

## Selbstkenntnis

Im ersten Fall geht es um die Aussage von Autoritätspersonen und die konkrete Ausführung der Arbeit. Das Wecken der Sehnsucht ist eine völlig andere Botschaft und bewirkt somit eine andere Bereitschaft.

Natürlich können Führungskräfte das menschliche Verhalten beeinflussen. Sicher können Gefühle und Emotionen beeinflusst werden. Das alles hat jedoch nichts mit Motivation zu tun. Besser ist, sich die Frage zu stellen: „Welche entscheidenden Motive treiben das Denken und Handeln der Mitarbeiter an und wie kann dieser Antrieb für die Praxis am besten genutzt werden?“ Wie können Sie die individuell vorhandenen Motive erkennen und bei den Mitarbeitern abrufen? Natürlich auch wichtig: „Wie können Sie Demotivation vermeiden?“ Deshalb ist im ersten Schritt die Selbstkenntnis der Führungskraft der Schlüssel zum grundlegenden Verständnis der eigenen Motivation. Diese Selbstkenntnis und die daraus resultierende gelebte Authentizität führen zu mehr Verlässlichkeit. Das ist für die Mitarbeiter ein sehr wichtiger Punkt, denn aus Verlässlichkeit entsteht mehr Vertrauen. Ohne Vertrauen funktioniert erfolgreiche Führung sowieso nicht.

Diese Selbstkenntnis ist der Schlüssel, sich selbst realistische und motivierende Ziele zu setzen. Das ist der erste wichtige Schritt zu dauerhaftem Erfolg. Nur wenn diese Ziele für Sie als erstrebenswert angesehen werden, werden Sie engagiert an der Zielerreichung arbeiten.

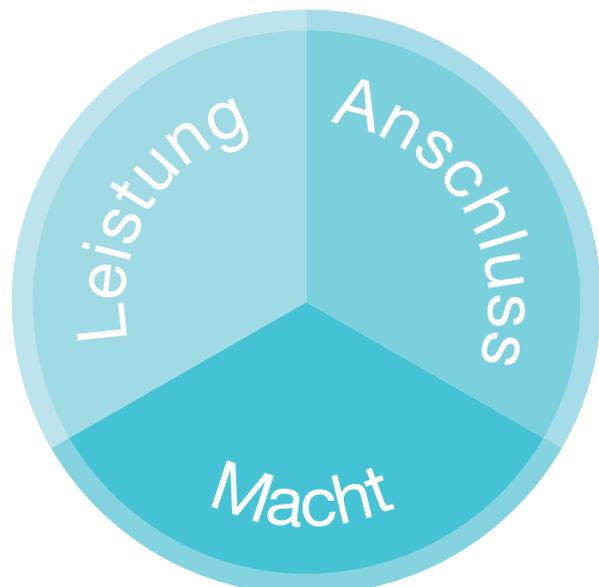
Nur wenn Sie Ihre eigenen, individuellen Motive und Bewertungsmaßstäbe kennen und sich bewusst machen, können Sie persönliche Vorurteile erkennen und hinterfragen bzw. neu justieren.

Besteht kein leidenschaftliches Ziel für die Zukunft – was Sie anfeuert –, können Sie darauf wetten, dass Ihr Team keinerlei Leidenschaft verspürt. Rhetorik alleine reicht nicht, um Menschen zu bewegen. Optimismus muss vorgelebt werden, damit er auf die Mitarbeiter überspringt. Menschen machen nie das, was Sie fordern, wollen und sagen. Menschen machen, was Sie vormachen bzw. vorleben.

## Menschenkenntnis

Der zweite Schritt ist die Menschenkenntnis. Dadurch lernt die Führungskraft, von den persönlichen Motiven abweichende Motive der Mitarbeiter zu erkennen, anzuerkennen und zu respektieren. Nur wenn Sie Mitarbeiter hinsichtlich ihrer individuellen Motive einschätzen, können Sie Ihre eigenen Erwartungen im Umgang mit den Mitarbeitern anpassen und somit Enttäuschungen vermeiden. Sie können sich dann auf das Verhalten Ihrer Mitarbeiter einstellen und zielgenau darauf reagieren.

Es macht keinen Sinn, zu streiten, welche Ziele die richtigen oder besseren sind. Die Führungskraft muss erkennen, dass Menschen unterschiedliche Ziele haben und dabei unterschiedliche Prioritäten setzen. Erfolg ist eine individuelle Angelegenheit. Wenn Mitarbeiter in dem, was sie tun, Spaß und Erfüllung finden, gehen sie in dieser Tätigkeit auf und sind in dem sogenannten Flow. Hier passt dann das asiatische Sprichwort: „Wähle einen Beruf, den du liebst, und du



Das STRUCTOGRAM® Trainings-System.

# **NSK** CREATE IT.

Ihr verlässlicher Partner – ein ganzes Berufsleben lang

Uns geht es nicht nur um die Produktion von Gütern, sondern auch um Ideale. Unser Ziel ist es, gemeinsam mit den Menschen in aller Welt neue Werte zu schaffen. Dingen, die es bisher noch nicht gab, verleihen wir eine Form. Wir schaffen Technologien, die jeden in Erstaunen versetzen. Wir bereichern das Leben vieler und zaubern ein Lächeln auf die Gesichter der Menschen.

VERTRAUEN

PRÄZISION

LÄCHELN

WEITSICHT

ZUKUNFT

INNOVATION

PROFESSIONALITÄT

**NSK Europe GmbH**

TEL.: +49 (0)6196 77606-0  
E-MAIL: [info@nsk-europe.de](mailto:info@nsk-europe.de)

FAX: +49 (0)6196 77606-29  
WEB: [www.nsk-europe.de](http://www.nsk-europe.de)

# Wenn du ein Schiff bauen willst, fang nicht an, Holz zusammenzutragen, Bretter zu schneiden und Arbeit zu verteilen, sondern wecke in den Menschen die Sehnsucht nach dem großen weiten Meer.

brauchst keinen Tag in deinem Leben mehr zu arbeiten.“ Ist jedoch das Gegenteil vorhanden und es müssen über einen längeren Zeitraum Tätigkeiten verrichtet werden, die der persönlichen Biostruktur entgegenlaufen, führt dieser Energieaufwand zu psychosozialen Stress. Dieser Stress kann dann zu Burn-out führen. Deshalb ist es für die Führungskraft sehr wichtig, zu erkennen, wer passt am besten an welchen Arbeitsplatz, um dort weder über- noch unterfordert zu sein. Beides ist nicht gut und führt nach einer gewissen Zeit zur inneren Kündigung. Deshalb ist es für alle wichtig – für die Führungskraft und die Mitarbeiter – Authentizität zu leben. Authentizität bedeutet, im Einklang mit sich selbst, also mit seiner individuellen Biostruktur zu handeln. Daraus entsteht persönlicher Erfolg und Lebensfreude.

## Motivation

Motivation – in der Mitarbeiterführung ein spannendes und immer wieder aktuelles Thema. Dazu finden wir jede Menge Bücher, und die meisten gehen davon aus, dass Motivation beliebig erzeugt werden kann. Wenn jedoch klar ist, dass individuelle Motive genetisch festgelegt sind – siehe Erkenntnisse der Biostruktur – ,dann können wir diese Bücher vergessen. Deshalb ist die Entdeckung der drei Grundmotive durch den amerikanischen Psychologen David McClelland, welche bei jedem Menschen unterschiedlich stark ausgeprägt sind, eine tolle Entwicklung in der Motivationsforschung. McClelland konnte nicht nur statistisch, sondern auch empirisch belegen, dass die Ansprache dieser Motive mit der Ausschüttung bestimmter Neurotransmitter verbunden ist.

### Motiv: Anschluss (Affiliation)

Streben nach Sicherheit, Zuwendung, Geborgenheit und Freundschaft. Verbunden damit ist die Angst, unbeliebt, ausgeschlossen, isoliert und alleingelassen zu sein.

### Motiv: Macht (Power)

Streben nach Dominanz, Bedeutung, Status, Einfluss, Kampf und Wettbewerb. Verbunden damit ist die Angst, unwichtig, abhängig, unbedeutend zu sein und keine Kontrolle über andere zu haben.

### Motiv: Leistung (Achievement)

Streben nach Fortschritt, Kreativität, Abwechslung und Neugier. Verbunden damit ist die Angst, unfähig, schwach, dumm und nutzlos zu sein.

Wenn wir jetzt diese Forschungsergebnisse von McClelland betrachten, so finden wir genau diese drei Motive identisch in der Biostruktur. Das Motiv „Anschluss“ in der Grün-Kompo-

nente, das Motiv „Macht“ in der Rot-Komponente und das Motiv „Leistung“ in der Blau-Komponente. Mit dem Wissen der Biostrukturanalyse – konkret dem STRUCTOGRAM® Trainings-System – haben Sie den entscheidenden Schlüssel, um motivorientierte und somit einfachere sowie erfolgreiche Führung umzusetzen. Die Biostruktur-Analyse ermöglicht, unbewusste Beweggründe sichtbar, für jeden verstehbar und somit bewusst einsetzbar zu machen. Bei meinen Seminaren werde ich immer wieder von Teilnehmern gefragt: Wie kann ich meine Mitarbeiter motivieren? Meine Antwort darauf: „Stellen Sie sich grundsätzlich die Frage: ‚Ist es überhaupt möglich, Menschen zu motivieren?‘ Also konkret Beweggründe hervorzurufen, die vorher nicht da waren. Meine klare Aussage dazu: Das können Sie und ich nicht. Machbar ist jedoch, dass Sie die vorhandenen spezifischen Motive einer jeden Persönlichkeitsstruktur erkennen und dann zielgerichtet ansprechen.“

## Gelebte Authentizität

Generell ist bei Methoden und Verfahren – welche auf dem Markt vorhanden sind –, grundsätzlich Vorsicht geboten, welche nicht zwischen genetisch veranlagten (situationsunabhängigen, zeitlich stabilen) und umweltbedingten (situationsabhängigen, veränderbaren) Persönlichkeitsmerkmalen unterscheiden. Die gelebte Authentizität, konkret die Stimmigkeit zwischen veranlagter Biostruktur und erlerntem Verhalten, hat entscheidenden Einfluss auf die realistische Zielerreichung. Menschen bzw. Führungskräfte, welche authentisch sind, kommen mit weniger Energieaufwand ans Ziel. Wer aufhört zu lernen, hört auf zu führen. Aus der Hirnforschung und den Neurowissenschaften ist bekannt, dass wesentliche Eigenarten und Verhaltensweisen des Menschen von der individuellen Arbeitsweise des Gehirns abhängen. Und genau dafür bieten die Biostrukturanalyse – bzw. konkret das STRUCTOGRAM® Trainings-System – überzeugende Lösungsmöglichkeiten für die Mitarbeiterführung. Deshalb mein Tipp: Ergreifen Sie die Chance und nutzen diese.

---

## KONTAKT

### Reinhard Homma

MediGram  
Rheinstraße 27  
76275 Ettlingen  
Tel.: 07243 78208  
Mobil: 0172 7290542  
homma@medigram.de  
www.medigram.de

# DAS DGZI E-LEARNING CURRICULUM IMPLANTOLOGIE

BIS ZU 160  
FORTBILDUNGS-  
PUNKTE

Starten Sie jederzeit mit den 3 E-Learning Modulen  
3 E-Learning Module + 3 Pflichtmodule + 2 Wahlmodule



## 3 E-Learning Module

- 1 Allgemeine zahnärztliche und oralchirurgische Grundlagen
- 2 Implantologische Grundlagen I
- 3 Implantologische Grundlagen II

BEGINN  
JEDERZEIT  
MÖGLICH!

## 3 Pflichtmodule

- 1 Spezielle implantologische Prothetik  
Berlin  
Prof. Dr. Michael Walter  
Priv.-Doz. Dr. Torsten Mundt
- 2 Hart- & Weichgewebsmanagement  
Ort wird individuell bekannt gegeben  
DGZI-Referenten
- 3 Anatomiekurs mit praktischen Übungen am Humanpräparat  
Dresden  
Prof. Dr. Werner Götz  
Dr. Ute Nimschke

## 2 Wahlmodule

- 1 Sedation – Conscious sedation for oral surgery<sup>1</sup>  
Speicher
- 2 Bonemanagement praxisnah<sup>2</sup> –  
Tipps & Tricks in Theorie und Praxis  
Essen
- 3 Problembewältigung in der Implantologie –  
Risiken erkennen, Komplikationen behandeln,  
Probleme vermeiden.  
Essen
- 4 Laserzahnheilkunde & Periimplantitistherapie  
(Laserfachkunde inklusive!)  
Freiburg im Breisgau
- 5 Implantologische und implantatprothetische  
Planung unter besonderer Berücksichtigung  
durchmesser- und längenreduzierter  
Implantate (Minis und Shorties)  
Ort wird individuell bekannt gegeben
- 6 Hart- und Weichgewebsmanagement  
Konstanz
- 7 DVT-Schein<sup>3</sup> & Röntgenfachkunde (DVT-Schein inklusive!)  
Köln – EuroNova Arthotel

<sup>1</sup>: Aufgrund der Spezifik und des Aufwandes für diesen Kurs zahlen Sie eine zusätzliche Gebühr von 200,- Euro.  
<sup>2</sup>: Für diesen Kurs ist eine Zuzahlung von 250,- Euro zu entrichten.  
<sup>3</sup>: Aufgrund der Spezifik und des Aufwandes für diesen Kurs zahlen Sie eine zusätzliche Gebühr von 400,- Euro.

WEITERE INFORMATIONEN ERHALTEN SIE BEI DER



Deutsche Gesellschaft für Zahnärztliche Implantologie e.V.  
Geschäftsstelle: Paulusstraße 1, 40237 Düsseldorf  
Tel.: 0211 16970-77 | Fax: 0211 16970-66 | sekretariat@dgzi-info.de | www.dgzi.de

# Zahnärztliche Existenzgründung – Glücksspiel ... oder mit System zum Erfolg

**Text:** Harald Heidrich

Jede Niederlassung „sollte“ mit einer – mit Ihrer – Idee beginnen. Gerade der zahnärztliche Gesundheitsmarkt, der heute nicht mehr reguliert ist, unterliegt immer stärker den Gesetzen des freien Marktes und den Gesetzen von Angebot und Nachfrage. Die erfolgreiche Niederlassung zeichnet sich durch ein Konzept aus, das den Verhältnissen im Markt des geplanten Einzugsgebiets entspricht und das eigene Potenzial realistisch einschätzt.

Vor allem in Ballungsräumen ist es für erfolgreiche Praxen unabdingbar, ein klares und erkennbares Profil zu haben, welches sich unter anderem im Behandlungs- und Therapiespektrum widerspiegelt. Wo sehen Sie Ihr Potenzial? Welche zahnärztlichen Leistungen möchten Sie für welche Zielgruppe als Schwerpunkt anbieten? Die Frage nach der Spezialisierung geht immer auch einher mit der Frage nach Ihren ganz persönlichen Stärken und Vorlieben. Es sind Spezialisierungen auf Behandlungsleistungen oder auch auf Zielgruppen möglich, zum Beispiel Endodontie, Ästhetische Zahnheilkunde, Implantologie bzw. Angstpatienten, Kinder, Geschäftsleute, Senioren usw.

Für den wirtschaftlichen Erfolg werden die privat zu liquidierenden Leistungen immer wichtiger. Da ein Großteil der zahnärztlichen Leistungen außerhalb des gesetzlichen Leistungskataloges erbracht wird, müssen auch diese ökonomischen Bedingungen in die Zielfindung mit einfließen. Auf die formalen Voraussetzungen zur Ausübung der zahnärztlichen Tätigkeit möchte ich hier nicht eingehen, da ich diese als hinreichend bekannt voraussetze. Viele Zahnärzte absolvieren diverse Fortbildungen im Rahmen von Curricula oder Masterstudiengängen. Inwieweit dies sinnvoll und zielführend für die spätere berufliche Tätigkeit ist, muss natürlich jeder Gründer selbst entscheiden. Wenn Sie jedoch eine „normale“ Allgemeinzahnarztpraxis, und dazu noch in ländlicher Umgebung führen möchten, dann ist hier weniger manchmal mehr.

## Soft Skills

Verlassen Sie sich auch nicht alleine auf Ihre fachliche Qualifikation. Der Patient setzt diese voraus und die Praxis hebt sich nach außen nur durch sogenannte „Soft Skills“ vom Wettbewerb ab. Neben Ihren Führungsqualitäten, die für ein funktionierendes und engagiertes Team sorgen, gehören hierzu zum Beispiel Ihr Einfühlungsvermögen, Ihre Kommunikationsfähigkeit, aber auch Ihr Organisationstalent und natürlich Ihre soziale Kompetenz.

Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist jungen Zahnärzten besonders wichtig, gerade weibliche Zahnärzte werden bei der beruflichen Planung auch die Familienplanung im Blick haben.

Wann ist der beste Zeitpunkt für Kinder? In der Zeit als angestellte Zahnärztin, vor der eigenen Praxis oder als niedergelassene Zahnärztin – idealerweise in einer größeren Gemeinschaft?

## Zeitpunkt

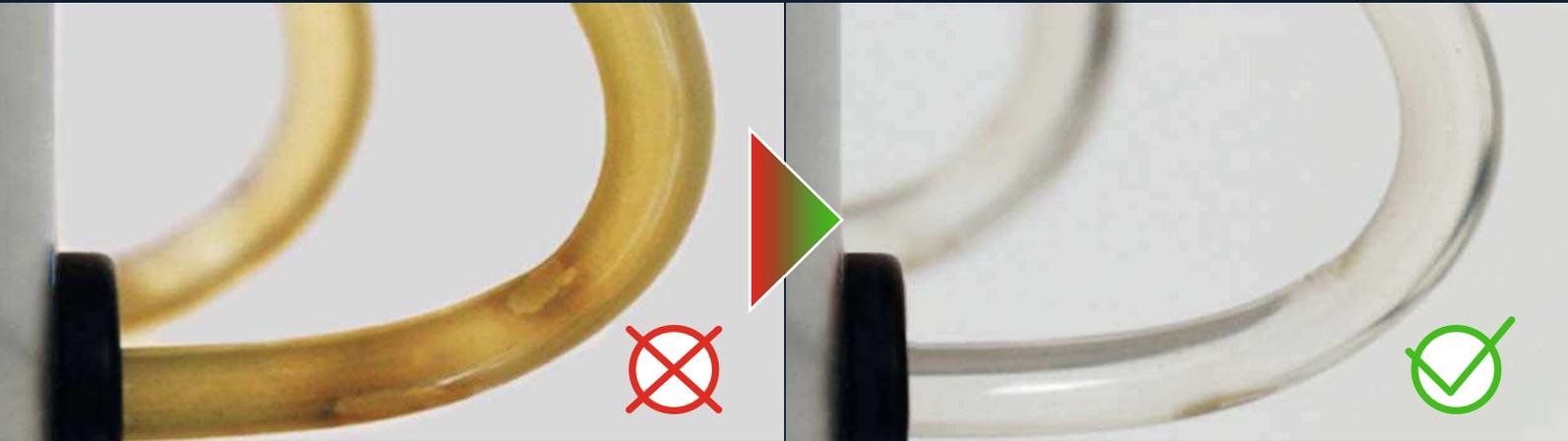
Noch ein Hinweis zum richtigen Zeitpunkt. Bis zum Jahr 2007 (Ende der Zulassungsbeschränkungen) war es fast nie eine Frage, man ließ sich unmittelbar nach der Assistentenzeit nieder. Seit diesem Zeitpunkt hat sich jedoch der Zeitraum zwischen Studium und Niederlassung immer weiter verlängert. Aus den unterschiedlichsten Gesichtspunkten (Dauer der Finanzierung, Schaffung von „Praxisvermögen“) sollte man sich jedoch nicht zu lange Zeit lassen. Denn auch die persönlichen Ansprüche werden immer weiter steigen, je mehr Erfahrung man hat und auch je mehr Praxen man gesehen und eventuell geprüft hat. Man wird immer wählerischer, und ich habe in meiner Beratungspraxis auch schon Gründer gesehen, die sich nie niederließen, weil keine Praxis ihren (immer größer werdenden) Ansprüchen genügte.

## Art der Selbstständigkeit

So wie viele Wege nach Rom führen, führen auch viele Wege in die Selbstständigkeit. Sie können eine bestehende Praxis übernehmen, in eine bestehende (Praxis-)Gemeinschaft eintreten bzw. diese mit Kollegen selbst gründen oder auch alleine selbst gründen. Die Ausübung des zahnärztlichen Berufs in einer Einzelpraxis basiert auf dem traditionellen Bild der Tätigkeit aus einer Zeit, in der es dem Zahnarzt allgemein noch sehr gut ging. Der Gründer ist Chef und bestimmt alleine den Weg. Allerdings trägt er die volle Verantwortung, auch finanziell, gegenüber Mitarbeitern und Patienten. In der Einzelpraxis fehlt die Möglichkeit der fachlichen Abstimmung mit Kollegen, der Aufteilung von Aufgaben, des größeren zeitlichen und fachlichen Angebots für Patienten und natürlich auch die Vertretungsmöglichkeit. Der finanzielle Aufwand für Gründung bzw. Übernahme einer Einzelpraxis ist grundsätzlich höher, als dies in der Ge-

# Noch immer erfolglos bei der Biofilm-Bekämpfung?

Blick auf wasserführenden Schlauch in einer Dentaleinheit



Trotz Entkeimung: Biofilm vorhanden

Biofilm-Entfernung nach ca. 9 Wochen

Mit dem SAFEWATER Technologie-Konzept befreien Sie Ihre Dentaleinheit in ca. 9 Wochen von Biofilm.

SAFEWATER entfernt Bakterien und Biofilm.  
**Mit unserer Rund-um-sorglos-Erfolgsgarantie.**

Einsparungen bei  
Reparaturkosten\*

Jetzt einen kostenlosen Beratungstermin zur Verbesserung Ihrer Wasserhygiene vereinbaren:

Fon 00800 88 55 22 88  
[www.bluesafety.com/Termin](http://www.bluesafety.com/Termin)

  
**BLUE SAFETY**  
Die Wasserexperten

\*Erfahrungswerte von BLUE SAFETY

**Viele junge Gründer entscheiden sich für eine Praxiskooperation. Hier sind vertragliche Regelungen besonders wichtig. Klären Sie im Vorfeld lieber zu viel als zu wenig und holen Sie sich Unterstützung von einem Anwalt.**



meinschaft der Fall ist. Das durchschnittliche Finanzierungsvolumen einer Einzelpraxisübernahme belief sich im Jahr 2015 auf rund 326.000 Euro, während der Finanzierungsaufwand für die Neugründung einer Einzelpraxis bei durchschnittlich 484.000 Euro lag. Auf die Finanzierung der Existenzgründung und die Fallstricke, die auch hier lauern können, wird an anderer Stelle eingegangen.

#### **Vertragliche Regelungen**

Entgegen dem äußeren Anschein arbeiten auch heute noch mehr als zwei Drittel aller Praxisinhaber in Einzelpraxen. Jüngere Gründer wählen jedoch verstärkt die Form der Kooperation für die Ausübung ihrer zahnärztlichen Tätigkeit. Bei der Wahl einer Berufsausübungsgemeinschaft sind die Ansprüche an die vertraglichen Regelungen nicht hoch genug anzusetzen. Klären Sie hier im Vorfeld lieber zu viel als zu wenig. Und greifen Sie auf jeden Fall auf die Unterstützung eines, in diesem Metier erfahrenen Anwalts zurück.

Wichtige, aber auch sehr schwierige Punkte sind regelmäßig die Gewinnverteilung in der Berufsausübungsgemeinschaft bzw. die Kostenverteilung in der Praxismgemeinschaft. Es gibt hier die unterschiedlichsten Modelle, die es schaffen müssen, die Unterschiede der Partner möglichst genau und vor allem auch gerecht abzubilden. Die gesetzliche Grundstruktur (Gleichheit der Partner) ist in der Realität nur ganz selten anzutreffen. Oft gibt es unterschiedliche Beteiligungen am Gesellschaftsvermögen, unterschiedliche Leistungen und Fähigkeiten bzw. Kompetenzen der Partner, und es sind auch die unterschiedlichen Gesellschafterstellungen in Bezug auf das Recht zur Kündigung, zur Geschäftsführung usw. zu berücksichtigen. Klären Sie auch gleich zu Anfang die Bedingungen eines möglichen Auseinandergehens, sei es durch Kündigung eines Partners, durch Krankheit bzw. Berufsunfähigkeit oder durch Versterben. Je mehr und je besser Sie diese Punkte vertraglich festlegen, desto weniger wird es zu Streitereien kommen. Im besten Fall müssen Sie diesen (umfangreichen) Vertrag in der Zukunft nie wieder bemühen, weil alles glatt läuft.

#### **Spezialisierung entscheidend für Praxisstandort**

Bei der Gründungsvorbereitung nimmt die Wahl des Praxisstandortes eine entscheidende Rolle ein. Fehler sind hier kaum zu korrigieren und können sehr leicht zum Misserfolg der Praxisgründung führen. Deshalb sollten Sie sich auch hier äußerst gründlich vorbereiten und mögliche Standorte systematisch analysieren und bewerten.

Im Vorfeld ist ein sehr wichtiges Kriterium für die Wahl des Standortes festzulegen: die Entscheidung für oder gegen eine zahnärztliche Spezialisierung. In Innenstadtzentren hat man in der Regel andere Patienten (Geschäftsleute, Angestellte usw.) und eine andere Nachfrage nach ganz speziellen Behandlungen als in Neubaugebieten am Stadtrand oder in gewachsenen Ortsteilen (Familien, aber auch Senioren).

Dreh- und Angelpunkt vieler Überlegungen ist natürlich auch die Frage, wie der Praxisgründer Patienten auf das neue Angebot hinweist. Neben der klassischen (Eröffnungs-)Werbung sollen an dieser Stelle insbesondere die sozialen Medien erwähnt werden. Ohne Internet, (Bewertungs-)Portale und Suchmaschinenoptimierung ist es heutzutage extrem schwierig, eine Praxis erfolgreich zu etablieren.

In Großstädten und Ballungsgebieten ist die Zahnarzt-dichte in der Regel viel höher als in ländlichen Gemeinden. Wenn das Konzept stimmt, ist jedoch diese Bedarfskennziffer nicht so ausschlaggebend für den Erfolg bzw. Misserfolg der neuen Praxis. Gerade in Gebieten mit hoher Zahnarzt-dichte können Praxen mit dem richtigen Konzept sehr erfolgreich betrieben werden.

Die Kosten, wie zum Beispiel Miete und Personalkosten, sind in Zentren deutlich höher als in kleineren Gemeinden. Auch findet man dort oft niedrigere Patientenzahlen als im ländlichen Raum vor. Trotzdem zieht es viele Kolleginnen und Kollegen in diese Zentren. Neben der persönlichen Vorliebe reizt hier die Erfolg versprechende Möglichkeit der Spezialisierung und die Chance auf deutlich höhere Honorarumsätze pro Patient.

### Praxisgröße

Ob gekauft oder gemietet wird, ist nicht ausschlaggebend für den langfristigen Erfolg der Praxis. Die ideale Praxisgröße lässt sich nicht allgemein verbindlich festlegen. Während man bei einer Übernahme oder einem Einstieg natürlich an das Vorhandene gebunden ist, ist man bei Neugründung/-bau frei in der Entscheidung. Für eine Einzelpraxis sind drei Behandlungszimmer (insgesamt ca. 150 m<sup>2</sup>) die Untergrenze. Vor allem, wenn man Prophylaxe vernünftig etablieren möchte, funktionieren weniger Behandlungszimmer fast gar nicht mehr. Optimal ist es natürlich auch, wenn die Praxisräume entsprechendes Erweiterungspotenzial bieten. Bei Neubauten bzw. größeren Umbauten ist es unerlässlich, von Anfang an die Bau- bzw. Gewerbeämter mit ins Boot zu holen. Dadurch werden Verzögerungen und auch unnötige Kosten im Nachgang verhindert.

### Unterstützung

Die zahnärztliche Existenzgründung sollte ein einmaliger und natürlich erfolgreicher Vorgang im Leben eines jeden Zahnarztes sein. Um die hierfür notwendigen Erfolgsfaktoren zu bestimmen und zu erkennen, benötigt jeder Gründer neben der eigenen Erfahrung und dem eigenen Wissen ein professionelles Team von Fachleuten (Wirtschaftsberater, Rechtsanwalt, Depot, Steuerberater, welches ihn auf dem Weg in die Selbstständigkeit unterstützt und begleitet. Es gilt, un-

nötige Fehler und damit verbundene Kosten zu vermeiden. Suchen Sie auch in den ersten Jahren nach der Niederlassung die Unterstützung von Experten und überprüfen Sie plan- und regelmäßig Zahlen und Ausrichtung Ihrer Praxis.

Zusammenfassend lässt sich feststellen: Existenzgründung mit System ist kein Glücksspiel. Wer sich von Anfang an vernünftig vorbereitet, die richtigen Fragen stellt und seine Energie in die konzeptionelle Entwicklung der Praxis investiert, wird auch Erfolg haben.

### KONTAKT

#### Harald Heidrich

Diplom-Kaufmann  
Zertifizierter Ärzte- und Zahnärzterater (IFU/ISM)  
Generationenberater (IHK)  
HEIDRICH CONSULT  
Finanz- und Wirtschaftsberatung  
Am Hohen Ufer 3A  
30159 Hannover  
Tel.: 0511 89706570  
heidrich@finanzconsult.org  
www.financeconsult.org

ANZEIGE



# MONATLICHES UPDATE

Fachwissen auf den Punkt gebracht.

[www.zwp-online.info](http://www.zwp-online.info)

JETZT NEWSLETTER  
ABONNIEREN!



## ZWP ONLINE

Das führende Newsportal  
der Dentalbranche

- Fachartikel
- News
- Veranstaltungen
- Produkte
- Unternehmen
- E-Paper
- CME-Fortbildungen
- Videos und Bilder



# Whole Brain® Thinking – Denkstilanalyse und Denkstilmanagement

**Text:** Willi Fausten

Das Whole Brain® Thinking-Modell (Abb. 1 und 2), dessen Kern das HBDI® (Herrmann Brain Dominance Instrument®) bildet, ist ein Analyseinstrument, mit dem jeder Mensch mit Hilfe eines Fragebogens seine Denkstilpräferenzen feststellen lassen kann. Dabei werden diese nicht bewertet, denn jeder Mensch ist einzigartig in seinem Denken. Das Profil macht Potenziale und Stärken sichtbar und man versteht, warum man handelt und wie man handelt. In beruflicher und privater Hinsicht eröffnen sich dadurch womöglich ganz neue Perspektiven. In diesem Beitrag wird aufgezeigt, welchen Nutzen es für Zahnärztinnen und Zahnärzte hat, seine Denkstilpräferenzen zu kennen und für die persönlichen und beruflichen Entwicklungsprozesse zu nutzen. Außerdem hat sich gezeigt, dass es einen hohen Zusammenhang zwischen der Zufriedenheit im Beruf, Gesundheit (Stressresistenz) und Übereinstimmung der individuellen Denkpräferenzen mit dem berufstypischen Profil gibt.

## Die vier Quadranten des Whole Brain® Thinking-Modells

Whole Brain® Thinking heißt zunächst:

- Seine Denkstilpräferenzen in den vier Quadranten und die Vermeidungsbereiche zu kennen,
- Potenziale besser zu nutzen,
- die Fähigkeit zu entwickeln, sein Denken situativ anzupassen,
- das Denken auf ungenutzte Denkstile ausweiten zu können,
- seine Denkstilpräferenzen im Sinne der Persönlichkeitsentwicklung zielführend, sowohl im privaten als auch im beruflichen Bereich, besser zu managen.

## Hintergrund

Das HBDI® wurde von Ned Herrmann in seiner Funktion als Head of Management Development bei General Electric in den USA entwickelt und wird seit Jahrzehnten weltweit als validiertes Instrument und Modell zur Potenzialanalyse und -entwicklung eingesetzt. Das Kernelement von Whole Brain® Thinking bildet die HBDI®-Denkstilanalyse.

Anhand eines Fragebogens mit 120 Fragen werden die Denkstilpräferenzen eines Menschen ermittelt und im HBDI®-Profil dargestellt. Das Profil besteht aus dem „Normalprofil“ und dem Stressprofil. Letzteres zeigt, wie sich die Denkpräferenzen unter Stress ändern. Es gibt das HBDI®-Einzel-, -Zwei-Personen- und -Teamprofil.

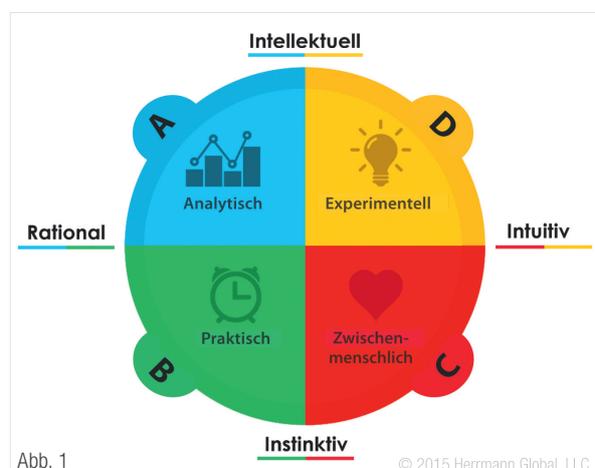


Abb. 1

© 2015 Herrmann Global, LLC.

Das Whole Brain® Thinking-Modell. (Die vierfarbige 4-Quadranten-Grafik und Whole Brain® sind eingetragene Markenzeichen von Herrmann Global, LLC.)

## Nutzen des HBDI®-Profils und des Whole Brain® Thinking-Modells

Das HBDI®-Profil liefert ein Abbild der persönlichen Denkpräferenzen. Jeder von uns hat bevorzugte Denkweisen. Diese beeinflussen, wie wir Informationen aufnehmen und verarbeiten – oder ob wir sie überhaupt aufnehmen. Mit dem Whole Brain® Thinking-Modell wird einem die eigene Denkweise bewusst, sodass man sie auch gezielt erweitern kann. Man lernt, Denkweisen von anderen besser zu verstehen, zu nutzen und zu schätzen. Unsere Denkstilpräferenzen haben Einfluss auf alles, was wir tun, auf unsere Art, zu kommunizieren, zu entscheiden, im Team zu arbeiten, zu lernen und vieles mehr.

Die täglichen Interaktionen mit unserer Umwelt erfordern unterschiedliche Denkansätze für verschiedene Situationen. Deshalb ist es von Vorteil, ein Verständnis der eigenen, persönlichen Denkpräferenzen zu entwickeln, um dadurch jeweils gegebene private oder berufliche Situationen oder Zustände besser zu bewältigen.

Das HBDI®-Profil hilft dem Einzelnen, sich seiner Potenziale und Präferenzen bewusst zu werden. Für die Teamzusammenarbeit und auch bei der Zusammenstellung von Teams ist das HBDI®-Teamprofil ein wertvolles Tool, das sowohl Potenziale als auch Lücken im Team aufzeigt. Die unterschiedlichen Denkweisen im Team werden deutlich

Um im Team besser arbeiten zu können, ist es von Vorteil, die eigenen Denkstilpräferenzen zu kennen und ein Verständnis für andere Denkweisen zu entwickeln.



und können so von den Teammitgliedern bewusst genutzt werden. Mit dem Teamprofil verbessern Sie die Zusammenarbeit in und zwischen Teams.

### Kommunikation, Verständnis und Zusammenarbeit – ein Beispiel

Sicher kennen Sie die Redewendung, dass zwei Menschen „aneinander vorbeireden“. Das kann an unterschiedlichen Denkstilen liegen.

Ein Beispiel: Ein Zahnarzt mit einer hohen Denkstilpräferenz im grünen, praktischen, organisatorischen Bereich verhandelt mit einem Dentalberater, der seine präferierte Denkweise im gelben, konzeptionellen, experimentellen Bereich hat. Es könnte gut sein, dass die beiden nicht wirklich einen gemeinsamen Nenner finden oder dass es länger dauert, da die Denkweisen sehr unterschiedlich sind. Sollte es aufgrund dessen keinem der beiden gelingen, sich in die Argumentation des anderen hineinzusetzen, dürfte eine gemeinsame Zusammenarbeit unwahrscheinlich oder zumindest schwierig bzw. nicht zufriedenstellend sein.

#### Zahnarzt

Das HBDI®-Profil des Zahnarztes (Abb. 3) weist vorwiegend Merkmale aus dem Quadranten B auf: Das sicherheitsbedürftige Ich. Es zeigt die natürliche Neigung zu Organisation, Zuverlässigkeit, Effizienz, Ordnung und Disziplin. Dieser Zahnarzt hat demnach ein hohes Bedürfnis

nach Sicherheit, denkt strukturiert und kontrolliert, legt Wert auf schrittweises Vorgehen, erwartet klare Anweisungen und mag gut strukturierte Aktivitäten. Am wenigsten ausgeprägt sind Eigenschaften im D-Quadranten, dem experimentellen Ich, wie z. B. Kreativität, Einfallsreichtum, Risikofreudigkeit.

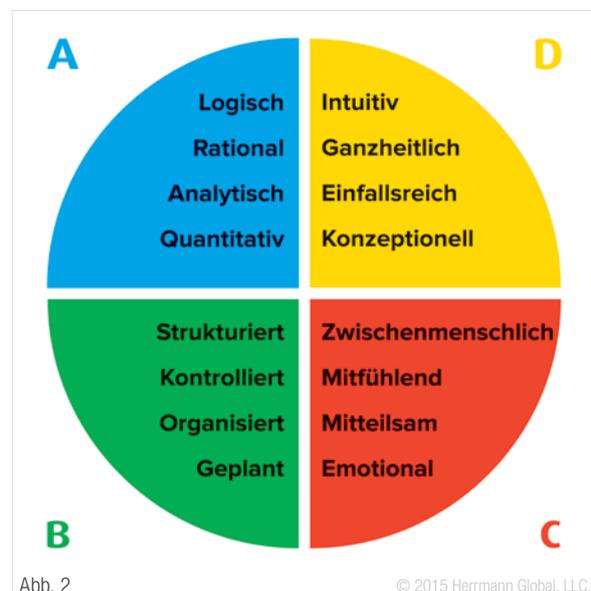


Abb. 2

© 2015 Herrmann Global, LLC.

Die vier Quadranten mit ihren Hauptmerkmalen.

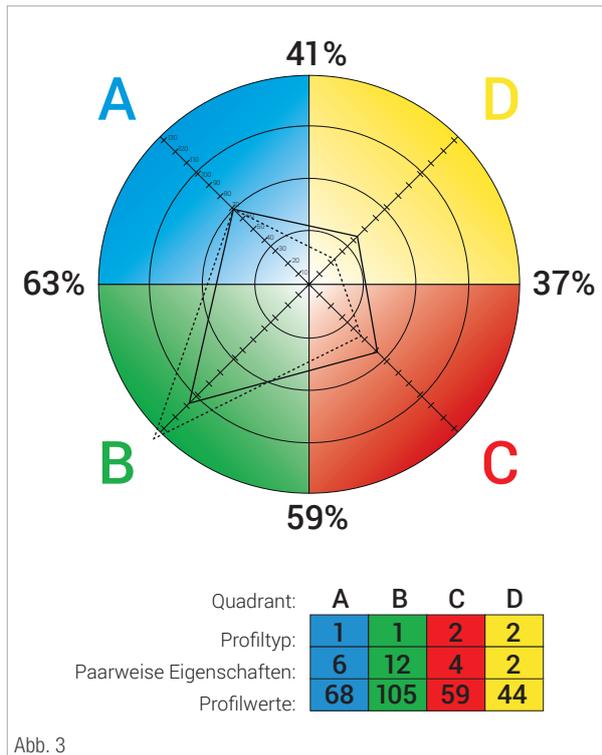


Abb. 3

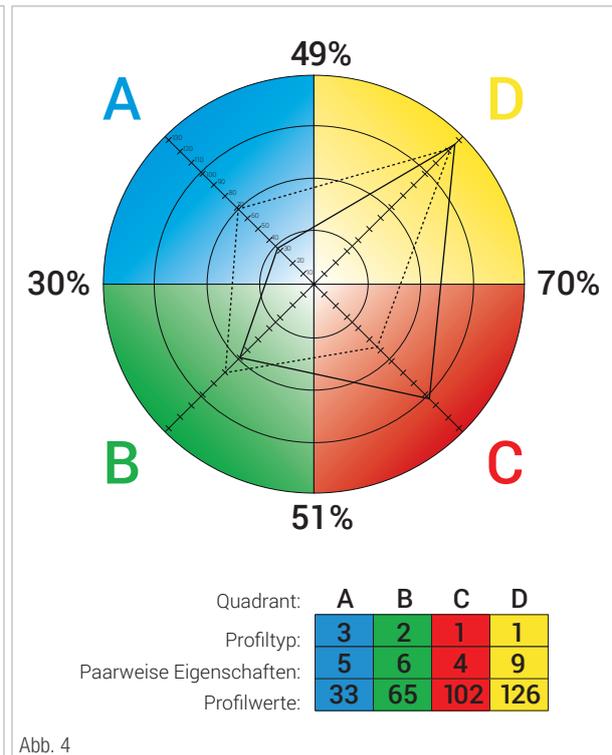


Abb. 4

Abb. 3: Profil des Zahnarztes mit starker Ausprägung im B-Quadranten, dem sicherheitsbedürftigen Ich. – Abb. 4: Profil des Dentalberaters mit starker Ausprägung im D- und C-Quadranten, dem experimentellen und dem fühlenden Ich.

Die gestrichelte Linie steht für Stresssituationen, in denen sich die Merkmale im B-Quadranten verstärken. Die Merkmale aus dem A-Quadranten, dem rationalen Ich, und dem C-Quadranten, dem fühlenden Ich, sind nur leicht ausgeprägt. Bei dieser Denkweise nähert man sich einer Problemlösung, wie beispielsweise dem Weg in die Selbstständigkeit durch eine Praxisgründung nur Schritt für Schritt und bedient sich dabei Fakten, Zahlen, Statistiken und anderer greifbarer Daten.

### Dentalberater

Das HBDI®-Profil des Beraters (Abb. 4) ist sehr konträr zu dem des Zahnarztes. Der Dentalberater bevorzugt Merkmale des Quadranten D: Dem experimentellen Ich. Er ist zum Beispiel intuitiv, risikofreudig, visionär, mutig, einfallsreich, kreativ, strategisch und denkt bildhaft und konzeptionell. Auch der C-Quadrant ist ausgeprägt: Das fühlende Ich. Der Berater ist beispielsweise: zwischenmenschlich emotional, gefühlsbetont, kommunikativ, expressiv.

### Vergleich

Die Zusammenarbeit dieser beiden Personen ohne Kenntnis ihres persönlichen HBDI®-Profils wird schwierig sein. Der Berater schwärmt von den Vorzügen einer eigenen Praxis, stellt eine Verbindung zum großen Ganzen her und hat viele Ideen zum Thema Selbstständigkeit. Außerdem kann er sehr kreativ bei der Suche nach einem geeigneten Standort oder einer passenden Übernahme sein. Der Zahnarzt hingegen denkt bevorzugt im Quadranten B und ist auf Sicherheit bedacht, konservativ, wenig empfänglich für (neue) Ideen. Er scheut das Risiko und will auf Nummer sicher gehen.

Mit Whole Brain® Thinking lernt man, seine eigene Denkweise zu erweitern und auch die Denkweisen anderer gezielt zu nutzen. Das Bewusstsein und Verständnis zu haben, worin die Unterschiede liegen können, macht die Kommunikation und Zusammenarbeit mit anderen Personen wesentlich einfacher, effizienter und erfolgreicher. HBDI®-Profile können sowohl im unternehmerischen als auch im privaten Kontext verwendet werden und sind für die Entwicklung der eigenen Persönlichkeit ein hilfreiches Instrument.

Über weitere Einsatzbereiche im zahnärztlichen Umfeld sowie darüber, wie Sie zu Ihrem persönlichen HBDI®-Profil kommen und wie Whole Brain® Thinking im zahnärztlichen Umfeld einsetzbar ist, informiert Sie der Autor dieses Beitrags sehr gern.

### KONTAKT

#### Willi Fausten

Consulting. Beratung. Training. Coaching.  
Zertifizierter HBDI® Trainer und Coach.  
Kreuzfeld 9  
84186 Vilsheim  
Tel.: 08706 949397  
Fax: 08706 949398  
consulting@fausten.de  
www.fausten.de

Thinking ahead. Focused on life.

## Genial einfach und absolut sicher. Perfekt für jeden Wurzelkanal.



Der neue TriAuto ZX2 vereinfacht die Wurzelkanalbehandlung bei höchster Sicherheit – perfekt für alle Ihre Patienten. Dabei überzeugt das Handstück mit integriertem Apex Lokator durch Leichtigkeit auf ganzer Linie: Ohne Kabel und ergonomisch geformt, liegt es perfekt in der Hand und sorgt für optimale Bewegungsfreiheit. Einfach und sicher wird die Behandlung dank neuer Sicherheitsfunktionen Optimum Glide Path (OGP) und Optimum Torque Reverse (OTR). OGP vereinfacht die Gleitpfaderstellung. Und OTR schützt vor Feilenbruch und Microcracks durch automatische Änderung der Drehrichtung bei Drehmomentüberschreitung. So schont TriAuto ZX2 die natürliche Zahnschubstanz und macht die Behandlung noch effizienter. Mehr unter [www.morita.com/europe](http://www.morita.com/europe)



# Individuell, hochwertig, fortschrittlich.

**Text:** Redaktion

Die Geschichte der Dentlounge Herdecke reicht über 30 Jahre zurück. In ihrer jetzigen Form existiert sie allerdings noch nicht so lange. 2011 begannen Dr. Bernd und Dr. Marc Hetheier mit der Suche nach neuen Räumlichkeiten und Planung des Praxisumzugs. Das helle und offene Raumkonzept der neuen Praxis geht auf, und dank moderner Ausstattung und Blick ins Grüne hat sich der Umzug 2013 gelohnt.

Die Dentlounge Herdecke ist eine moderne Mehrbehandlerpraxis mit eigenem Dentallabor, geführt von Dr. Marc Hetheier. Sie deckt das ganze Spektrum der Zahnheilkunde ab und setzt vor allem auf schonende und moderne Behandlungsmethoden.

## Familienpraxis in 2. Generation

Die Ursprünge der Praxis liegen im Jahr 1983 in Herdecke, als Dr. Bernd Hetheier die Praxis Dr. Hetheier gründete. Im Jahr 2011 schloss er sich gemeinsam mit seinem Sohn Dr. Marc Hetheier zur Dentlounge Herdecke zusammen. Ende 2011 waren sie auf der Suche nach einem neuen Objekt.

Die Wahl fiel auf ein bereits neu gebautes Mietobjekt, wodurch den beiden Zahnärzten alle Möglichkeiten offenstanden, eine moderne Praxis ganz nach eigenen Wünschen und Vorstellungen von der Entwurfsplanung an zu realisieren.

Anderthalb Jahre nach Planungsbeginn folgte dann im April 2013 der Umzug in die neuen Räumlichkeiten. Dank 340 m<sup>2</sup> Fläche verfügt die Gemeinschaftspraxis über eine offene Raumstruktur inklusive angeschlossenem 80 m<sup>2</sup> großen Dentallabor. Die Dentlounge Herdecke ist zudem der Zweitstandort zur Dentlounge Kirchhörde in Dortmund, die von Dr. Marc Hetheiers Frau, Dr. Carmen Hetheier, seit 2012 geführt wird.



Abb. 1

Abb. 1: Blick auf die Wartelounge. Gegenüber der Rezeption lädt das Birkenbild zum Träumen ein.



Abb. 2

Abb. 2: Der großzügige Empfangsbereich der Dentlounge Herdecke heißt alle Patienten willkommen.

### Offenes und helles Raumkonzept

Beim Betreten der Dentlounge Herdecke spürt man sofort das besondere Flair der offen geschnittenen Praxis. Der großzügige und sehr helle Empfangsbereich lässt genug Raum zum Durchatmen. Patienten fühlen sich frei und nicht eingeeengt, was nicht zuletzt Angstpatienten zugutekommt. Das große Birkenbild gegenüber der Rezeption strahlt Ge-

borgenheit aus, macht neugierig und lädt zum Träumen ein. Schweift dann der Blick vom Eingang weiter nach hinten, schauen die Patienten direkt durch die gläserne Wand ins einladende Wartezimmer.

Absolutes Highlight der Praxis: der Weitblick in die Natur. Der Wartebereich ist als großzügige Lounge angelegt. Durch die bodentiefe Fensterfront blicken die Patienten auf die



Abb. 3



Abb. 4

Abb. 3: Praxisinhaber Dr. Marc Hetheier (links) gemeinsam mit seinem Vater Dr. Bernd Hetheier. – Abb. 4: Bodentiefe Fenster ermöglichen den Naturblick auf die Ruhr von der Wartelounge aus.



Abb. 5

Abb. 5: In der Lounge verkürzen Mick Jagger und George Clooney die Wartezeit.



Abb. 6

Abb. 6: Die Behandlungseinheiten sind möglichst mit Blick in die Natur ausgerichtet.

schöne Landschaft. Vor den Fenstern auf der Wiese zwischen Bäumen fließt die Ruhr vorbei und lässt die Wartenden in Gedanken abschweifen und entspannen. Und wer doch lieber in den Raum schaut, kommt auch nicht zu kurz. So zieren die Stars Mick Jagger und George Clooney die Wände der Lounge und versüßen die Wartezeit. Wandbilder hängen in allen Räumen, ziehen sich durch die gesamte Praxis und sind als grünblaue Akzente echte Blickfänger.

#### Mit Unterstützung zum Ziel

Dr. Marc Hetheier verfolgt ein ganz simples Erfolgsrezept nach Oscar Wilde: „Ich habe einen ganz einfachen Geschmack: Ich bin immer mit dem Besten zufrieden.“ Um dem Leitspruch gerecht zu werden, suchte er sich professionelle Unterstützung zur Planung und Umsetzung des Praxisumzugs.

Ohne den Innenarchitekten Hartwig Göke von Göke Praxiskonzepte aus Düsseldorf und das Dentaldepot Henry Schein wäre es weitaus schwieriger und langwieriger gewesen. Die Zusammenarbeit erfolgte Hand in Hand, und Dr. Marc Hetheier war in alle Schritte in-



# WIR

... möchten nicht über uns sprechen –  
sondern lieber mit Ihnen.«

## BEGO Implant Systems

[implantologie.bego.com](http://implantologie.bego.com)

Miteinander zum Erfolg





Abb. 7



Abb. 8

Abb. 7: Röntgenraum mit dem ORTHOPHOS XG inklusive Ceph von Sirona. – Abb. 8: Sterilisationsraum.

volviert. „Ohne die Erfahrung der Fachleute wäre eine solche Praxis nicht zu realisieren“, meint Dr. Hetheier. Er blickt durchweg positiv auf die gute Teamarbeit zurück.

### Moderne Ausstattung

Da Dr. Marc Hetheier sich nur mit dem Besten zufrieden geben möchte, wurden auch im Hinblick auf die technische Ausstattung keine Kompromisse geschlossen. So ist die Dentlounge Herdecke voll digitalisiert. Patientenakten und Terminbücher sucht man hier vergebens. Als Praxissoftware wird CHARLY XL (solutio) genutzt.

Alle Räume sind mit Sirona-Behandlungseinheiten ausgestattet. Überall, wo es möglich war, sind sie in Richtung der bodentiefen Fenster ausgerichtet, um den positiven Einfluss des Ruhrblicks während der Behandlung wirken zu lassen. Die Praxis verfügt außerdem über einen eigenen OP, in dem sichere chirurgische Behandlungen dank eines sterilen Eingriffsraums durchgeführt werden können. Unterstützt wird die sanfte Chirurgie durch Piezotechnologie mit dem Ultraschallgerät Piezotome (ACTEON).

Bei bildgebenden Systemen setzt Dr. Marc Hetheier ebenfalls auf moderne, strahlungsarme und dreidimensionale Technik und arbeitet in seiner Praxis mit dem Röntgengerät ORTHOPHOS XG inklusive Ceph (Sirona). Zudem wird der Praxisablauf bei Restaurationen durch CEREC (Sirona) unterstützt. Der Sterilisationsraum ist unter anderem mit dem Vacuklaven MELAtherm 40 B+ (MELAG) sowie dem Hygienesystem DAC UNIVERSAL (Sirona) ausgerüstet. Ganz exklusiv für die Dentlounge Herdecke hat Herr Göke in Abstimmung mit Dr. Hetheier die Behandlungszeilen und die Rezeption entworfen und entwickelt.

### Gelungener Praxisumzug

Dank der offenen, geradlinigen und hellen Raumstruktur schafft die Dentlounge Herdecke eine Wohlfühlatmosphäre für ihre Patienten. Freiheit und Naturverbundenheit wird hier großgeschrieben und zieht sich durch die ganze Praxis. Hinsichtlich Gestaltung und Ausstattung erhält die Praxis durchweg positives Feedback seitens der Patienten und Mitarbeiter. Somit war der Praxisumzug ein voller Erfolg.

## KONTAKT

### Dentlounge Herdecke

Dr. Marc Hetheier  
Mühlenstraße 11  
58313 Herdecke  
Tel.: 02330 1404  
herdecke@dentlounge.de  
www.dentlounge.de

### Henry Schein Dental Deutschland GmbH

Monzastraße 2a  
63225 Langen  
Tel.: 0800 1400044  
info@henryschein.de  
www.henryschein-dental.de



## Gelassenheit inklusive

Das Endo-  
System

**Verlassen Sie sich auf uns.** Schon seit 1869 widmen wir uns der Endodontie mit dem höchsten Ziel, dass Sie und Ihre Patienten zufrieden sind. Deshalb verfolgen wir einen ganzheitlichen Ansatz: Perfekt aufeinander abgestimmte Produkte treffen auf klinische Ausbildung, kombiniert mit exzellentem Kundenservice. Für einfache und effiziente Endo-Behandlungen – jetzt und in Zukunft. Gehen Sie keine Kompromisse ein: **Entscheiden Sie sich für das VDW Endo-System – mit Gelassenheit inklusive.**

# Rutschen und Klettern gegen die Zahnarztangst

**Text:** Redaktion

Gerade bei Kindern ist eine intensive zahnärztliche Betreuung für die Entwicklung des Gesundheitsbewusstseins wichtig. Doch es bedarf einer großer Sensibilität und eines umsichtigen Behandlungskonzeptes, um Kinder auf dem Zahnarztstuhl nicht zu verschrecken. Anja von Knorre weiß aus Erfahrung, worauf es ankommt, und gründete deshalb 2014 ihre eigene Praxis in Donauwörth, in der sie kleine und größere Patienten betreut. Mit ihrem Praxiskonzept und der geeigneten Einrichtung geht die zertifizierte Kinderzahnärztin erfolgreich gegen Zahnarztangst und frühkindliche Karies vor.

Schon an der Eingangstür begrüßt Leo Löwenzahn seine Besucher, gleich dahinter baut sich eine spannende graue Kletterwand auf und aus den Augenwinkeln sieht man Affe, Panda und Papagei an Bambusstangen entlanghangeln – Nein, nicht der Zoo lädt hier zu einem Rundgang, sondern die Kinderzahnarztpraxis „Löwenzahn“ von Anja von Knorre. Mithilfe des durchdachten Gestaltungskonzepts im Dschungel-Stil setzt die Behandlerin auf spielerische Ablenkung ihrer Patienten.

## Stadt und Praxis mit familiärem Charakter

Nach ihrem Studium in Jena kam Anja von Knorre nach Augsburg, wo sie als Assistenz- und angestellte Zahnärztin in zwei spezialisierten Praxen umfassende Erfahrungen im Bereich Kinder- und Jugendzahnheilkunde sammeln konnte. Dabei stellte sie fest, dass ihr die Behandlung der kleinen Patienten liegt und Freude bereitet. Vor etwas mehr als zwei Jahren ent-

schloss sie sich deshalb nach entsprechender Zertifizierung zur Neugründung der Kinderzahnarztpraxis Löwenzahn im beschaulichen Donauwörth.

Die nächsten Kinderzahnarztpraxen finden sich in je rund 50 Kilometern Entfernung in Augsburg und Ingolstadt. Bis dahin reicht das Einzugsgebiet der Praxis Löwenzahn. Vor allem die Patienten aus den ländlicheren Gegenden fahren für den Zahnarztbesuch lieber hierher als in die Großstadt. In Donauwörth ist alles überschaubarer, weniger hektisch und familiärer. So hat Anja von Knorre in der strukturstarken nordschwäbischen Stadt mit rund 18.500 Einwohnern für sich und für ihre Patienten den optimalen Standort gefunden. „Viele Eltern kennen uns vom Hörensagen und kommen hierher, weil wir anders auf die Kinder eingehen als der ‚normale‘ Zahnarzt für Erwachsene – und weil hier das Spielen inklusive ist“, weiß Anja von Knorre und blickt zufrieden auf die Entwicklung der neuen Praxis.



Abb. 1

**Abb. 1:** Kletterfelsen und Bambusgarderobe – die Zahnarztpraxis Löwenzahn begrüßt ihre jungen Patienten bereits mit aufregenden Elementen im Dschungel-Look.



Abb. 2

Abb. 2: Die zertifizierte Kinderzahnärztin Anja von Knorre (Mitte) behandelt in Donauwörth zusammen mit zwei Helferinnen Kinder und Jugendliche.

Die 186 Quadratmeter in der Reichsstraße mitten im Zentrum der Stadt bieten Platz für drei Behandlungszimmer und einen Aufwachraum, den Anmelde- und Wartebereich sowie für Räume für Versorgung, Sterilisation und Röntgen. Hinzu kommen Sanitär- und Personalräume. Zusammen mit zwei Zahnmedizinischen Fachangestellten behandelt Anja von Knorre hier Kinder und Jugendliche von 0 bis 19 Jahren. Ihr Leistungsspektrum umfasst neben Prophylaxe, Vorsorge, Prothetik und Endodontie am Milchgebiss auch Sanierungen in Vollnarkose und Lachgassedierung.

#### Mit starkem Partner zur modernen Praxis

Für Unterstützung bei Planung und Umbau der neuen Praxis wandte sich Anja von Knorre direkt an das erfahrene Dentaldepot Pluradent, das sie bereits aus Universitätszeiten und von ihren ehemaligen Arbeitgebern kannte. Von der Objekt-suche bis zur Endabnahme stand ihr Innenarchitektin Dipl.-Ing. (FH) Selma Zeni-Menzl zur Seite, die für das Vertriebsgebiet Süd von Pluradent tätig ist. Die räumliche Nähe machte einen regelmäßigen Kontakt nicht nur über Telefon und Mail,

sondern auch persönliche Treffen und somit eine intensive Betreuung möglich. Nach dem ersten Kontakt Mitte 2013 fand die Zahnärztin mithilfe der Pluradent AG & Co KG im August schließlich das passende Objekt in der Reichsstraße. Nach Erstellung des Dschungel-Konzeptes, Angebotsermittlung und Vorplanung begannen im November die baulichen Maßnahmen. Nur vier Monate später, Ende Februar 2014, konnte Anja von Knorre dann ihre Praxis eröffnen. Die Bestandsräumlichkeiten beherbergten zuvor eine gynäkologische Praxis. Die räumliche Aufteilung musste nur wenig verändert werden. Eine Wand wurde aus sicherheitstechnischen Gründen abgerissen und rekonstruiert, andere für eine Unterteilung der Zimmer eingezogen. Oberlichter wurden eingesetzt und Wandschrägen entfernt, um Licht und Fläche effizienter ausnutzen zu können. Außerdem mussten alle dentalspezifischen Installationen verlegt werden. Im Versorgungsraum fanden neben einem Power Tower samt Absauganlage und Kompressor von Dürr Dental auch die Lachgasversorgung und der Server Platz. Von dort aus werden alle Arbeits- und Behandlungsplätze angesteuert. Um die Leitungen für EDV und Beleuchtung zu verstecken, wurde über dem Empfangstresen die Decke abgehängt. Die Versorgung für die Behandlungsräume mit KaVo-Einheiten erfolgte über einen Versorgungskanal im Boden. Dass ihre Praxis komplett digital wird, war für Anja von Knorre klar, denn an ihren bisherigen beruflichen Stationen war das fast ausnahmslos Standard. „Ich war nur in einer einzigen Praxis, in der noch mit Karteikarten gearbeitet wurde. Das empfand ich als absoluten Rückschritt, deswegen wollte ich das definitiv nicht“, begründet die Zahnärztin ihre Entscheidung. Die Praxissoftware des Anbieters DAMPSOFT sorgt nun für entspannte und schnelle Abläufe bei der täglichen Arbeit.

Die 186 Quadratmeter in der Reichsstraße mitten im Zentrum der Stadt bieten Platz für drei Behandlungszimmer und einen Aufwachraum, den Anmelde- und Wartebereich sowie für Räume für Versorgung, Sterilisation und Röntgen. Hinzu kommen Sanitär- und Personalräume. Zusammen mit zwei Zahnmedizinischen Fachangestellten behandelt Anja von Knorre hier Kinder und Jugendliche von 0 bis 19 Jahren. Ihr Leistungsspektrum umfasst neben Prophylaxe, Vorsorge, Prothetik und Endodontie am Milchgebiss auch Sanierungen in Vollnarkose und Lachgassedierung.

Für Unterstützung bei Planung und Umbau der neuen Praxis wandte sich Anja von Knorre direkt an das erfahrene Dentaldepot Pluradent, das sie bereits aus Universitätszeiten und von ihren ehemaligen Arbeitgebern kannte. Von der Objekt-suche bis zur Endabnahme stand ihr Innenarchitektin Dipl.-Ing. (FH) Selma Zeni-Menzl zur Seite, die für das Vertriebsgebiet Süd von Pluradent tätig ist. Die räumliche Nähe machte einen regelmäßigen Kontakt nicht nur über Telefon und Mail,

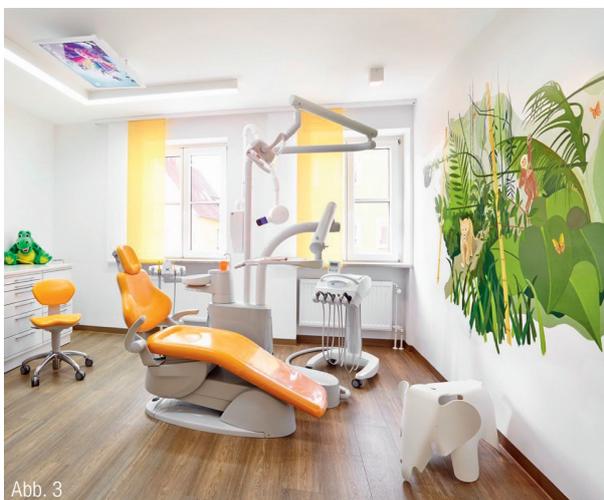


Abb. 3

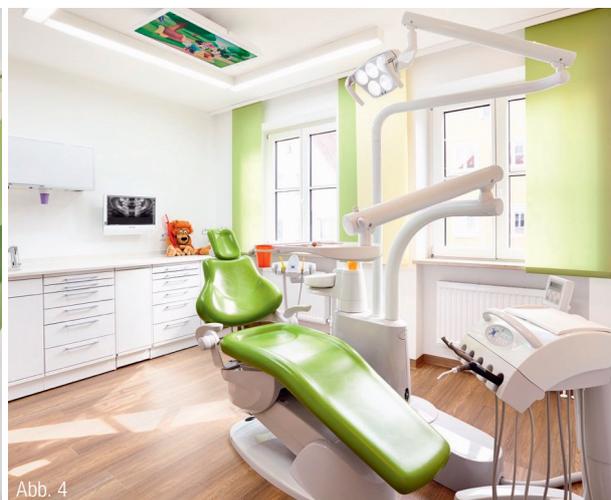


Abb. 4

Abb. 3 und 4: In den modernen Behandlungsräumen erzeugen Dschungel-Motive, Farbe und Kuscheltiere eine entspannte Atmosphäre.



Abb. 5

Abb. 5: Die Praxis verfügt über einen Aufwachraum, da Anja von Knorre neben Lachgassedierung auch Behandlungen unter Vollnarkose anbietet.

### Dschungelfieber gegen Angst auf dem Behandlungsstuhl

Über das Design-Motto „Dschungel“ war man sich schnell einig. Im Gegensatz zu anderen Kinderarztpraxen wollte Anja von Knorre keine Piraten oder Zahn motive, stattdessen ein Design mit Tieren, über die der Zugang zu den kleinen Patienten erleichtert wird. Sowohl im Warteraum als auch in den Behandlungszimmern wurde das Thema konsequent umgesetzt. Unterschiedliche Dschungelmotive zieren die Wände, überall finden sich wilde Kuschtiere. Bambusstäbe dienen als Gestaltungselemente an Garderobe und Spielecke. Bei der Auswahl der Möbel stand vor allem die Stabilität im Vordergrund, damit sie auch beim Toben standhalten. Außerdem sollten die Oberflächen nicht zu rau, abriebfest und farbecht sowie leicht zu reinigen sein.

Sowohl Zahnärztin von Knorre als auch Innenarchitektin Zeni-Menzl sind zu Recht stolz auf das Ergebnis. In nur knapp fünf Monaten wurden Räumlichkeiten geplant und umgesetzt, die nach wie vor Klein und Groß begeistern. Besonders der Kletterfelsen an der Empfangstheke, die Malwand und die Rutsche im Wartezimmer sorgen für jede Menge Spaß. Letztere, eine blaue wellenförmige Holzkonstruktion, ist auch das heimliche Highlight der Praxisinhaberin. „Es gibt wohl keinen von uns, der die Rutsche noch nicht ausprobiert hat“, mutmaßt Anja von Knorre lachend. Löwe, Elefant und Co. schauen beim Spielen zu. Große bunte Sitzkissen laden zum Ausruhen ein. Im Wartebereich findet sich außerdem eine Zahnputzstation, die mit einem Kinder- und einem Erwachsenenwaschbecken ausgestattet ist und von bunten Deko-Fliesen eingerahmt wird.

Anja von Knorre weiß, wie viel Bedeutung dem ersten Kontakt von Kindern mit dem Zahnarzt für das spätere Verhalten zukommt. Sie möchte nicht nur mit einer hochwertigen und sanften Kinderzahnheilkunde, sondern auch durch die kindgerechte Gestaltung Vertrauen aufbauen. Und auch Innenarchitektin Zeni ist sich bewusst: „Bei einer Kinderzahnarztpraxis gibt es Themen, auf die man sensibler eingehen muss. Gerade der Umgang mit dem Thema Angst und die medizinische Einrichtung standen im Mittelpunkt unserer



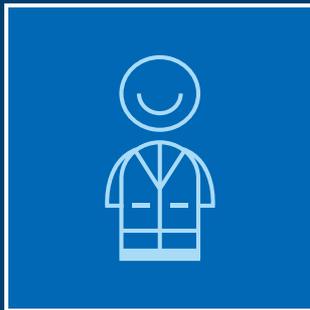
Abb. 6

Abb. 6: Hier verbringen viele Kinder gern freiwillig mehr Zeit: Der Warteraum lädt zum Spielen und Entdecken ein.

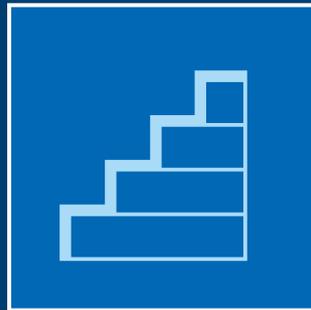


# dental **PRAXIS** PORTAL

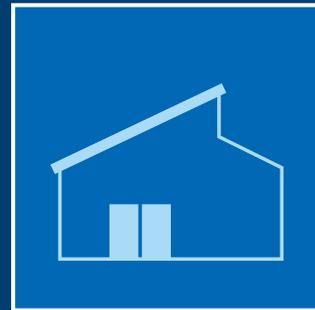
**STELLENBÖRSE**



**EXISTENZGRÜNDUNG**



**PRAXISBÖRSE**



[dentalPRAXIS-Portal.de](https://dentalPRAXIS-Portal.de)

by: dental **EGGERT**



Abb. 7

Abb. 7: Neben einer Spielecke mit Rutsche und Höhle sorgen Malwand, Spielzeug und eine Zahnputzstation für ausreichend Ablenkung vom Zahnarztbesuch.

Überlegungen. Es ist wichtig, die Kinder in einer entspannten Atmosphäre aufzunehmen, sodass sie sich gar nicht erst zu Angstpatienten entwickeln. Das haben wir durch die Gestaltung beeinflusst. Ablenkung ist das A und O.“

Die jugendlichen Patienten stören sich nicht am verspielten Stil der Praxis. Sie genießen stattdessen die entspannte Atmosphäre der Räume und das Einfühlungsvermögen der sympathischen Zahnärztin und ihrer Angestellten. Für die Kleinkinder

steht das Vergnügen beim Praxisbesuch an erster Stelle. Viele kommen mit ihren Eltern schon 20 Minuten vor dem eigentlichen Termin oder bleiben danach noch. Eine Zahnarztpraxis als Ort, an dem man gern Zeit verbringt: Anja von Knorre hat mithilfe von Pluradent eine Praxis geschaffen, die nichts mehr mit dem verstaubten, furchterregenden Bild von damals zu tun hat, und fördert damit nachhaltig die Zahn- und Mundgesundheit ihrer Patienten. Kinder erfahren bei ihr spielend, wie Zähne gesund bleiben, und lernen Zahnarztangst erst gar nicht kennen.



Abb. 8



Abb. 9

Abb. 8: Zahnärztin Anja von Knorre und Innenarchitektin Selma Zeni-Menzl von Pluradent vor ihrem persönlichen Highlight, der Rutsche. – Abb. 9: Bei Kindern ist eine zeitlich begrenzte Behandlung wichtig. Im Röntgenraum stehen deshalb moderne Geräte und Software von Sirona für schnelle Aufnahmen bereit.

## KONTAKT

### Kinderzahnarztpraxis Löwenzahn

Anja von Knorre  
Reichsstraße 24  
86609 Donauwörth  
Tel.: 0906 99992900  
info@kinderzahnarzt-don.de  
www.kinderzahnarzt-don.de

### Pluradent AG & Co KG

Kaiserleistraße. 3  
63067 Offenbach  
Tel.: 069 82983-0  
offenbach@pluradent.de  
www.pluradent.de



## BEHANDELN IN BESTFORM.

Was unsere Arbeit von jeher auszeichnet, hat auch für die Zukunft Bestand: Die Leidenschaft, Ihnen mit optimalen Behandlungseinheiten Wege in die Zukunft zu ebnen.

Deshalb bieten wir Ihnen die geniale Kombination von Innovation, Qualität, Ästhetik und Ergonomie – für höchste Investitionssicherheit. Seit 90 Jahren, am Standort München.

Hier präsentieren wir Ihnen zwei unserer aktuellen Modelle:

### U 6000 – die Premieinheit für allerhöchste Ansprüche

Der U 6000 erfüllt mühelos außergewöhnlich hohe Anforderungen. Er ist optional mit dem revolutionären Multimedia-System vision U ausgestattet – 21,5“ Multi-Touch-Monitor, digitale Intraoralkamera und viele innovative Funktionen inklusive.



U 6000 S mit Multimedia-System vision U

### EASY KFO 2/EASY PROPHY – perfektes Behandeln mit unseren KFO- und Prophylaxe-Einheiten

Die Behandlungseinheiten der Ultradent Easyklasse sind Ihre erste Wahl, wenn Sie einen Allrounder für Ihre KFO- oder Prophylaxe-Praxis suchen. Sie sind speziell für Ihre Bedürfnisse konzipiert.



EASY KFO 2 mit ein-/ausklappbarer Instrumentenablage

**vision U**

Ab sofort können Sie jede Behandlungseinheit inklusive vision U erwerben: dem revolutionären Multimedia-System in Full-HD für die Unterstützung von Hygienemanagement, Qualitätssicherung und Patientenentertainment.

[www.vision-u.de](http://www.vision-u.de)

Ultradent Dental-  
Medizinische Geräte  
GmbH & Co. KG

Eugen-Sänger-Ring 10  
85649 Brunnthal

Tel.: +49 89 42 09 92-0  
Fax: +49 89 42 09 92-50

[info@ultradent.de](mailto:info@ultradent.de)  
[www.ultradent.de](http://www.ultradent.de)

# Zahnärzte im Belgischen – Neubau einer Gemeinschaftspraxis

**Text:** Redaktion

Ein Weihnachtsgeschenk der besonderen Art bereiteten sich Isabel Prochazka und Ines Katharina Hüster, als sie 2016, nachdem alle notwendigen Schritte und Handgriffe erledigt waren, die ersten Patienten in ihrer neuen Praxis begrüßen konnten. Von null auf hundert in sechs Monaten – ein Praxisporträt zweier Wahl-Kölnerinnen im Herzen der Stadt.

Bunt, belebt und dynamisch – das Belgische Viertel zählt zu den beliebtesten Stadtteilen in Köln und besticht durch seine ganz eigene Dynamik. Seit Januar 2015 ist das Viertel nochmals ein ganzes Stück belebter und dynamischer geworden – durch die Eröffnung der Gemeinschaftspraxis der beiden jungen Zahnärztinnen Prochazka und Hüster. Diese blickten beim Redaktionsbesuch im Juli 2015 zu Recht mit Stolz auf die vorangegangenen zwölf Monate zurück und ließen sowohl die Praxisentstehungsphase als auch das vorangegangene halbe Jahr im eigenen Objekt Revue passieren.

## Wer sucht, der findet

Die Erfolgsgeschichte der beiden Zahnärztinnen Isabel Prochazka und Ines Katharina Hüster begann, als sie sich

an einer Klinik kennenlernten und nach einem Jahr der Zusammenarbeit die Idee einer Gemeinschaftspraxis entwickelten. „Wenn man ein Jahr lang zusammenarbeitet, weiß man voneinander, wie jeder arbeitet und vor allem in welcher Qualität. Dieses Vertrauen samt der Wertschätzung sind elementar für die Behandlungsqualität und das Leistungsportfolio, denn wir ergänzen uns perfekt“, resümiert Prochazka die Entstehungsphase des Praxis-konzeptes.

Schnell begann die Objektsuche, und in der Genter Straße wurden beide fündig: perfekte Innenstadtlage, eine sehr gute Erreichbarkeit sowohl per Auto als auch via öffentlichen Verkehrsmitteln und ein Dentallabor im Erdgeschoss des Gebäudes – die Räumlichkeiten waren gefunden.

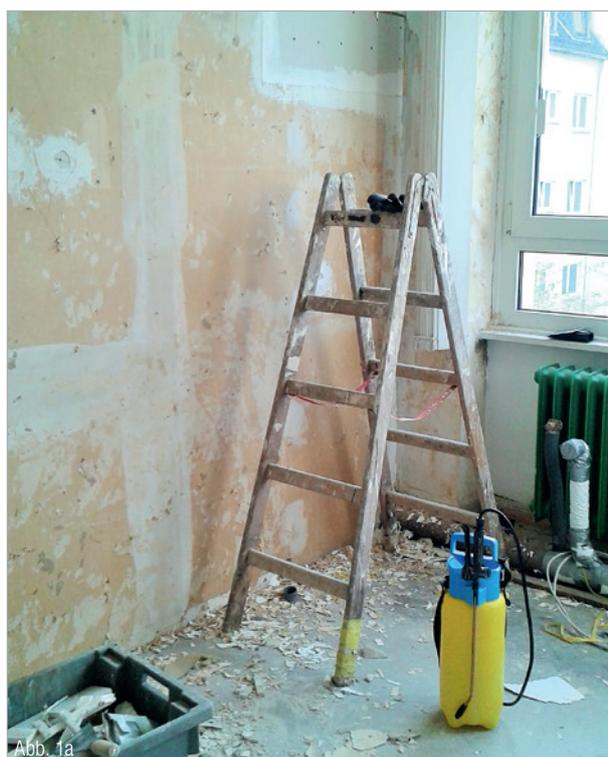


Abb. 1a

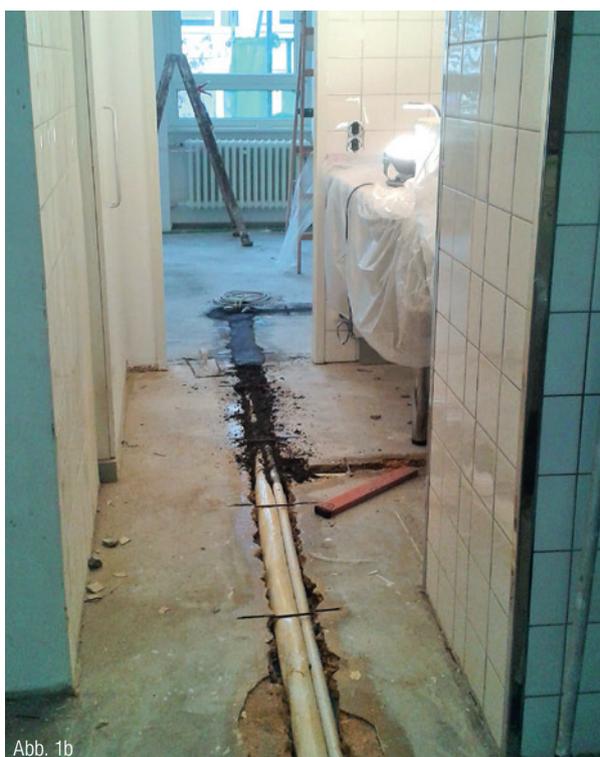


Abb. 1b

Abb. 1a und 1b: Der Sterilisationsraum nahm nach Beginn der Umbauarbeiten im Juni 2014 zügig Form an.



Abb. 2a



Abb. 2b

Abb. 2a und 2b: Auch in den Behandlungsräumen wurden rasch Fortschritte sichtbar.

### Sechs Monate für Umbau und Einrichtung

Diese Standortwahl wurde im Juni 2014 getroffen und kurze Zeit später begann der Umbau. Kompetenter Partner war hierbei MPS Dental, eine Tochter der NWD Gruppe, die mit der Raum- sowie Installationsplanung im Objekt begann. Wände kamen hinzu, Wände wurden verrückt, der OP-Bereich einer zuvor im Objekt ansässigen MKG-Praxis musste entfernt werden, sodass sich die Umbauphase auf rund drei

Monate erstreckte. Daran schloss sich die Frage nach der zukünftigen Praxiseinrichtung sowie -ausstattung an, die ebenfalls in die Hände von MPS Dental gelegt wurde.

„Bei der Praxis handelte es sich um eine komplette Neuausstattung, von den Behandlungszeilen, über Großgeräte bis hin zu Verbrauchsmaterial“, weiß Peter Motter – Medizinprodukteberater MPS Dental – zu berichten. „Dabei wussten die Zahnärztinnen genau, was sie wollten bzw. was sie nicht wollten,

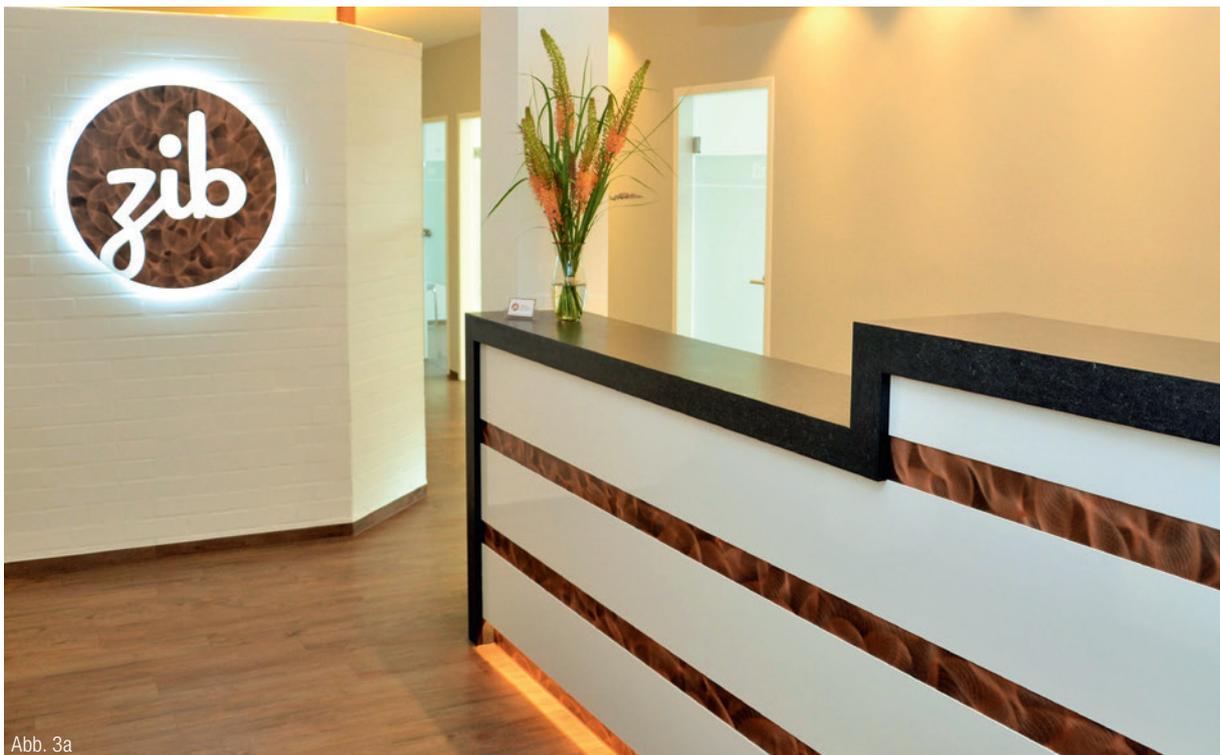


Abb. 3a

Abb. 3a: Lichtdurchflutet, weitläufig und modern: Schon beim Betreten der Praxis erwartet die Patienten Wohlfühlatmosphäre.

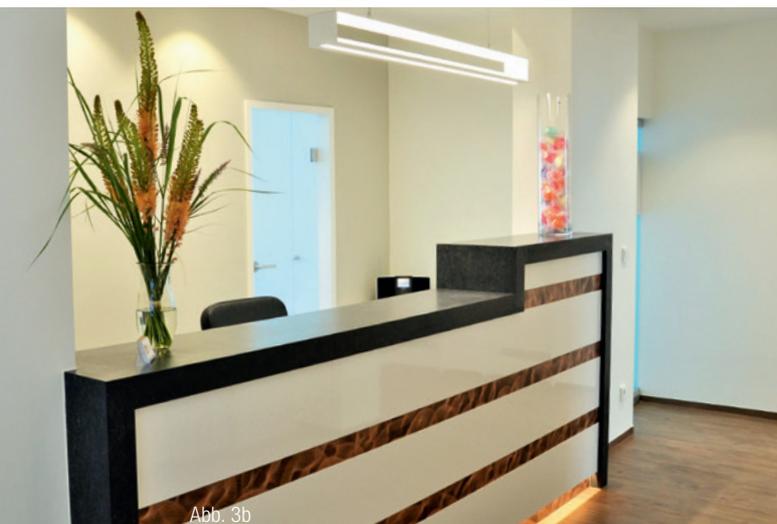


Abb. 3b

Abb. 3b: Metallische Töne ziehen sich dabei durch das gesamte Praxiskonzept.

sodass Entscheidungen schnell getroffen werden konnten und sich das Miteinander äußerst angenehm gestaltete“, resümiert Motter die Zusammenarbeit zurückblickend. Ähnliches weiß auch Zahnärztin Hüster zu berichten, die sich eine Praxisneugründung innerhalb so kurzer Zeit ohne fachliche Unterstützung nicht hätte vorstellen können: „Man hat bauliche sowie dentalspezifische Vorschriften, man hat Zeitdruck. Zudem haben wir beide bis Dezember noch in Vollzeit gearbeitet. Ohne die Unterstützung von MPS Dental wäre ein Projekt dieser Größe in so kurzer Zeit für uns nicht vorstellbar gewesen, und auch die lokale Komponente und das Wissen um die Ansprechpartner vor Ort waren hierfür ausschlaggebend.“

### Eine Wohlfühlpraxis für jedermann

Entstanden ist eine Praxis mit einer Grundfläche von 175 Quadratmetern, die sich auf drei Behandlungszimmer, einen großzügigen Wartebereich, den Empfang, einen Röntgenraum, den Steriraum, ein Backoffice, zwei Arztbüros, einen Aufenthaltsraum für die Mitarbeiter, Sanitärbereiche sowie ein Beratungszimmer erstreckt. Letzteres war den Zahnärztinnen dabei besonders wichtig, denn neben der Implantologie, Endodontie, der Ästhetischen Zahnheilkunde, Invisalign und Prophylaxe liegt einer der Leistungsschwerpunkte auf der Behandlung von Angstpatienten. „Wir sehen uns als Praxis mit persönlicher Patientenbindung, bei der die individuelle Beratung ganz klar im Fokus steht. Dabei wertschätzen uns viele unserer Patienten nicht nur aufgrund unserer fachlichen Kompetenz, sondern auch aufgrund persönlicher Komponenten, denn viele Patienten sind ganz einfach in die neue Praxis mitgekommen“, weiß Isabel Prochazka zu berichten. Die Praxis ist vollständig digitalisiert und mittels Aufzug bis in den Empfangsbereich direkt erreichbar.

Auch auf eine große Portion Wohlfühlatmosphäre wurde bei allem gesetzt, beide wollten keine sehr „bunte“ Praxis. So finden sich in allen Bereichen zeitlose metallische Töne, die auch im Corporate Design der Praxis aufgegriffen wurden. „Besonders stolz sind wir auf unser Wartezimmer, das den

farbigsten Bereich in unserer Praxis darstellt“, erklärt Hüster. „Bewusst sollte dieser Bereich klar vom Empfang abgegrenzt werden, um den Patienten eine Rückzugsmöglichkeit vor der Behandlung fernab der anderen Patienten am Empfangstresen zu geben“, weiß Motter zu ergänzen. Eine Leuchte aus Kupferelementen, gemütliche Sessel mit freundlichem blauem Bezug, ein bequemes Ledersofa, ein individuell angefertigter Hocker in Zahnform, eingerahmt mittels eines Wandbilds farbiger Regenschirme – wer hier wartet, dem fällt das Warten sicherlich nicht schwer.

Bei den Investitionsgütern fiel die Entscheidung auf Behandlungseinheiten sowie Röntgengeräte von Sirona. Hier schätzen Prochazka und Hüster besonders die Möglichkeiten der in der Einheit integrierten Intraoralkamera, die insbesondere bei der Befundung eingesetzt wird und die nötige Transparenz für die notwendigen Behandlungen ebnet. Zudem finden sich in der Praxis Kleingeräte für die Implantologie sowie Endodontie (VDW), eine Lachgaseinheit sowie Kompressor und Absauganlage aus dem Hause Dürr Dental. Im Hygienebereich setzt das Praxisteam auf Geräte von MELAG und Sirona, die Behandlungszeilen sowie Einbauschränke fertigen Tischlereien aus Aachen und Köln.

### Ausblick

Von null auf hundert in sechs Monaten – die Genter Straße darf sich über eine neue Zahnarztpraxis freuen, die durch Frische und Dynamik besticht. Dabei ist es mit der Dynamik längst nicht vorbei, denn den Behandlerinnen schwebt perspektivisch noch einiges vor. „Im Wartezimmer werden wir noch ein paar kosmetische Highlights setzen, so beispielsweise im Bereich der Patientenunterhaltung. Zudem sollen die Behandlungszimmer zukünftig Fotografien mit Kölner Motiven zieren“,



Abb. 4

Abb. 4: Die Wohlfühlatmosphäre setzt sich im Wartebereich fort, der bewusst vom Empfang separiert wurde und Wohnzimmer-Flair verbreitet.

## WELCHE PRAXIS PASST ZU MIR?

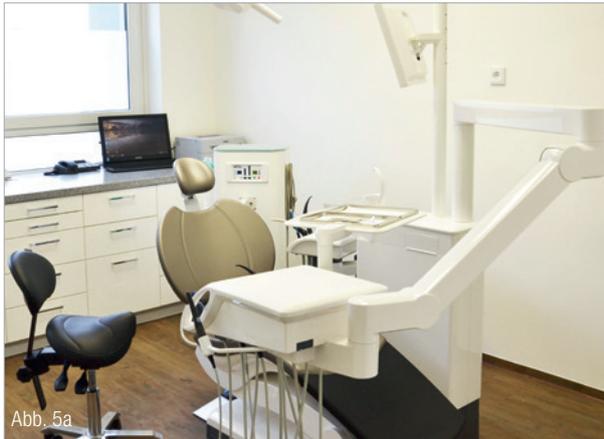


Abb. 5a



Abb. 5b



Abb. 6a



Abb. 6b

Abb. 5a und 5b: Funktional und minimalistisch präsentieren sich die drei Behandlungszimmer und wurden mit modernstem Equipment bestückt.

Abb. 6a und 6b: Auch in den Bereichen für Röntgen und die Instrumentenaufbereitung wurde auf Purismus gesetzt.

stellt Hüster in Aussicht. „Doch auch konzeptionell planen wir bereits weiter und wollen mit einem vierten Behandlungszimmer den Bereich der Prophylaxe vollumfänglich fokussieren. Zudem sind die digitalen Technologien für uns elementar, sodass für uns auch die Investition in einen Scanner zur digi-

talen Abdrucknahme bevorsteht, wenn der Markt soweit ist und es das für uns passende Gerät gibt“, ergänzt Prochazka. Letztere Aussagen spiegeln das Ambiente unseres Redaktionsbesuchs ideal wider: Die Leidenschaft beider für ihre Praxis, die Begeisterung für die Zahnmedizin und das Vertrauen auf die richtigen Entscheidungen zur richtigen Zeit, getreu dem Motto „Ein schönes Lächeln öffnet alle Türen“.



Abb. 7

Abb. 7: Für beide Seiten ein voller Erfolg und eine Zusammenarbeit, die nicht besser hätte sein können: (v.l.n.r.) MPS Dental Medizinprodukteberater Peter Motter nebst den Zahnärztinnen Ines Katharina Hüster und Isabel Prochazka.

### KONTAKT

**Berufsausübungsgemeinschaft  
Isabel Prochazka und  
Ines Katharina Hüster GbR**

Genter Straße 3–5  
50672 Köln  
Tel.: 0221 56965787  
verwaltung@zahnaerzte-im-belgischen.de  
www.zahnaerzte-im-belgischen.de

**MPS Dental GmbH**

Horbeller Straße 9  
50858 Köln  
Tel.: 02234 9589-0

# Gründungsfinanzierung, Finanzierungsarten und Fördermittel

**Text:** Michael Kreuzer

Wer heutzutage eine Praxis übernimmt oder neu gründet, braucht fast immer Geld! Einerseits müssen ein Kaufpreis und/oder Investitionen bezahlt werden und andererseits sind die ersten laufenden Praxiskosten vorzufinanzieren. Da Existenzgründer äußerst selten über so viel Eigenkapital verfügen, um diese hohen Beträge selber bestreiten zu können, werden auch Sie bei einer Existenzgründung wahrscheinlich eine Bankfinanzierung benötigen.

Die Rahmenbedingungen und Empfehlungen für die Bankfinanzierung bei Neugründung oder Praxisübernahme sollen im Folgenden genauer erläutert werden.

## Wie bekomme ich erstmal die Kreditgenehmigung? – So arbeitet Ihre Bank

Wenn Sie bei einer Bank einen Kredit beantragen, beurteilt diese, mit welcher Wahrscheinlichkeit der Kredit fristgerecht und in voller Höhe wieder zurückbezahlt wird. Natürlich geht es der Bank auch darum, wie viel sie an einem Kunden verdienen kann, aber noch viel wichtiger ist es, die Sicherheit zu haben, dass das Geld wieder zurückfließt.

Denn den größten Teil des Geldes, das eine Bank verleiht, hat sie sich von anderen Personen, Unternehmen, Banken bzw. Institutionen geliehen. Und diese wollen ihr Geld auf jeden Fall wieder zurück – unabhängig davon, ob die Bank es von ihrem Kreditnehmer zurückerhalten hat oder nicht.

Damit das Ausfallrisiko möglichst gering gehalten wird, gibt es – neben einem entsprechenden Ratingsystem – auch ein zweistufiges Bearbeitungssystem. Wenn Sie mit „Ihrer Bank sprechen“, haben Sie es fast immer mit dem Kundenberater zu tun, der im Schwerpunkt für den Verkauf von Darlehen und Konditionsverhandlungen zuständig ist. Wenn Sie diesen von Ihrem Projekt überzeugt haben, wird Ihr Kreditantrag an die Kreditabteilung weitergeleitet, die Ihr Vorhaben ausschließlich anhand Ihrer Unterlagen prüft. Diese Abteilung im Hintergrund werden Sie nur selten persönlich kennenlernen. Hier werden insbesondere das Risiko sowie die Einhaltung aller Bankrichtlinien geprüft. Auch diese Abteilung muss Ihrem Kreditantrag zustimmen, damit Sie den Kredit von der Bank erhalten.

Bevor Sie also mit Ihrem Kreditwunsch an eine Bank herantreten, sollten Sie sich auf das Bankgespräch und den folgenden Kreditprozess gut vorbereiten. Dokumentiert wird diese Vorbereitung idealerweise in einem Businessplan. Ein guter Businessplan geht darauf ein, was Sie finanzieren wollen und wie Sie sicherstellen

werden, dass die Bank ihr Geld zurück erhält. Natürlich ist ein guter Businessplan auch ein wichtiger Erfolgsfaktor für Sie selber (siehe dazu „Businessplanung“ in der *dental success 2013*).



## Was wird finanziert? – Die Investitionen

Bei der Neugründung haben Sie im Schwerpunkt Investitionen in die Geräte und Einrichtung. Für eine Zahnarztpraxis müssen außerdem meistens die Räume umgebaut werden, was nur zum Teil der Vermieter zahlt. Hinzu kommen sonstige Investitionen z. B. für Marketing, Steuerberatungs- sowie Rechtsanwaltskosten und vieles mehr.

Bei der Praxisübernahme zahlen Sie den sogenannten Substanzwert, was alle materiellen Gegenstände sind, wie die gebrauchten Geräte und Einrichtungen. Da die Praxis bereits läuft, müssen Umbaumaßnahmen nur noch in geringem Umfang vorgenommen werden.

Bei beiden Existenzgründungsvarianten müssen über einen Betriebsmittelkredit die laufenden Kosten (z. B. Fremdlabor, Personalkosten, Miete) vorfinanziert werden. Diese Kreditform ist mit einem Dispokredit auf Ihrem Gehaltskonto vergleichbar. Interessanterweise kostet eine Praxisübernahme

	Praxisneugründung	Praxisübernahme
Substanzwert bei Übernahmen		48.000 €
Goodwill		124.000 €
Medizinisch-technische Geräte und Einrichtungen	288.000 €	60.000 €
Modernisierung/Umbau	66.000 €	18.000 €
sonstige Investitionen	67.000 €	23.000 €
<b>Praxisinvestitionen gesamt</b>	<b>421.000 €</b>	<b>273.000 €</b>
Betriebsmittelkredit	63.000 €	53.000 €
<b>Finanzierungsvolumen gesamt</b>	<b>484.000 €</b>	<b>326.000 €</b>

Quelle: KZVB Jahrbuch 2016 / Zahlen für 2015.



© wutzkohphoto/Shutterstock.com

im Durchschnitt wesentlich weniger als eine Neugründung – obwohl die Neugründung ein höheres Risiko birgt. Aufgrund des höheren Risikos sowie der höheren Kreditsumme werden Neugründungen von den Banken fast immer kritischer betrachtet und sollten noch besser vorbereitet sein.

#### Wie lange wird finanziert? – Laufzeiten

Laufende Kosten können Sie unmittelbar in dem Jahr, in dem diese bezahlt werden, in voller Höhe steuerlich anrechnen lassen. Da die steuerliche Auswirkung (= Steuerersparnis) sofort wirkt, werden diese Kosten nicht längerfristig, sondern kurzfristig finanziert. Hierfür gibt es den Betriebsmittelkredit (oder auch Kontokorrentkredit genannt). Es handelt sich um einen Kreditrahmen, den Sie flexibel in Anspruch nehmen bzw. zurückzahlen können. Wie hoch der vereinbarte Kreditrahmen ist, ist Verhandlungssache mit der Bank. Es wird empfohlen, ca. das 6-Fache der monatlichen Praxiskosten als Kreditrahmen zu vereinbaren.

Vorteil des Betriebsmittelkredits ist seine Flexibilität, denn Sie können ihn jederzeit zurückzahlen und/oder wieder aufnehmen. Nachteil ist, dass die Zinsen – die nur auf den beanspruchten Betrag taggenau berechnet werden – höher sind als bei der Finanzierung von Investitionen. Der Zinssatz für einen Betriebsmittelkredit liegt derzeit in der Regel zwischen 5 und 10 Prozent p.a.

Investitionen bzw. Gegenstände (aber auch der immaterielle Praxiswert), die dem Geschäftsbetrieb längerfristig zur Verfügung stehen, haben einen längerfristigen steuerlichen Effekt. Das sind beispielsweise die Geräte, Einrichtungen und Umbauten in der Praxis. Alle Investitionen, die einen Anschaffungspreis i.H.v. 410€ unterschreiten, werden „abgeschrieben“. Das bedeutet, dass der Anschaffungswert durch die steuerliche Nutzungsdauer geteilt wird und dieser Betrag pro Jahr als fiktiver Kostenfaktor den Gewinn mindert (= geringere Steuer). Festgelegt wird die steuerliche Nutzungsdauer durch das Bundesfinanzministerium in AfA-Tabellen – hier fragen Sie aber einfach Ihren Steuerberater.

Beispiel: Eine Behandlungseinheit kostet 40.000 € und hat eine steuerliche Nutzungsdauer von 10 Jahren. Hierdurch werden 10 Jahre lang, jedes Jahr 4.000€, als fiktive Kostenposition

(= Abschreibung) zu den Praxiskosten hinzuaddiert. Der Gewinn der Praxis wird rechnerisch dadurch um 4.000 € p.a. reduziert, was wiederum zu einer Senkung der Steuerlast führt. Diese steuerliche Gewinnreduzierung wird nun 10 Jahre lang vorgenommen. Der Vorteil dieser Finanzierungsform – im Gegensatz zum Kontokorrentkredit – ist, dass der Zinssatz niedriger ist. Darlehenszinsen liegen derzeit zumeist zwischen 1 und 5 Prozent p.a. Der Nachteil ist, wenn Sie einen Darlehensteil zurückbezahlt haben (Sie also teilweise getilgt haben), dass Sie sich den zurückbezahlten Darlehensteil nicht wieder auszahlen lassen können. Außerdem sind die Rückzahlungsmodalitäten in der Regel fest vereinbart.

Dieser Zinsunterschied zwischen einem Betriebsmittelkredit und Darlehen zeigt, dass es wenig sinnvoll ist, längerfristige Investitionen über den Betriebsmittelkredit zu zahlen. Somit gilt: Investitionen, die voraussichtlich eine kurzfristige Nutzungsdauer haben, werden in der Regel auch kurzfristig finanziert, während Investitionen mit längerfristiger Nutzung auch längerfristig finanziert werden. Man spricht hier von der sogenannten „Fristenkongruenz“.

Wieso ist das so wichtig? Weil die Steuerersparnis dazu genutzt werden sollte, um das Darlehen zu tilgen.

#### Wie wird finanziert? – Finanzierungsarten

Den Betriebsmittelkredit stellt immer die von Ihnen ausgewählte Bank zur Verfügung. Bei den Darlehen unterscheidet man danach, woher sich eine Bank das Geld leiht, das sie über das Darlehen an Sie weiterleitet. Der übliche Weg für eine Bank ist es, sich von anderen Personen, Unternehmen, Banken bzw. Institutionen das Geld zu leihen (= Gläubiger) und an Darlehensnehmer (= Schuldner) auszuleihen.

Praxisinvestitionen und auch ein Existenzgründungsvorhaben werden zumeist durch den Bund bzw. die Länder gefördert. Diese Förderung erfolgt dadurch, dass vergünstigte Kreditmittel zur Verfügung gestellt werden, die über die Hausbank ausgereicht werden. Man spricht hier von „öffentlichen Darlehen“. Auf Bundesebene ist das beispielsweise die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) und auf Landesebene beispielsweise die Landesanstalt für Aufbaufinanzierung (LfA). Letztere ist eine Institution des Freistaat Bayern.

# Prophylaxe:

## Die wirtschaftliche Preiskalkulation

**Text:** Frederic Feldmann

Die wirtschaftliche Basis und damit die Existenz einer Zahnarztpraxis muss langfristig gesichert werden. Viele Praxisinhaber sehen immer noch nicht die Notwendigkeit, mithilfe von betriebswirtschaftlichen Methoden bzw. Kalkulationen ihr wirtschaftliches Handeln zeit- und marktgerecht anzupassen. Veränderungen fordern vom „Unternehmer Zahnarzt“ eine betriebswirtschaftliche Betrachtung seines modernen Leistungsangebotes.

Nachfolgend möchte ich Ihnen einen Einblick in die betriebswirtschaftliche Preiskalkulation der Prophylaxebehandlung geben. Die Prophylaxe ist nicht nur ein zweites Standbein für die Zahnarztpraxis, sondern bei Anwendung eines durchdachten und erfolgreich umgesetzten Prophylaxekonzeptes ein wichtiger Bestandteil zur Liquiditätssicherung.

### Prophylaxe Potenzial

Bei einer statistischen Erhebung wurden Zahnärzte danach befragt, ob sie ihr eigenes Prophylaxeangebot für zeitgemäß halten. 36 Prozent der befragten Zahnärzte antworteten mit „Ja“ und 59 Prozent hielten ihr Angebot nur für bedingt zeitgemäß, 5 Prozent verneinten die Frage. Demnach schlummert in fast zwei Drittel aller deutschen Zahnarztpraxen ein riesiges zusätzliches Umsatzpotenzial. Das Wesentliche daran ist die Tatsache, dass diese Umsätze nicht vom Praxisinhaber selbst zu erbringen sind, sondern eigenständig von qualifizierten Praxisfachkräften erbracht werden.

Unternehmerisch denkende Zahnärzte erkennen die vermehrte Nachfrage bei ihren Patienten nach professioneller Zahnreinigung und Mehrleistungsangeboten. Das kommt nicht von ungefähr, sondern ist das Ergebnis eines praxis-eigenen Konzeptes. Dieses Konzept muss vom gesamten Praxisteam „gelebt“ werden und mündet in der Chance, eine positive Patientenselektion zu betreiben, um das Praxisangebot auf den zuzahlungswilligen Kreis auszurichten.

Die Gestaltung der Praxisprozesse zur Prophylaxepaxis erfordert neben der zahnmedizinischen Weiterbildung insbesondere auch die organisatorischen Veränderungen im Praxismangement. Deshalb ist der Einsatz einer qualifizierten Prophylaxemanager/-in zur Bewältigung der neuen Aufgaben erforderlich.

### Prophylaxe-Profit-Center

Als Profit-Center wird betriebswirtschaftlich der Geschäftsbereich eines Unternehmens mit eigener Gewinn- und Verlustrechnung bezeichnet. Übertragen auf eine Zahnarztpraxis könnte man z. B. von einer „Prophylaxeabteilung“ mit eigener Kostenrechnung sprechen und die erbrachten Leistungen auf ihre Rentabilität überprüfen.

Der im Wettbewerb stehende Zahnarzt wird zunehmend vom Patienten am Gesamterscheinungsbild seiner Praxis gemessen. Investitionen in die Praxis, wie die Einrichtung oder der Ausbau eines Prophylaxezimmers, die Erneuerung von Behandlungsstühlen, etc. erfordern Kapitaleinsatz. Mit betriebswirtschaftlichen Methoden wie Umsatz- und Kostensimulation, Break-even-Analysen und Rentabilitätsberechnungen lässt sich der Praxiserfolg recht genau ermitteln.

Das Profit-Center kann vom Steuerberater in die regelmäßige betriebswirtschaftliche Auswertung eingebracht werden. Hierbei müssen die Ausgaben z. B. Materialbestellung so gekennzeichnet werden, damit diese vom Steuerberater der entsprechenden Kostenstelle zugeordnet werden können. Auf den entsprechenden Rechnungen könnte ein „P“ für Prophylaxe vermerkt werden.

### Preiskalkulation

Preise für eine rentable Prophylaxebehandlung müssen betriebswirtschaftlich intern kalkuliert werden. In der Realität werden diese jedoch leider vom Praxisinhaber „aus dem Bauch heraus“ festgelegt oder den Preisen von Mitbewerbern angepasst. Dabei sind die Leistungen meist gar nicht vergleichbar. Der nachfolgende Prophylaxerechner zeigt Ihnen sofort, wie rentabel oder unrentabel Ihre Prophylaxeabteilung wirtschaftet. Außerdem können Sie für die Zukunft Ihre Preise neu kalkulieren.

Im ersten Schritt ermitteln Sie die anteiligen Fixkosten (Raummiete, Personalaufwendungen, Fortbildungskosten, etc.) und die variablen Kosten pro Behandlung (Material). Sofern Sie diese nicht parat haben, informieren Sie sich bei Ihrem Steuerberater. Wie sich die Prophylaxeumsätze mittelfristig auf den Praxisertrag auswirken, kann nun simulativ dargestellt werden.

Nach Eingabe obiger Zahlen in den Prophylaxerechner zeigt die Kalkulation auf, welche Behandlungskapazität der Praxis zur Verfügung steht. Darauf basierend kann die Anzahl der kalkulierten Behandlungen eingepflegt werden und mittels Eingabe von Behandlungspreisen und ggf. auch mit Preiserhöhungen der Gewinn vor Steuer simuliert werden. Die Anleitung dieses Prophylaxerechners finden Sie auf der Home-



# Talent ist nichts ohne das richtige Instrument.

---

Jeder Virtuose kann nur so gut performen, wie es sein Instrument zulässt. Darum empfehlen wir, von Anfang an auf höchste Standards zu setzen. Wir stellen seit 1923 feinste Instrumente und Systeme für die Zahnheilkunde her und gelten als Markt- bzw. Innovationsführer. Maßstäbe setzen wir auch im Bereich Service und Beratung:

Unsere Produkte sind nur im Direktvertrieb erhältlich, also direkt vom Hersteller. Welche Vorteile das hat, merken Sie spätestens im Gespräch mit dem Komet Partner an Ihrer Uni. Jeder Kunde wird individuell und auf höchstem fachlichen Niveau beraten, egal ob er Zahnarzt oder Student ist.



## WELCHE PRAXIS PASST ZU MIR?

page der Deutschen Fortbildungsakademie Heilwesen® [www.dfa-heilwesen.de](http://www.dfa-heilwesen.de) unter der Rubrik Videos/Betriebswirtschaft. Die praxisindividuellen Daten werden im Prophylaxerechner in die weißen Felder eingesetzt (hier blau dargestellt). Den Prophylaxerechner auf Excel-Basis können Sie auf der Homepage auch downloaden. Bitte klicken Sie hierzu auf die Kategorie „Intern“. Der Benutzername für den internen Bereich lautet „dentalsuccess“ und das Kenn-wort „Prophylaxe“.

In der Berechnung erzielt unsere Beispielpraxis mit einem Preis von 85,00€ pro Prophylaxe und 7 Behandlungen pro Tag einen Jahresgewinn vor Steuer von 95.305,00 €.

### Break-even-Analyse

Mit der Break-even-Analyse wird ermittelt, ab welcher Absatzmenge von Leistungen die Zahnarztpraxis die Gewinnschwelle erreicht. Die Berechnung baut dabei auf die Unter-

		Monat	Jahr
<b>Personalkosten</b>			
Brutto-Monatsgehalt Prophylaxehelferin	2.550,00 €		
anteilig 13. Gehalt und Lohnnebenkosten	777,08 €		
Wie viel % der Tätigkeit entfällt auf Prophylaxe?	100 %	3.277,08 €	39.325,00 €
<b>Fortbildungskosten</b>			
Fortbildungskosten pro Jahr	1.000,00 €	83,33 €	1.000,00 €
<b>Raumkosten</b>			
Raumkosten Praxis gem. Jahres-BWA	36.000,00 €		
Gesamtfläche der Praxis in m <sup>2</sup>	200,00		
Prophylaxeraum in m <sup>2</sup>	15,00	225,00 €	2.700,00 €
<b>Zusatzkosten im Jahr</b>			
Beiträge/Versicherungen	200,00 €		
Wartung	500,00 €		
Sonstige	200,00 €		
Summe	900,00 €	75,00 €	900,00 €
<b>Abschreibung</b>			
Re-Investitionskosten		0,00 €	0,00 €
<b>Summe Fixkosten</b>		<b>3.660,42 €</b>	<b>43.925,00 €</b>
<b>Variable Kosten</b>			
Verbrauchsmaterial pro Behandlung	6,20 €		
Sonstige Kosten pro Behandlung	2,30 €		
<b>Variable Kosten pro Behandlung</b>	<b>8,50 €</b>		
<b>Individuelle Behandlung</b>			
Arbeitszeit pro Behandlung	0,75 Stunden	10 Min. = 0,17 Std.	
Vor- und Nachbereitungszeit	0,25 Stunden	15 Min. = 0,25 Std.	
<b>Zeitbedarf pro Behandlung</b>	<b>1,00 Stunden</b>	30 Min. = 0,5 Std.	
		45 Min. = 0,75 Std.	
		60 Min. = 1,0 Std.	
<b>Behandlungskapazität (5-Tage-Woche)</b>			
Wochenarbeitszeit Prophylaxe	40,00 Stunden		
Durchschnittsarbeitszeit pro Tag	8,00 Stunden		
<b>Kapazitätsauslastung</b>			
	<b>pro Tag</b>	<b>pro Woche</b>	<b>pro Monat</b>
Anzahl max. Prophylaxe	8	40	173,33
Fixkosten	168,94 €	844,71 €	3.660,42 €
Variable Kosten	68,00 €	340,00 €	1.473,33 €
<b>Gesamtkosten</b>	<b>236,94 €</b>	<b>1.184,71 €</b>	<b>5.133,75 €</b>
<b>Break-even-Analyse</b>			
	<b>pro Tag</b>	<b>pro Woche</b>	<b>pro Monat</b>
Kalkulierte Anzahl Prophylaxe	7	35	152
Preis	85,00 €	85,00 €	85,00 €
Preiserhöhung um	0 %	0 %	0 %
Neuer Preis	85,00 €	85,00 €	85,00 €
Einnahmen	595,00 €	2.975,00 €	12.891,67 €
Fixkosten	168,94 €	844,71 €	3.660,42 €
Variable Kosten	59,50 €	297,50 €	1.289,17 €
<b>Gesamtkosten</b>	<b>228,44 €</b>	<b>1.142,21 €</b>	<b>4.949,58 €</b>
<b>Ertrag</b>	<b>366,56 €</b>	<b>1.832,79 €</b>	<b>7.942,08 €</b>
			<b>95.305,00 €</b>

**Preise für eine rentable Prophylaxebehandlung müssen betriebswirtschaftlich intern kalkuliert werden. In der Realität werden diese jedoch leider vom Praxisinhaber „aus dem Bauch heraus“ festgelegt oder den Preisen von Mitbewerbern angepasst. Dabei sind die Leistungen meist gar nicht vergleichbar. Nutzen Sie daher den Prophylaxerechner.**

scheidung zwischen Fixkosten und variablen Kosten bzw. den Deckungsbeitrag auf. Mit der Break-even-Analyse lässt sich u. a. ermitteln, wie viele Leistungen mehr verkauft werden müssen, um die getätigten Investitionen zu decken. Würde die Praxis aus obiger Berechnung die Prophylaxe für nur 50,00 € anbieten und täglich 4 Behandlungen durchführen, so wäre der Ertrag gleich null (Break-even-Point).

Mit dem Prophylaxerechner können außerdem bestehende Finanzierungskosten und/oder anfallende Anschaffungskosten sowie laufende Abschreibungen kalkuliert werden. Diese wurden im obigen Beispiel aus Platzgründen nicht aufgelistet.

**Merke:** Preise für Selbstzahlerleistungen erst kalkulieren und dann festlegen!

#### Fachkurs zur Prophylaxemanager/-in mit IHK-Lehrgangszertifikat

Die Deutsche Fortbildungsakademie Heilwesen® bietet den praxisnahen und intensiven Fachkurs zur Prophylaxemanager/-in (IHK) für zahnärztliches Fachpersonal an, das aktiv in der Prophylaxebehandlung und/oder in der Praxisverwaltung tätig ist. Die Seminarorte sind in Karlsruhe, Köln und Dresden. Teilnehmer/-innen erwerben vertiefende Kenntnisse für verantwortungsvolle Managementaufgaben mit dem Ziel, die

Prophylaxeabteilung erfolgreich zu leiten. Sie lernen u. a. unternehmerisch zu denken, Prophylaxekonzepte umzusetzen und Personalverantwortung zu übernehmen, um die Praxis zum wirtschaftlichen Erfolg zu führen. Mit dem erworbenen Wissen dieser Fachkursausbildung, dem Können und Wollen, eröffnen sich neue Perspektiven in der täglichen Arbeit.

Ausführliche Informationen zu diesem Fachkurs und zum Prophylaxerechner erhalten Sie unter [www.dfa-heilwesen.de](http://www.dfa-heilwesen.de) oder unter nachstehender Kontaktadresse. Gerne senden wir Ihnen den Prophylaxerechner per E-Mail zu.

#### KONTAKT

##### Frederic Feldmann

Betriebswirt (VWA)

Geschäftsführer und Gesellschafter

Deutsche Fortbildungsakademie Heilwesen® GmbH & Co. KG

Ludwig-Erhard-Allee 24

76131 Karlsruhe

Tel.: 0721 627100-0

[info@dfa-heilwesen.de](mailto:info@dfa-heilwesen.de)

[www.dfa-heilwesen.de](http://www.dfa-heilwesen.de)

### 3. Fehlerquelle: Abrechnungsvorschriften

Die Kompliziertheit der Abrechnungsvorschriften und daraus resultierende fehlende Abrechnungskennnisse sind häufige Gründe für Abrechnungslücken. In der zahnärztlichen Ausbildung wird die Abrechnung nur unzureichend behandelt. Dem Zahnarzt selbst obliegt es, sich entsprechend fortzubilden oder Mitarbeiter regelmäßig und intensiv ausbilden zu lassen. Die Kontrolle der Richtigkeit und Vollständigkeit der Abrechnung liegt im Verantwortungsbereich des Zahnarztes. Auch der Unternehmer Zahnarzt sollte über detaillierte Abrechnungskennnisse verfügen, damit er sich sein Einkommen nicht von der Mitarbeiterin bestimmen lassen muss.

### 4. Fehlerquelle: Aufzeichnungen

Zahnärzten ist oft nicht bewusst, dass die Assistenz Behandlungsabläufe unvollständig beschreibt und dadurch Lücken in der Behandlungsdokumentation entstehen. Da es vom Gesetzgeber keine „Musteranleitung“ zur Dokumentation gibt, müssen die Dokumentationsregeln praxisintern aufgestellt und umgesetzt werden. Alle Mitarbeiter müssen die gleiche „Dokumentationssprache“ sprechen. Die Verwendung von Abkürzungen unter Berücksichtigung der Eindeutigkeit (im Qualitätsmanagement hinterlegt) sind möglich, wenn diese für einen Sachverständigen zweifelsfrei den Behandlungsverlauf erkennen lassen.

### 5. Fehlerquelle: Keine Kontrolle der Leistungserfassung durch den Behandler

Sobald sich der Zahnarzt blind auf die Einträge seiner Stuhlassistenz verlässt, ist eine unvollständige Dokumentation aus den oben genannten Gründen nicht auszuschließen. Diese Fehlerquelle lässt sich vermeiden, indem der Behandler abends oder am nächsten Tag die Leistungserfassung auf Vollständigkeit und Plausibilität kontrolliert. Die zeitnahe Überprüfung ermöglicht es, fehlende oder unvollständige Aufzeichnungen der Behandlung nachzutragen bzw. zu ergänzen. Was nicht dokumentiert ist, gilt rechtlich als nicht erbracht und darf auch nicht abgerechnet werden.

### 6. Fehlerquelle: Mehrfachbelastung

Die sechste Fehlerquelle basiert auf der Doppelbelastung der Mitarbeiterinnen, die an der Rezeption zwischen Terminvergabe, Telefon und Patientenkontakt auch die aufwendige und zeitintensive Abrechnung bzw. HKPs erstellen müssen. Auch bei gut ausgebildeten Abrechnungskräften entsteht durch Mehrfachbelastungen eine Stresssituation, die wiederum zu Abrechnungsfehlern führen kann. Diese Fehlerquote durch mangelnde Konzentration gilt es zu vermeiden, was im ureigensten Interesse des Praxisinhabers liegen müsste. Hilfreich ist eine Rückzugsmöglichkeit für die Mitarbeiterin zur störungsfreien Erstellung der Abrechnung.

### 7. Fehlerquelle: Ausfall der Abrechnungskraft

Es ist ein Höllenszenario für so manchen Praxisinhaber, wenn die Abrechnungskraft wegen Krankheit, Schwangerschaft oder Kündigung nicht mehr zur Verfügung steht und die Abrechnung liegen bleibt. In diesen Fällen geht der

Praxis wertvolle Zeit und damit Liquidität verloren. Nachträgliche oder verspätete Honorarforderungen schädigen den Ruf der Praxis. Um dies zu vermeiden, ist die konsequente Aus- und Weiterbildung von engagierten Mitarbeiterinnen in der Abrechnung erforderlich. Darüber hinaus könnte auch ein qualifizierter externer Abrechnungsservice diese Vakanz überbrücken.

### 8. Fehlerquelle: Stundenhonorarumsatz

Der Stundensatz ist eine wichtige betriebswirtschaftliche Kennzahl für die Praxiskalkulation. Die wenigsten Praxisinhaber haben umfassende Kenntnisse über den Stundenhonorarumsatz ihrer Praxis und den sich daraus ergebenden unternehmerischen Entscheidungen. In der Nachkalkulation wird das erwirtschaftete Honorar den Arbeitsstunden einer vergangenen Periode gegenübergestellt und der sich daraus ergebende Stundensatz ist eine Mischkalkulation aus BEMA- und GOZ-Umsätzen.

In der Vorkalkulation erhält der Zahnarzt die Möglichkeit, die Praxiskosten einer vergangenen Periode inkl. einem vom Praxisinhaber zu bestimmenden kalkulatorischen Unternehmerlohn in die Zukunft zu projizieren und daraus Kenntnis über den angestrebten Stundensatz zu erhalten. Diese Berechnungen kann ein Steuerberater oder ein qualifizierter zahnärztlicher Abrechnungsservice durchführen.

### 9. Fehlerquelle: Dokumentationspflicht

Die Nichteinhaltung der Dokumentationspflicht führt bei rechtlichen Auseinandersetzungen immer zu Problemen in der Beweisführung, z.B. bei dem Vorwurf eines Behandlungsfehlers oder Verletzung der Aufklärungspflicht. Nachteile bei Verletzung der Dokumentationspflicht ergeben sich auch hinsichtlich der Vergütung der erbrachten Leistung. Die Folge könnten Honorarrückforderungen sein.

### 10. Fehlerquelle: Aufbewahrungsfrist

Die gesetzlich festgelegte (Mindest-)Aufbewahrungsfrist für die Behandlungsdokumentation beträgt zehn Jahre. Der § 630f Abs. 3 BGB besagt: „Der Behandelnde hat die Patientenakte für die Dauer von zehn Jahren nach Abschluss der Behandlung aufzubewahren, soweit nicht nach anderen Vorschriften andere Aufbewahrungsfristen bestehen.“

Die Problematik bei Fristen sind mögliche Überschneidungen mit anderen gesetzlichen Bestimmungen. Wird eine Patientenakte zehn Jahre nach Beendigung der Behandlung vernichtet, dann könnte es zu nicht absehbaren Folgen für den Zahnarzt kommen, wenn ein Patient z.B. gerichtlich gegen eine in diesem Zeitraum durchgeführte Behandlung vorgeht. Die Akte wurde vernichtet, die EDV-Daten sind gelöscht, jetzt gerät der Zahnarzt aufgrund der fehlenden Dokumentation an Beweismitteln in Beweisnot. Er kommt in eine Zwangslage, in der er etwas beweisen soll, wofür ihm jedoch die Beweise in Form der schriftlichen oder digitalen Behandlungsdokumentation fehlen. Unabhängig von den Aufbewahrungsfristen beträgt die Haftung eines Zahnarztes bei Anwendung der absoluten Verjährungsfrist 30 Jahre. Längere freiwillige Fristen



**Die Kompliziertheit der Abrechnungsvorschriften und daraus resultierende fehlende Abrechnungskennnisse sind häufige Gründe für Abrechnungslücken.(...)  
Die Kontrolle der Richtigkeit und Vollständigkeit der Abrechnung liegt im Verantwortungsbereich des Zahnarztes.**

© STILLFX/Shutterstock.com

sind immer möglich und sollte die Praxis die Archivierung der Patientenakten aus Platzgründen nicht mehr aufnehmen können, dann empfiehlt sich eine gewerbliche Aufbewahrung. Auch muss über Möglichkeiten nachgedacht werden, wie digitalisierte Daten über einen jahrzehntelangen Zeitraum archiviert werden können, damit diese dann in ferner Zukunft noch lesbar sind.

#### Fazit

Für den Praxisumsatz ist nicht alleine eine einzelne Person in der Praxis verantwortlich, sondern das ganze Team. Grundlage hierfür ist ein schlüssiges Abrechnungsmanagement sowie gut ausgebildete Mitarbeiter in der Dokumentation und in der Abrechnung. Sinnvoll ist die Ausbildung einer qualifizierten Mitarbeiterin zur Abrechnungsmanagerin. In dieser praxisnahen Weiterbildung werden vertiefende Kenntnisse in Dokumentation und Abrechnung vermittelt und Mitarbeiter zu Führungskräften ausgebildet.

Ausführliche Informationen zu diesem 6-tägigen Fachkurs mit IHK Lehrgangszertifikat finden Sie auf [www.abrechnungsmanagerin.de](http://www.abrechnungsmanagerin.de) oder direkt über die unten stehende Kontaktadresse.

Infos zum Autor



---

#### KONTAKT

##### **Frederic Feldmann**

Betriebswirt (VWA)

Geschäftsführer und Gesellschafter

Deutsche Fortbildungsakademie Heilwesen® GmbH & Co. KG

Ludwig-Erhard-Allee 24

76131 Karlsruhe

Tel.: 0721 627100-0

[info@dfa-heilwesen.de](mailto:info@dfa-heilwesen.de)

[www.dfa-heilwesen.de](http://www.dfa-heilwesen.de)

# Der Pkw in der Zahnarztpraxis: Ein Steuersparmodell?

**Text:** Adam J. Janetta

Es gibt wenige Themen, über die Zahnärzte lieber sprechen als über die Möglichkeit, einen Pkw als Praxisausgabe von der Steuer abzusetzen. Natürlich klingt es reizvoll, das Finanzamt an den Kosten des eigenen Pkw beteiligen zu können. In den Gesprächen mit meinen Mandanten stelle ich jedoch immer wieder fest, dass es mehr Mythen als Wahrheiten zu diesem Thema gibt.

Ob und in welcher Höhe die Pkw-Kosten steuerlich abgesetzt werden können, hängt im Wesentlichen davon ab, wie der Pkw genutzt wird. Das heißt: Welcher Anteil der gefahrenen Kilometer entfällt ...

1. ... auf die Fahrten zwischen Wohnung und Praxis?
2. ... auf die tatsächlich beruflichen Fahrten (Patienten, Dentaldepot, Steuerberater, Praxiseinkauf, Fortbildung etc.)?
3. ... auf die privaten Fahrten?

Im koordinierten Ländererlass des Bundesministerium der Finanzen (IV C 6 – S 2177/07/10004) vom 18.11.2009 heißt es dazu: „Die Zuordnung von Kraftfahrzeugen zu einem Betriebsvermögen richtet sich nach allgemeinen Grundsätzen (R 4.2 Absatz 1 EStR 2008). Der private Nutzungsanteil eines zum Betriebsvermögen gehörenden Kraftfahrzeugs ist nach § 6 Absatz 1 Nummer 4 EStG zu bewerten, wenn dieses zu mehr als 50 Prozent betrieblich genutzt wird. Dies gilt auch für gemietete oder geleaste Kraftfahrzeuge. Kraftfahrzeuge i. S. dieser Regelung sind Kraftfahrzeuge, die typischerweise nicht nur vereinzelt und gelegentlich für private Zwecke genutzt werden.“

Aus steuerrechtlicher Sicht müssen die Fahrten zu 1. und 2. mindestens 50 Prozent der Gesamtkilometer betragen, damit der Pkw überhaupt in das Praxisvermögen aufgenommen werden darf. Und dies muss von Ihnen auch nachgewiesen werden, indem Sie Ihre Fahrten über drei Monate schriftlich dokumentieren. Eine bloße Behauptung Ihrerseits wird das Finanzamt nicht anerkennen.

## Absetzbare Pkw-Kosten

Ist diese Hürde, an der bereits viele Zahnärzte in der Regel schon scheitern, jedoch genommen, dürfen alle Kosten für den Pkw abgesetzt werden. Kosten im Zusammenhang mit dem Pkw sind u. a.:

### · Abschreibung

Neue gekaufte oder finanzierte Pkw werden über 72 Monate abgeschrieben. Die Abschreibungsdauer bei gebrauchten Pkw ist in Abhängigkeit des Fahrzeugalters nach kaufmännischen Gesichtspunkten zu schätzen.

### · Finanzierungskosten

Nur die Zinsen eines Darlehens können steuerlich geltend gemacht werden. Die Tilgung ist keine Praxisausgabe – Dafür gibt es die Abschreibung.

### · Leasingkosten

Sofern es sich um echtes Leasing und nicht um einen Mietkauf handelt, sind die Leasingsonderzahlung und die monatlichen Leasingraten abzugsfähig.

### · Versicherung, Kfz-Steuer, Benzin-/Dieselkosten, Wagenwäsche/-pflege etc.

### · Wartung und Reparaturen

## Berücksichtigung der Privat-Nutzung

Nachdem Sie festgestellt haben, dass Sie die Pkw-Kosten von der Steuer absetzen dürfen, stellt sich nunmehr die Frage, wie die private Nutzung des nunmehr betrieblichen Pkw versteuert wird. Es gibt seitens der Finanzverwaltung nur die beiden nachfolgend aufgeführten Möglichkeiten:

### Fahrtenbuchmethode

Sie führen durchgängig und zeitnah ein ordnungsgemäßes, nicht manipulierbares Buch über Ihre Fahrten. Wann, wohin, zu wem, aus welchem Grund, wie viele Kilometer und Fahrt nach Nr. 1, Nr. 2 oder Nr. 3 (s.o.). Hierzu heißt es im o.g. Ländererlass: „Ein Fahrtenbuch muss zeitnah und in geschlossener Form geführt werden. Es muss die Fahrten einschließlich des an ihrem Ende erreichten Gesamtkilometerstandes vollständig und in ihrem fortlaufenden Zusammenhang wiedergeben (BFH-Urteil vom 9. November 2005, BStBl II 2006 S. 408). Das Fahrtenbuch muss mindestens folgende Angaben enthalten (vgl. R 8.1 Absatz 9 Nummer 2 Satz 3 LStR 2008): Datum und Kilometerstand zu Beginn und Ende jeder einzelnen betrieblich/beruflich veranlassten Fahrt, Reiseziel, Reisezweck und aufgesuchte Geschäftspartner. Wird ein Umweg gefahren, ist dieser aufzuzeichnen. (...) Für die Aufzeichnung von Privatfahrten genügen jeweils Kilometerangaben; für Fahrten zwischen Wohnung und Betriebsstätte genügt jeweils ein kurzer Vermerk im Fahrtenbuch.“

# Aus steuerrechtlicher Sicht müssen Fahrten zwischen Wohnung und Praxis sowie sonstige berufliche Fahrten mindestens 50 Prozent der Gesamtkilometer betragen, damit der Pkw überhaupt in das Praxisvermögen aufgenommen werden darf.

Im Verhältnis der Fahrten werden dann die Kosten aufgeteilt. Die Kosten für Fahrten nach Nr. 1 sind nur wie bei Arbeitnehmern absetzbar (0,30 Euro je Entfernungskilometer pauschal, tatsächliche Kosten bleiben außer Acht). Die Kosten für Fahrten nach Nr. 2 sind dann in voller Höhe absetzbar, die Kosten nach Nr. 3 gar nicht berücksichtigungsfähig. Bitte beachten Sie: Betriebsprüfer stürzen sich regelrecht auf das Fahrtenbuch, da es ansonsten in einer Zahnarztpraxis nicht allzu viele prüfungsrelevante Sachverhalte gibt. Sollte sich das Fahrtenbuch dann als nicht ordnungsgemäß erweisen, wird es verworfen und die 1 Prozent-Regelung angewandt.

## 1 Prozent-Regelung

Je Monat werden 1 Prozent vom Listenneupreis (ohne Rabatt) für die Nutzung nach Nr. 3 (s.o.) und 0,03 Prozent vom Listenneupreis multipliziert mit den Entfernungskilometern Wohnung – Praxis für die Nutzung nach Nr. 1 (s.o.) fiktiv als Umsatz angesetzt. Hierzu heißt es im o.g. Ländererlass: „Für den pauschalen Nutzungswert ist der inländische Listenpreis des Kraftfahrzeugs im Zeitpunkt seiner Erstzulassung zuzüglich der Kosten für Sonderausstattung (z. B. Navigationsgerät, BFH-Urteil vom 16. Februar 2005, BStBl II S. 563) einschließlich der Umsatzsteuer (BFH-Urteil vom 6. März 2003, BStBl II S. 704) maßgebend. Das gilt auch für reimportierte Kraftfahrzeuge. Der Listenpreis ist auf volle hundert Euro abzurunden.“ Gedanklich können Sie auch die Pkw-Kosten um diese Werte reduzieren. Die verbleibenden Kosten mindern dann Ihre Steuerlast. Sofern es sich um ein Elektro- oder Hybridfahrzeug handelt, ist der Listenpreis um die enthaltenen Kosten für das Batteriesystem pauschal zu mindern. Der Minderungs- und der Höchstbetrag richten sich nach dem Anschaffungsjahr des Kraftfahrzeugs und der Batteriekapazität. Ausführliche Informationen entnehmen Sie dem Schreiben – koordinierter Ländererlass – vom 05.06.2014 des Bundesministerium der Finanzen, IV C 6 – S 2177/13/10002.

## Kein unterjähriger Methodenwechsel

Zu beachten ist, dass die Methode unterjährig ohne Fahrzeugwechsel nicht geändert werden darf. Sie können also nicht für 3 Monate ein Fahrtenbuch führen und die weiteren 9 Monate die 1 %-Regel anwenden, sofern es sich um ein und dasselbe Fahrzeug handelt. Bei Fahrzeugwechsel kann auch die Methode geändert werden.

## Alternative zum Praxis-Pkw

Die einzige Alternative zum Praxis-Pkw ist die Nutzungseinlage des privaten Pkw für beruflich bedingte Fahrten. Hierbei werden nur pauschale Kosten von 0,30 Euro je gefahrenen Kilometer (Fahrten nach Nr. 2) bzw. je Entfernungskilometer (Fahrten nach Nr. 1) steuerlich gewinnmindernd geltend gemacht.

## Fazit

Die meisten Zahnärzte, die freudig von ihrem abgesetzten Pkw berichten, wissen nicht, welche Steuerersparnis sie damit tatsächlich haben. Der Pkw beim Zahnarzt ist in aller Regel kein Steuersparmodell. Auch dann nicht, wenn Sie diesen mit Praxislogos etc. bekleben. In der aktuellen Niedrigzinsphase ist der Steuervorteil meist gering, da viele Neuwagen mit hohen Rabatten oder zu monatlichen Leasingraten angeboten werden, die weniger als 1 Prozent des Neupreises betragen. Mit dem Fahrtenbuch lässt sich i.d.R. am meisten sparen, jedoch ist das Führen des Fahrtenbuchs durchaus aufwendig. Und wird es viele Jahre später im Rahmen einer Betriebsprüfung aufgrund von Mängeln verworfen, erhebt das Finanzamt auf die Steuernachzahlung auch noch 6 Prozent Zinsen.

## Exkurs: Leasingsonderzahlung als Gestaltungsinstrument

In einigen Steuertipps für Zahnärzte ist zu lesen, dass eine Leasingsonderzahlung als steuerliches Gestaltungsinstrument eingesetzt werden kann. Hierbei wird z. B. Anfang Dezember ein Pkw mit einer sehr hohen Sonderzahlung geleast. Die monatliche Leasingrate über die Restlaufzeit ist damit sehr gering. Für den Monat Dezember wird ein Fahrtenbuch geführt, worin z. B. zu 95 Prozent Fahrten nach Nr. 2 – also tatsächliche berufliche Fahrten – dokumentiert sind. Die Kosten werden dann entsprechend zu 95 Prozent geltend gemacht. In den Folgejahren wird der Pkw dann als Privatvermögen ausgewiesen und Pkw-Kosten nur noch über die Nutzungseinlage geltend gemacht. Mit geringem Aufwand wird damit ein Großteil der Pkw-Kosten gleich zu Beginn geltend gemacht. Bei dieser Gestaltung ist jedoch Vorsicht angesagt: Die Finanzverwaltung ist der Meinung, dass bei dieser Vorgehensweise die Geltendmachung der Leasingsonderzahlung rückgängig gemacht werden muss. Im Zeitpunkt des Ausscheidens des Pkw aus dem Praxisvermögen ist die anteilige Sonderzahlung gewinnerhöhend zu entnehmen. Da es dazu bisher keine Rechtsprechung gibt, besteht für Sie das Risiko, dass diese Gestaltung auch nach einem zeitlich und finanziell aufwendigen gerichtlichen Weg nicht durchzusetzen ist.

---

## KONTAKT

### Dipl.-Kfm. (FH) Adam J. Janetta

Steuerberater

Janetta & Koch Steuerberater Partnerschaft mbB

Steuerberater für Zahnärzte und Dentallabore

Buddestraße 18–20

51429 Bergisch Gladbach

Tel.: 02204 9871190

kontakt@janetta-koch.de

www.janetta-koch.de

# Praktischer Datenschutz

## in der Zahnarztpraxis

**Text:** Carsten Knoop

Wenn Sie nach Abschluss des Studiums eine Zahnarztpraxis eröffnen oder übernehmen möchten, werden Sie aus Sicht des Datenschutzes zur „verantwortlichen Stelle“. Dabei gilt in Deutschland – wie auch im Rest Europas – auch für alle Freiberufler ab Mai 2018 die EU-Datenschutz-Grundverordnung (EU-DSGVO), welche die grundsätzlichen Regelungen samt Bußgeldern (bis 20 Mio. EUR) festlegt und das bisherige Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) ablöst.

Die EU-DSGVO sowie lokale Ergänzungsregelungen zum Datenschutz gelten dabei unabhängig von der ärztlichen Schweigepflicht, welche nur eine zusätzliche Konkretisierung des Datenschutzes darstellt. In diesem Artikel sind die wesentlichen Merkmale und Herausforderungen im Umgang mit personenbezogenen Daten von Mitarbeitern und Patienten erläutert, um Ihnen den datenschutzkonformen Start in die Selbstständigkeit zu erleichtern.

### Übernahme einer Praxis samt Patienten(daten)?

Wer die Möglichkeit hat, eine gut laufende Praxis übernehmen zu können, kann erheblich von einem bereits etablierten Patientenkollektiv profitieren. Allerdings gilt es, einige Datenschutzaspekte zu berücksichtigen. So kann zwar vertraglich die komplette Einrichtung der Praxis übernommen werden, die Daten von Patienten dürfen aber ohne Weiteres nicht von einem Zahnarzt zum anderen weitergegeben werden.

Die Aufzeichnungspflicht im Rahmen von § 630f BGB erstreckt sich stets auf den behandelnden Arzt und greift somit direkt in das vertragliche Verhältnis zwischen Patient und Arzt ein. Eine Weitergabe an Dritte, und somit auch an einen Nachfolger, kann nur mit Zustimmung des Patienten erfolgen. Entsprechend müssen alle Daten, sowohl in Papierform als auch elektronisch, die nicht per Einwilligung auf den neuen Praxisinhaber übergehen dürfen, aber dennoch mindestens zehn Jahre nach Behandlungsende aufbewahrt werden müssen, im Eigentum des „alten Behandlers“ verbleiben. Patientendaten, die per schriftlicher Einwilligung auf den „neuen Behandler“ übertragen werden sollen, dürfen dann vom neuen Praxisinhaber gemäß den gesetzlichen Anforderungen genutzt werden.

### Praxisorganisation und Datenschutz

Neben der Frage der Datenübernahme sollte auch geklärt werden, ob ein Datenschutzbeauftragter gemäß EU-DSGVO (bzw. den strengeren Regeln aus dem bald neu erlassenen Bundesdatenschutzgesetz BDSG [neu]) bestellt werden muss. Das ist immer dann der Fall, wenn mehr als neun Personen mit der automatisierten Verarbeitung oder mehr als 20 Personen generell mit der Verarbeitung personenbezogener Daten beschäftigt sind. Haben also mehr als neun Personen (egal, ob

Azubi, Mitarbeiter oder Zahnarzt) Zugang zu elektronischen Patientendaten, z. B. zur Praxissoftware, wird ein Datenschutzbeauftragter benötigt. Ansonsten erst, wenn mehr als 20 Personen z. B. mit Papierakten der Patienten arbeiten.

§ 203 StGB regelt die Verschwiegenheit der Ärzte gegenüber Dritten und stellt eine Verletzung unter Strafe. Dies ist aus Sicht des Datenschutzes stets der Fall, wenn der Zugriff durch Dritte auf Patientendaten möglich ist, oder faktisch durchgeführt wird. Der Gesetzgeber sieht vor, dass personenbezogene Daten (hierzu zählen natürlich auch alle Patienten- und Mitarbeiterdaten) nur dann von Dritten verarbeitet werden dürfen, wenn dafür entsprechende Rechtsgrundlagen eingehalten werden. Hierzu zählt z. B. neben einer Einwilligung (Entbindung von der Schweigepflicht) in begrenztem Umfang auch die Verarbeitung im Auftrag gemäß Art. 28 EU-DSGVO auch als Auftragsdatenverarbeitung bezeichnet.

Folgende Sachverhalte fallen in den Bereich der Auftragsdatenverarbeitung, da es sich im Regelfall nicht um Erfüllungsgehilfen (z. B. ZFA oder ZMV) handelt:

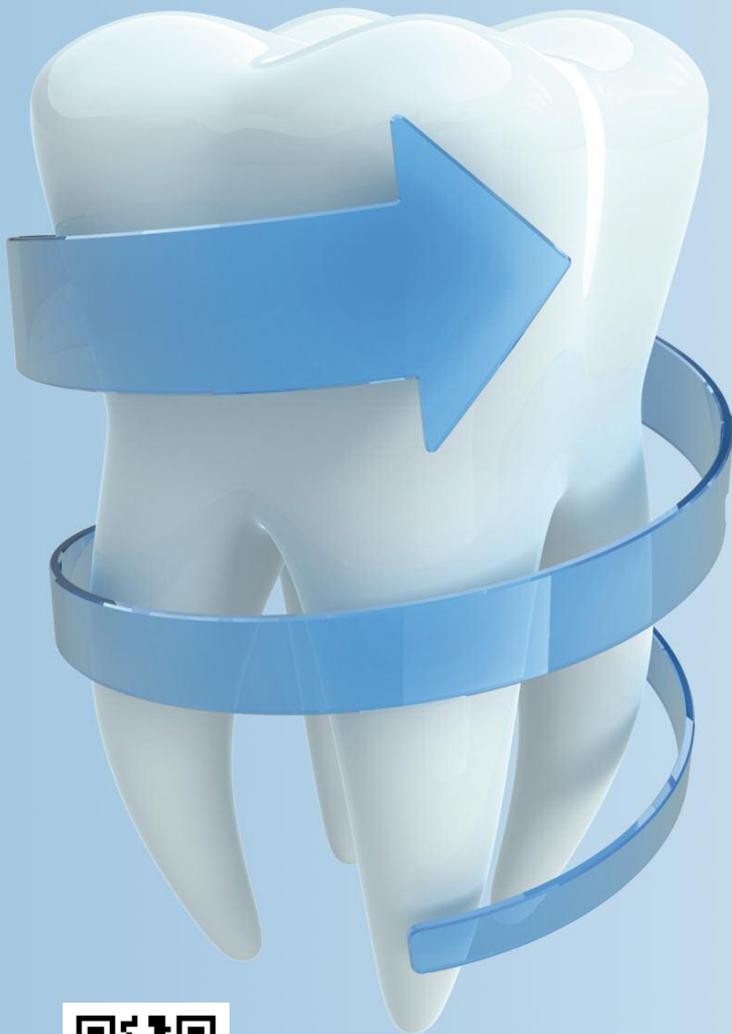
- IT-Dienstleister, welche die Einrichtung und Wartung Ihrer Praxissysteme durchführen,
- Softwarehersteller und andere Dienstleister, welche mit Fernwartungszugang und Zugriffsmöglichkeit auf Patientendaten ausgestattet sind,
- Cloud-Anbieter, bei denen personenbezogene Daten gespeichert werden,
- Entsorgungsdienstleister, welche Patientenakten vernichten.

In der Praxis hat sich folgendes Vorgehen zur Einhaltung der gesetzlichen Verpflichtungen bewährt:

1. Bei Einbindung externer IT-Dienstleister muss eine vertragliche Verpflichtung zum Datenschutz gemäß den Vorgaben von Art. 28 EU-DSGVO eingefordert werden. Hierzu sind vom Auftragnehmer diverse technische und organisatorische Maßnahmen zum Schutz der Daten nachzuweisen. Im besten Fall hat der Dienstleister gar keinen Zugriff auf Patientendaten, da dies problematisch mit den Verschwiegenheitspflichten gem. § 203 StGB gesehen werden kann.
2. Soweit möglich sollten alle Datenträger (z. B. Festplatten und USB-Sticks) in der Praxis verschlüsselt sein. Damit kann

# DGKZ e.V.

Deutsche Gesellschaft für Kosmetische Zahnmedizin  
Die innovative Fachgesellschaft für den modernen Zahnarzt



Mitgliedsantrag DGKZ

#### Weitere Infos:

Deutsche Gesellschaft für Kosmetische  
Zahnmedizin e.V.  
Holbeinstr. 29, 04229 Leipzig  
Tel.: 0341 48474-202, Fax: 0341 48474-290  
info@dgkz.info / www.dgkz.com



**DGKZ**  
Deutsche Gesellschaft für  
Kosmetische Zahnmedizin

## **Kostenlose Fachzeitschrift**

Lesen Sie kostenlos „cosmetic dentistry“ – die qualitativ außergewöhnliche Mitgliederzeitschrift informiert Sie über alle relevanten Themen der kosmetischen Zahnmedizin. Auch als E-Paper mit Archivfunktion auf [www.zwp-online.info](http://www.zwp-online.info) verfügbar.

## **Ermäßigte Kongressteilnahme**

Besuchen Sie die Jahrestagungen der DGKZ und nutzen Sie die für Mitglieder ermäßigten Teilnahmegebühren.

## **Kostenlose Mitglieder-Homepage**

Nutzen Sie Ihre eigene, individuelle Mitglieder-Homepage, die die DGKZ allen aktiven Mitgliedern kostenlos zur Verfügung stellt. Über die Patientenplattform der DGKZ, die neben Informationen für Patienten auch eine Zahnarzt-Suche bietet, wird der Patient per Link mit den individuellen Mitglieder-Homepages verbunden.

## **Patientenwerbung und Öffentlichkeitsarbeit**

Profitieren Sie von einer starken Gemeinschaft, die durch Öffentlichkeitsarbeit auch Ihr Praxismarketing unterstützt.

**Nutzen Sie die Vorteile der Mitgliedschaft in der DGKZ und treten Sie jetzt dieser starken Gemeinschaft bei! Die einfache bzw. passive Mitgliedschaft kostet 200 €, die aktive Mitgliedschaft 300 € jährlich. Für Studenten ist die Mitgliedschaft kostenfrei.**

sichergestellt werden, dass die Patientendaten auch beim Austausch eines Gerätes, bei Diebstahl oder Einbruch, Dritten nicht offenbart werden.

3. Werden für die Praxissoftware regelmäßig Sicherheits- und Funktionsupdates eingespielt, so muss darauf geachtet werden, dass dies ohne Kenntnis der personenbezogenen Patientendaten erfolgt. Hierzu ist im Regelfall eine Fernwartung nur unter Aufsicht zulässig.
4. Alle Mitarbeiter sollten eigene Benutzernamen und individuelle, sichere Passwörter erhalten. Damit kann sichergestellt werden, dass diese nur die für ihren Arbeitsbereich notwendigen Datenzugriffe erhalten. IT-Systeme sind zu sperren, wenn der Arbeitsplatz verlassen wird.
5. Der Zugriff auf das Internet birgt besondere Risiken und sollte soweit es geht minimiert werden. Hierzu kann eine Trennung von Praxis-PC und Internet-PC erfolgen oder ein Schutz über Proxyserver, Firewalls und VPN-Zugänge eingerichtet werden. Der Schutz mittels Firewall und Antivirenschutzsoftware gehört heute zum Standard und sollte regelmäßig aktualisiert werden.
6. Per E-Mail weitergegebene Patientendaten (z. B. digitale Röntgenaufnahmen) sollten verschlüsselt versendet werden (im einfachsten Fall reicht eine ZIP-Datei aus).
7. Bei der Entsorgung von Papier und Datenträgern ist auf eine datenschutzkonforme Vernichtung zu achten. Wer einen Dienstleister damit beauftragen möchte, sollte auf die Zertifizierung nach DIN 66399 und die Einhaltung von Schutzklasse 3 und Sicherheitsstufe 4 achten.

### Patientendatenschutz

Im datenschutzrechtlichen Sinne gelten für den Umgang mit Patientendaten in vielen Fällen die Vorgaben der SGB. Weiterhin gelten folgende Grundsätze:

Bei der Identifikation von (Privat-)Patienten sollten die Versicherungskarten genutzt werden. Eine Kopie von Personalausweisen ist unzulässig. Bei Bedarf können die Daten vom Personalausweis nach dem Gebot der Datensparsamkeit und Erforderlichkeit (nur das, was auch benötigt wird) abgeschrieben werden.

Auskünfte über Patientendaten dürfen grundsätzlich nur an den Patienten selbst erfolgen. Dieser hat ein Auskunftsrecht über alle zu seiner Person vorliegenden Daten. Dritten, auch Angehörigen, steht dieses Auskunftsrecht nicht zu. Möchte der Patient Sie als Zahnarzt in die Lage versetzen Dritten gegenüber Auskünfte zu erteilen, so muss er Sie – am besten schriftlich – von der Verschwiegenheitspflicht entbinden. Dies muss z. B. auch bei Anfragen von Versicherungen stets nachgewiesen werden. Gleiches gilt auch für die Weitergabe von Kostenvoranschlägen, Heil- und Kostenplänen oder dem Paradontalstatus an Versicherungen bzw. an die Träger der örtlichen Sozialkassen.

Bei der Abrechnung von Leistungen über die Kassenzahnärztliche Vereinigungen sind im Regelfall keine besonderen Vorgaben einzuhalten, da diese regelmäßig über eine gesetzliche Abrechnungsgrundlage verfügen. Anders sieht dies jedoch bei Einbezug von privaten Abrechnungsstellen aus. Hier muss eine Einwilligung des Privatpatienten vorliegen, da mit den Rechnungsdaten oft auch Informationen zur Diagnose und Behandlung verarbeitet werden, welche nicht über einen Vertrag zur Auftragsdatenverarbeitung gemäß Art. 28 EU-DSGVO abgedeckt sind.

### Bedingungen für Einwilligungen

Gemäß Art. 7 EU-DSGVO müssen zukünftig folgende Bedingungen bei der Einholung einer Einwilligung gewährleistet sein, damit diese gültig und damit rechtswirksam ist:

- Die Einwilligung muss in verständlicher Form und einfacher Sprache gehalten sein.
- Eine freie Entscheidung des Betroffenen (Patient oder Mitarbeiter) muss vorliegen.
- Die Information über den jederzeitigen Widerruf muss enthalten sein.
- Ausführliche, erkennbare und festgelegte Information des Betroffenen gemäß Art. 13 bzw. 14 EU-DSGVO über Zweck und Verarbeitung der Daten müssen gemacht werden.
- Der Nachweis einer Einwilligung muss gewährleistet sein (Dokumentation).

### Umgang mit Mitarbeiterdaten

Für die Daten eines jeden Beschäftigten gilt § 32 BDSG für den Beschäftigtendatenschutz. Aus Sicht des Datenschutzes ist es dabei unerheblich, ob es sich um Vollzeitkräfte, Teilzeitkräfte oder Auszubildende handelt. Grundsätzlich sollten die gleichen Sicherheitsvorkehrungen wie bei den Patientendaten eingehalten werden, allerdings sind einige Abweichungen zu berücksichtigen.

Einsicht und Bearbeitung von Mitarbeiterdaten (z. B. Personal- und Bewerbungsdaten, Gehaltsabrechnungen) sind nur für den Praxisinhaber oder die damit betraute ZMV bzw. den Steuerberater oder das Lohnabrechnungsbüro zulässig. Bedenken Sie also die unterschiedlichen Berechtigungen, wenn diese Daten elektronisch vorliegen oder lassen sie diese getrennt von den Patientenakten unter Verschluss. Weiterhin gilt, dass Sie lediglich die Daten über Ihre Mitarbeiter erfragen und verwenden dürfen, die auch wirklich für das Arbeitsverhältnis notwendig sind. Dazu zählen generell keine Fotos, private Daten oder Gesundheitsdaten (Ausnahmen gelten z. B. bei Schwangerschaft). Möchten Sie die Fotos Ihrer Mitarbeiter z. B. im Internet veröffentlichen, ist dies stets nur mit deren Einwilligung möglich.

Neben der Unterweisung in die Verschwiegenheitspflichten nach § 7 Abs. 3 der Musterberufsordnung für Zahnärzte bzw. der Berufsordnungen der jeweiligen Landes Zahnärztekammer und deren Dokumentation, müssen die Mitarbeiter auch auf das Datengeheimnis gemäß § 5 BDSG verpflichtet werden. Dies sollte gleich mit Ausfertigung des Arbeitsvertrages erfolgen und anschließend um Sicherheitseinweisungen im Umgang mit der Praxis-IT ergänzt werden.

---

## KONTAKT

### Dipl. Wirt.-Inf. Carsten Knoop, M.Sc.

audatis Consulting GmbH  
 Leopoldstraße 2–8  
 32051 Herford  
 Tel.: 05221 85496-91  
 info@audatis.de  
 www.audatis.de

**ERFOLGREICH.  
VON ANFANG AN.**



**DAMPSOFT.  
DEIN PARTNER FÜR DIE  
EXISTENZGRÜNDUNG.**

Pionier der Zahnarzt-Software.  
Seit 1986.



**DAMPSOFT**  
Die Zahnarzt-Software

# Masterstudiengänge in der Zahnmedizin

Zahnärzte haben die Möglichkeit, nach dem Staatsexamen den Mastertitel als Abschluss eines postgradualen Masterstudienganges zu erwerben, wie er mittlerweile von sehr vielen Hochschulen und Instituten angeboten wird.

Mit der Bologna-Erklärung beschlossen 1999 die Bildungsminister von 29 europäischen Nationen die Einführung eines konsekutiven zweistufigen Abschlusssystem, dessen Abschlüsse meist als „Bachelor“ und „Master“ bezeichnet werden. Im Gegensatz zu Fächern, die mit einem Diplom oder Magister abschließen, wurden Fächer, die mit einem Staatsexamen abschließen, nicht in Bachelor und Master gegliedert.

Für Zahnmediziner gibt es allerdings die Möglichkeit, den Masterabschluss im Rahmen einer postgradualen Weiterbildung nach Erlangung der Approbation zu erwerben. Diese

Masterstudiengänge werden als berufsbegleitende Part-time-Studiengänge oder universitätsgebundene Full-time-Studiengänge angeboten.

Die freiwillige, selbstbestimmte, postgraduale Fortbildung ist mit einem hohen Zeit- und Kostenaufwand verbunden, bietet aber als Ergebnis eine zusätzliche, staatlich anerkannte Qualifikation. Die folgende Übersicht informiert über Masterabschlüsse für Zahnmediziner in Deutschland, Österreich und der Schweiz, erhebt aber keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

ANZEIGE

## JETZT ABONNIEREN:

Die neue **dentalfresh** –  
Das Magazin für junge Zahnmedizin

BESTELLUNG AUCH  
ONLINE MÖGLICH



[www.oemus-shop.de](http://www.oemus-shop.de)

## Faxantwort an 0341 48474-290

Ja, ich möchte **dentalfresh** im Jahresabonnement zum Preis von 20 Euro/Jahr\* inkl. MwSt. und Versandkosten beziehen. Das Abonnement umfasst vier Ausgaben pro Jahr.

\* Preis für Ausland auf Anfrage.



We make **dentalfresh** EVEN fresher

Neues Jahr, neues Konzept, neue Inhalte und neues Layout. Das seit elf Jahren quartalsweise erscheinende Studentemagazin **dentalfresh** (in Kooperation mit dem BdZM) startet in das Jahr 2018 sowohl in Bezug auf die Inhalte als auch im Hinblick auf die Zielgruppen komplett neu. Im Fokus des Magazins stehen sowohl junge Zahnärzte in der Phase des Berufseinstiegs als auch Studenten und Assistenten.

Mit der Neupositionierung rücken verstärkt Fragestellungen in den Mittelpunkt, die den gesamten Prozess vom Studium über die Assistenzzeit bis hin zur Niederlassung umfassen. Das heißt, neben organisatorischen Aspekten in allen Phasen geht es darüber hinaus auch um berufsrechtliche und juristische Aspekte, Praxismodelle, Konzepte zur Gestaltung der eigenen beruflichen Entwicklung oder Themen wie Work-Life-Balance.

**dentalfresh** berichtet auch aus einem speziellen Blickwinkel über die Aktivitäten von Fachgesellschaften sowie Unternehmen und ihre Produkte. Mit diesem weiten Themenspektrum nimmt **dentalfresh** auch viele Inhalte der bisherigen Studenten- bzw. Assistentenhandbücher auf.

Name/Vorname

Straße/PLZ/Ort

Telefon / E-Mail

Unterschrift

Stempel

AHB 17/18

Widerrufsbelehrung: Den Auftrag kann ich ohne Begründung innerhalb von 14 Tagen ab Bestellung bei der OEMUS MEDIA AG, Holbeinstraße 29, 04229 Leipzig schriftlich widerrufen. Rechtzeitige Absendung genügt. Das Abonnement verlängert sich automatisch um 1 Jahr, wenn es nicht fristgemäß spätestens 6 Wochen vor Ablauf des Bezugszeitraumes schriftlich gekündigt wird.

Bildungseinrichtung	Studiengänge	Kontakt
Christian-Albrechts-Universität zu Kiel Zentrum für Wissenschaftliche Weiterbildung an der CAU zu Kiel e.V.	– iMasder – International Master of Applied Scientific Dental/Medical Education and Research (M.Sc.)	Tonja Soós Tel.: +49 431 500-14453 info@zww.uni-kiel.de www.medizin.uni-kiel.de
Dresden International University	– Orale Medizin und Alterszahnheilkunde (M.Sc.)  – Parodontologie und Implantat- therapie (M.Sc.) (in Kooperation mit der DG PARO)	Kerstin Döllmann Tel.: +49 351 40470-122 azh@di-uni.de www.di-uni.de  Marlen Zumpe Tel.: +49 351 40470-108 paro@di-uni.de www.di-uni.de
Deutsches Zentrum für orale Implantologie e.V., Landshut	– Oral Implantology and Function (M.Sc.)	in Vorbereitung
Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald	– Clinical Dental CAD/CAM (M.Sc.) – Digitale Dentaltechnologie (M.Sc.) – Kinderzahnheilkunde (M.Sc.) – Zahnmedizinische Ästhetik und Funktion (M.Sc.) – Zahnmedizinische Funktionsanalyse und -therapie (M.Sc.) – Zahnmedizinische Prothetik (M.Sc.)  – Zahnmedizinische Ästhetik und Funktion (M.Sc.) (in Kooperation mit der DGÄZ)	Kristin Ostendorf Tel.: +49 3834 515500 masterzahn@uni-greifswald.de www.medizin.uni-greifswald.de/dental/ master  Lilli Reusch Tel.: +49 2663 9119033 lilli.reusch@dgaez.de
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf Düsseldorf Dental Academy	– Endodontologie (M.Sc.) (in Kooperation mit der DGZMK)	Tel.: +49 211 66967341 apw.lobianco@dgzmk.de www.duesseldorf-dental-academy.de
IMC International Medical College/ MIB GmbH, Münster	– Aesthetic Dentistry (M.Sc.) – Biomaterials and Biomedical Science (M.Sc.) – Implantology and Dental Surgery (M.Sc.) – Periodontology (M.Sc.) – Specialized Orthodontics (M.Sc.)  – Aesthetic and Dental Surgery (M.Sc.) – Implantology and Dental Surgery (M.Sc.) – Specialized Orthodontics (M.Sc.) (in Kooperation mit der DGZI)	Tel.: +49 251 2108639 imc@med-college.de www.med-college.de  Tel.: +49 211 1697077 sekretariat@dgzi-info.de www.dgzi.de/zahnaerzte/masterkurse
Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt	– Oral Implantology (M.Sc.)	Tel.: +49 69 6301-5729 info-moi@uni-frankfurt.de www.moi.uni-frankfurt.de
Justus-Liebig-Universität Gießen	– Kinderzahnheilkunde (M.Sc.) (in Kooperation mit der Philipps-Universität Marburg)	Prof. Dr. Norbert Krämer Tel.: +49 641 99-46240 norbert.kraemer@dentist.med. uni-giessen.de www.uni-giessen.de

Bildungseinrichtung	Studiengänge	Kontakt
Medizinische Hochschule Hannover	– Lingual Orthodontics (M.Sc.)	Prof. Dr. Rainer Schwestka-Polly Tel.: +49 511 532-4846 schwestka-polly.rainer@mh-hannover.de www.mh-hannover.de/lingual-orthodontics.html
Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg Akademie für Zahnärztliche Fortbildung Karlsruhe	– Integrated Practice in Dentistry (M.A.)	Brita Nürnberger Tel.: +49 721 9181200 fortbildung@za-karlsruhe.de brita_nuernberger@za-karlsruhe.de www.za-karlsruhe.de
PUSH Postgraduale Universitäts- studien für Heilberufe GmbH (in Kooperation mit Danube Private University Krems [DPU] und der Donau-Universität Krems [DUK])	– Ästhetisch-Rekonstruktive Zahn- medizin (M.Sc.)* – Dental-Technik (M.Sc.)** – Endodontie (M.Sc.)* – Orale Chirurgie/Implantologie (MSc)* – Kieferorthopädie (MSc)* – Parodontologie und Implantologie (MSc)*  * Studienzentrum Donau-Universität Bonn ** Krems, Österreich	Tel.: +49 228 969425-15 info@duk-push.de www.duk-push.de
RWTH International Academy, Aachen	– Lasers in Dentistry (M.Sc.) (in Kooperation mit dem AALZ Aachen Dental Laser Center)	Marko Gerstenkorn Tel.: +49 241 80-27696 lasers@academy.rwth-aachen.de www.academy.rwth-aachen.de  Tel.: +49 241 47571310 info@aalz.de www.aalz.de
Steinbeis-Hochschule Berlin Steinbeis-Transfer-Institut	– Biomedical Interdisciplinary Dentistry (M.Sc.) – Innovationsmanagement Dentale Technologie (M.Sc.)  – Orale Implantologie und Parodontaltherapie (M.Sc.) (in Kooperation mit der DGI)	Prof. Dr. Gregor Slavicek Tel.: +49 711 451001-32 gregor.slavicek@stw.de SU1276@stw.de www.sti-bid.org www.steinbeis-hochschule.de  Prof. Dr. Günter Dhom Tel.: +49 30 293309-0 SU0812@stw.de www.sti-bid.org www.steinbeis-hochschule.de
Universität Witten/Herdecke	– Ästhetische Gesichtschirurgie (M.Sc.) – Implantologie (M.Sc.) (in Kooperation mit der Euro- päischen Fortbildungsakademie für Medizin und Zahnmedizin)  – Multiprofessionelle Versorgung von Menschen mit Demenz und chronischen Einschränkungen (M.A.)	Tel.: +49 89 189046-22 contact@efmz.de www.efmz.de www.uni-wh.de/gesundheits/zahnmedizin/ postgraduiertenprogramm  Otto Inhester Tel.: +49 2302 926-243 otto.inhester@uni-wh.de www.uni-wh.de/gesundheits/zahn- medizin/postgraduiertenprogramm
Universitätsklinikum Freiburg	– Parodontologie und Implantat- therapie (M.Sc.)	Rebekka Balsam Tel.: +49 761 270-47290 rebekka.balsam@uniklinik-freiburg.de www.masterparo.de

Bildungseinrichtung	Studiengänge	Kontakt
ZÄT-INFO Informations- und Fortbildungsgesellschaft für Zahnheilkunde GmbH, Ostbevern	– Craniomandibuläre und muskuloskeletale Medizin (M.D.Sc.)	Tel.: +49 2532 7330 info@zaet-info.de www.zaet.info
Danube Private University (DPU), Krems, Österreich (in Kooperation mit der PUSH GmbH)	– Ästhetisch-Rekonstruktive Zahnmedizin (MSc)* – Clinical Oral Surgeon/ Implantologist (MSc)** – Clinical Orthodontist (MSc)** – Dental-Technik (MSc) – Endodontie (MSc) – Kieferorthopädie (MSc)* – Orale Chirurgie/Implantologie (MSc)* – Parodontologie und Implantologie (MSc)*  * in Deutsch/Englisch ** nur in Englisch	Tel.: +43 676 842419-305 info@dp-uni.ac.at www.dp-uni.ac.at
Medizinische Universität Innsbruck, Österreich	– Craniomandibuläre und muskuloskeletale Medizin (M.D.Sc.) (in Kooperation mit ZÄT-INFO)	Ilona Peisser-Schatz Tel.: +43 512 9003-70020 lifelong-learning@i-med.ac.at www.i-med.ac.at/studium/fort_weiterbildung
Medizinische Universität Wien, Österreich	– Parodontologie (MClinDent) (in Kooperation mit der ÖGP)  – Prothetik – Interdisziplinäre Therapiekonzepte (M.D.Sc.) (in Kooperation mit der Medizinischen Universität Graz)	Brigitte Kneidinger Tel.: +43 1 40070-4101 paromaster@meduniwien.ac.at www.meduniwien.ac.at/paromaster  Tel.: +43 1 40070-4901 ulg-prothetik@meduniwien.ac.at www.meduniwien.ac.at/ulg-prothetik
Universität Bern, Schweiz Zahnmedizinische Kliniken	– Implantologie (MAS) – Kariologie, Endodontologie und Kinderzahnmedizin (MAS) – Kieferorthopädie (MAS) – Oralchirurgie und Implantatchirurgie (MAS) – Parodontologie und Implantat- zahnmedizin (MAS) – Rekonstruktive Zahnmedizin und Implantologie (MAS)	Tel.: +41 31 6322572 zentrale.dienste@zmk.unibe.ch www.zuw.unibe.ch
Universität Genf, Schweiz	– Dental Medicine (MAS)	Serge Bouillaguet Tel.: +41 22 3794107 serge.bouillaguet@unige.ch masters.unige.ch
Universität Zürich, Schweiz	– Parodontologie (MAS)	Prof. Dr. Patrick R. Schmidlin Tel.: +41 44 6342967 patrick.schmidlin@zsm.uzh.ch www.paro-master.ch



© Dragon Images/Shutterstock.com

# Fortbildung ist **Teamsache**

**Text:** Redaktion

Als Zahnärzte sind Sie stets dazu verpflichtet, Ihre Fähigkeiten fortzubilden und mit aktuellen Entwicklungen aus Industrie und Forschung Schritt zu halten. Ebenso wichtig wie Ihre Fortbildung ist die Weiterbildung des gesamten Praxisteam, welches hinter Ihnen steht. Teamschulungen rücken immer mehr in den Vordergrund und bringen sowohl für die Mitarbeiter selbst als auch für die Praxisinhaber wesentliche Vorteile mit sich.

Wer kennt nicht den 5-Jahres-Zeitraum, an dessen Ende im Idealfall 125 Punkte stehen sollten. Erfreulicherweise ist dies für viele Zahnärzte mehr Kür als Pflicht. Kontinuierlich streben sie nach neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen zur Weiterentwicklung ihrer eigenen Fähigkeiten.

Doch was passiert mit Ihrer Praxis und Ihrem Praxisteam, wenn Sie auf einer Fortbildung sind? Dank günstiger Veranstaltungsstrukturen bringen Fortbildungsveranstaltungen auch Mehrwerte für Ihre Mitarbeiter mit sich. Nehmen Sie Ihr Team einfach mit.

Denn nicht nur auf Ihre eigenen Fortbildungen kommt es an, genauso wichtig sind die Weiterbildungen der Mitarbeiter. Blicken Sie daher stets engagiert auf Ihr Team und dessen weitere Entwicklung. Dies steigert ebenfalls Ihren unternehmerischen Erfolg. Meist sind es Ihre Mitarbeiter, die den ersten Kontakt zu potenziellen Patienten bzw. Kunden haben. Daher gilt es, hier einen bestmöglichen ersten Eindruck zu hinterlassen.

## Pluspunkte auf beiden Seiten

Weiterbildungen bringen unterschiedliche Vorteile sowohl für das Team als Arbeitnehmer als auch für den Zahnarzt als Arbeitgeber mit sich.

Durch Teamschulungen können Sie sich als Zahnarzt Ihre eigenen Fachkräfte ausbilden, um mit der Konkurrenz und

neuen Entwicklungen mitzuhalten. Außerdem wirken Sie einem Fachkräftemangel entgegen und können sich das zusätzlich gewonnene Wissen für Ihre weitere Praxisentwicklung zunutze machen. Als Arbeitgeber werden Sie für potenzielle neue Mitarbeiter attraktiver. Bei krankheitsbedingten Ausfällen können Teamkollegen untereinander einspringen, da alle Mitarbeiter auf dem gleichen Wissensstand sind. Zusätzlich binden Teamschulungen die Mitarbeiter nicht nur aneinander, sondern auch an die Praxis. Gleichzeitig motivieren sie das Team auf ganzer Linie und regen es dazu an, seine Leistung zu steigern. Wenn Sie die Weiterbildungen im ganzen Team durchführen, stärken Sie nicht nur eine einzelne Person, sondern alle. So bündeln Sie die einzelnen Stärken und machen Ihr Team unschlagbar. Es führt zu einem gestärkten Wir-Gefühl, welches eine positive Außenwirkung hat. Dies steigert die Gruppendynamik und sorgt für einen besseren Workflow als Team.

Für die Mitarbeiter selbst verbessern sich durch Fortbildungen auch die eigenen Berufschancen auf dem Arbeitsmarkt, und sie können mit dem technischen Fortschritt mithalten, um den neuen beruflichen Anforderungen gerecht zu werden. Sie werden in ihrer Arbeit gefördert und können sich sowohl im Beruflichen als auch im Privaten selbst verwirklichen. Zudem stellen die Schulungen eine Abwechslung und positive Ergänzung zur Alltagsroutine dar.

PRÄZISE OPTIK, ITALIENISCHES DESIGN,  
2,5 BIS 6-FACHE VERGRÖSSERUNG

# LUPENBRILLEN: DIE NEUE KOLLEKTION IST DA!



Sonderpreise für  
Studenten!



Für weitere Informationen melden  
Sie sich bitte per E-Mail bei unserer  
Produktspezialistin Kerstin Schnitzenbaumer:  
[k.schnitzenbaumer@ADSystems.de](mailto:k.schnitzenbaumer@ADSystems.de)



# Teamschulungen

## für das ganze Praxispersonal

Heutzutage sind Fortbildungsveranstaltungen nicht mehr nur Chefsache, sondern bringen dank ausgeklügelter Veranstaltungsstrukturen Mehrwerte für das ganze Praxisteam mit sich. Daher bietet die OEMUS MEDIA AG Fortbildungsveranstaltungen für Zahnärzte, zahnmedizinische Fachangestellte und Zahntechniker. Die Kongresse der OEMUS MEDIA AG beinhalten neben dem wissenschaftlichen

Programm im Hauptplenum auch ein breites Angebot an vertiefenden Seminaren, Workshops, Hands-on-Kursen und Spezialistenkursen aller Teilgebiete der Zahnmedizin für das gesamte Praxisteam.

Im Folgenden finden Sie die kommenden Fortbildungsveranstaltungen für das gesamte Praxisteam sowie auf unserer Fortbildungsseite unter [events.oemus.com](http://events.oemus.com).

Datum	Veranstaltung	Seminare	Ort
23./24.02.2018	17. Unnaer Implantologietage		Unna
23./24.02.2018	Digitale Dentale Technologien 2018		Hagen
10.03.2018	19. Tag der KZVH – Frühjahrsfortbildung der Hessischen Zahnärzte		Frankfurt am Main
13./14.04.2018	Zahnheilkunde 2018 – Zahnärztetag Rheinland-Pfalz		Mainz
20./21.04.2018	V. NOSE, SINUS & IMPLANTS – Humanpräparate-Kurse für Implantologen		Berlin
27./28.04.2018	2. Trierer Forum für Innovative Implantologie		Trier
04./05.05.2018	IMPLANTOLOGY START UP	Implantologische Chirurgie von A–Z, Praxistage Endodontie 2018	Mainz
04./05.05.2018	19. EXPERTENSYMPOSIUM „Innovationen Implantologie“	Sinuslifttechniken und die Chirurgie der Kieferhöhle von A–Z	Mainz
04./05.05.2018	MUNDHYGIENETAGE 2018 (1)		Mainz
08./09.06.2018	Ostseekongress/ 11. Norddeutsche Implantologietage	Implantologische Chirurgie von A–Z, Sinuslifttechniken und die Chirurgie der Kieferhöhle von A–Z	Rostock-Warnemünde
15./16.06.2018	Jahreskongress der Internationalen Gesellschaft für Ästhetische Medizin (IGÄM)		Lindau

## WISSEN & WEITERBILDUNG

Datum	Veranstaltung	Seminare	Ort
15./16.06.2018	15. Jahrestagung der Deutsche Gesellschaft für Kosmetische Zahnmedizin (DGKZ)	Biologische Zahnheilkunde (Spezialistenkurs und Masterclass)	Lindau
22./23.06.2018	4. Jahrestagung der International Society of Metal Free Implantology (ISMI)	Biologische Zahnheilkunde (Spezialistenkurs)	Hamburg
07./08.09.2018	15. Leipziger Forum für Innovative Zahnmedizin	Sinuslifttechniken und die Chirurgie der Kieferhöhle von A–Z, Praxistage Endodontie 2018	Leipzig
14./15.09.2018	5. Hamburger Forum für Innovative Implantologie	Biologische Zahnheilkunde (Spezialistenkurs und Masterclass)	Hamburg
21./22.09.2018	EUROSYMPOSIUM/ 13. Süddeutsche Implantologietage		Konstanz
28./29.09.2018	1. Zukunftskongress für die zahnärztliche Implantologie/48. Internationaler Jahreskongress der DGZI		Düsseldorf
28./29.09.2018	MUNDHYGIENETAGE 2018 (2)		Düsseldorf
12./13.10.2018	9. Münchener Forum für Innovative Implantologie	Praxistage Parodontologie 2018	München
18. – 20.10.2018	59. Bayerischer Zahnärztetag		München
26./27.10.2018	3. Wiesbadener Forum für Innovative Implantologie	Implantologische Chirurgie von A–Z	Wiesbaden
09./10.11.2018	Implantologie im Ruhrgebiet/ 8. Essener Implantologietage	Praxistage Parodontologie 2018, Praxistage Endodontie 2018, Implantologische Chirurgie von A–Z	Essen
09./10.11.2018	8. Badische Implantologietage	Sinuslifttechniken und die Chirurgie der Kieferhöhle von A–Z	Baden-Baden
16./17.11.2018	Implantologieforum Berlin 2018		Berlin
22. – 24.11.2018	8. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Endodontologie und zahnärztliche Traumatologie (DGET)		Düsseldorf
23./24.11.2018	35. Jahrestagung des Berufsverbandes Deutscher Oralchirurgen (BDO)		Berlin
30.11./ 01.12.2018	Team Day der praxisHochschule Köln		Köln



# SCANORA<sup>®</sup> 3D

## Volumentomograph mit integriertem Panorama-Sensor

**Ergonomisch. Vielseitig. Qualitativ. Effektiv.**

*Der integrierte, elektronisch steuerbare Sitz ermöglicht eine sichere und exakte Positionierung des Patienten.*



### Ergonomisch

Die einzigartige AutoSwitch-Funktion wechselt automatisch zwischen 3D-Modus und 2D-Modus (Panorama-Aufnahme).

### Vielseitig

Vier Gesichtsfeldeinstellungen (FOV), einstellbar für die diagnostische Aufgabe und an jeder Stelle des Kopfes zu platzieren.

### Kompromisslose Qualität

Die erstmals eingesetzte Algebraische Rekonstruktionstechnik (ART) verbessert die Bildqualität, ist gegen Bildartefakte weniger empfindlich und verkürzt die Verarbeitungszeit.

### Effektiv

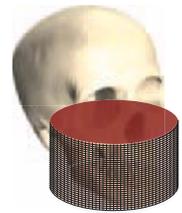
Die integrierte Bildbearbeitungssoftware enthält alle Tools für die Bearbeitung der diagnostischen Informationen und Behandlungsplanung.



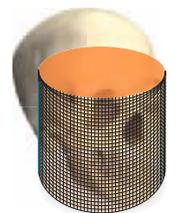
FOV 6 cm x 6 cm



FOV 7,5 cm x 10 cm



FOV 7,5 cm x 14,5 cm



FOV (Optional)  
13 cm x 14,5 cm

## Impressum

### Verleger:

Torsten R. Oemus

### Verlag:

OEMUS MEDIA AG  
Holbeinstraße 29  
04229 Leipzig  
Tel.: 0341 48474-0  
Fax: 0341 48474-290  
kontakt@oemus-media.de

Deutsche Bank AG, Leipzig  
IBAN DE20 8607 0000 0150 1501 00  
BIC DEUTDE8LXXX

### Verlagsleitung:

Ingolf Döbbecke  
Dipl.-Päd. Jürgen Isbaner (V.i.S.d.P.)  
Dipl.-Betriebsw. Lutz V. Hiller

### Produktionsleitung:

Gernot Meyer  
Tel.: 0341 48474-520  
meyer@oemus-media.de

### Redaktionsleitung:

Antje Isbaner  
Tel.: 0341 48474-120  
a.isbaner@oemus-media.de

### Redaktion

Marlene Hartinger  
Tel.: 0341 48474-133  
hartinger@oemus-media.de

### Produktmanager:

Simon Guse  
Tel.: 0341 48474-225  
s.guse@oemus-media.de

### Korrektorat:

Frank Sperling/Sophia Pohle  
Tel.: 0341 48474-125  
Marion Herner/Ann-Katrin Paulick  
Tel.: 0341 48474-126

### Art Direction:

Dipl.-Des. (FH) Alexander Jahn  
Tel.: 0341 48474-139  
a.jahn@oemus-media.de

### Satz:

Max Böhme  
Tel.: 0341 48474-118  
m.boehme@oemus-media.de

### Verlags- und Urheberrecht:

Das E-Book 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. Für unverlangt eingesandte Bücher und Manuskripte kann keine Gewähr übernommen werden. Bei Einsendung an die Redaktion wird das Einverständnis zur vollen oder auszugsweisen Veröffentlichung vorausgesetzt, sofern nichts anderes vermerkt ist. Mit anderen als den redaktionseigenen Signa oder mit Verfasseramen 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, insbesondere Marktübersichten, kann keine Gewähr übernommen werden. Eine Haftung für Folgen aus unrichtigen oder fehlerhaften Darstellungen wird in jedem Falle ausgeschlossen. Gerichtsstand ist Leipzig.









# EXPEDITION PRAXIS

20 **ZA** 17

# ORIENTIERUNGSHILFE

AUF DEM WEG ZUR  
ERFOLGREICHEN PRAXISGRÜNDUNG

Beantworten Sie die richtigen Fragen, dann finden Sie den für Sie richtigen Weg. Aber welche Fragen sind das? Wir haben Ihnen die nach unserer Einschätzung wichtigsten Fragen in einer Broschüre zusammengefasst. Als Orientierungshilfe auf Ihrem Weg in die Selbstständigkeit und auf Basis unserer berufsständischen Expertise. Profitieren Sie vom Erfahrungsschatz vieler Kollegen, die ihre Expedition schon erfolgreich gemeistert haben.



STELLEN SIE (SICH) DIE RICHTIGEN FRAGEN  
**DAS IST IHR KOMPASS!**

DIE BROSCHÜRE „EXPEDITION PRAXIS“  
KÖNNEN SIE ANFORDERN UNTER  
**0800 92 92 582 | [INFO@ZAAG.DE](mailto:INFO@ZAAG.DE)**

DIE ZA || ZA AG | ZA eG | ALEX | ZA NORD