

22. Oktober: 12. Deutscher Zahnärzte Unternehmertag

Wie können Zahnärzte unter schwierigen Rahmenbedingungen ihre Patienten bestmöglich behandeln, dem ärztlichen Ethos gerecht werden und ihre Praxis erfolgreich führen?



12. DEUTSCHER ZAHNÄRZTE
UNTERNEHMERTAG

MÜNCHEN 22. OKTOBER 2010
THE WESTIN GRAND MÜNCHEN ARABELLAPARK

■ Zahnärzte sind heute nicht mehr nur Mediziner. Sie sind mehr und mehr zu unternehmerischem Denken und Handeln veranlasst. Gleich-

zeitig müssen sie die Leistungen ihrer Praxis zeitgemäß und unverwechselbar an ihre Patienten herantragen. All dies geschieht unter schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen.

Spannungsfeld Ästhetik, Ethik und Wirtschaftlichkeit einander ab. Drei Referenten interpretieren das Leitthema „Grenzen der Zahn/Medizin - Ethik versus Ästhetik“ aus unterschiedlicher Perspektive. Spannung verspricht die anschließende Diskussionsrunde mit den Präsidenten der Bayerischen

Landeszahnärztekammer, Michael Schwarz und Christian Berger. Dabei geht es um die notwendigen Abgrenzungen zwischen den Anforderungen des freien Heilberufes einerseits und den zunehmend von ästhetischen Wünschen und Angeboten dominierten Gesundheitsmarkt andererseits.

Ethik versus Kosmetik

„Zahnheilkunde oder ‚nur‘ Kosmetik?“, fragt Prof. Dr. Thomas Imfeld.



• Prof. Dr. Thomas Imfeld

Der Leiter der Abteilung für Präventivzahnmedizin und Orale Epidemiologie im Zentrum für Zahn-, Mund- und Kieferheilkunde an der Universität Zürich, sieht klare Grenzen zwischen Zahnheilkunde und Kosmetik. Zahnheilkunde diene der Wiederherstellung und Erhaltung der oralen Gesundheit und Funktion. Idealerweise erfolge dies ästhetisch - also schön bzw. unsichtbar. Kosmetik sei reine Verschönerung. Kosmetische Zahnmedizin beseitige als Dienstleistungsdisziplin subjektiv emp-

fundene Schönheitsfehler - auch ohne medizinische Indikation, so Imfeld.



• Dr. Wilfried Beckmann

Ethik und Monetik

Der Präsident der Privatzahnärztlichen Vereinigung Deutschlands, Dr. Wilfried Beckmann, stellt sein Referat unter das Thema „Ethik und

Monetik in der täglichen Praxis für Zahnmedizin“. Beckmanns Ausgangspunkt ist die freiberufliche zahnärztliche Berufsausübung. Der Zahnarzt muss dem medizinischen Anliegen des Patienten Vorrang vor dem eigenen wirtschaftlichen Interesse geben. Fachliche Kompetenz und Unabhängigkeit haben ihren Preis: Zahnärzte müssen Honorare berechnen können, die ihnen eine sichere, angemessene Existenz garantieren. Größtmögliche Transparenz gegenüber den Patienten wie auch den Praxismitarbeitern hilft aus Sicht Beckmanns, diesen scheinbaren Widerspruch aufzulösen. Wie dies in der Praxis aussehen kann, verdeutlicht er in seinem Vortrag an einigen Beispielen.

Marketing leben – Zahnarzt sein

Roger Rankel, bekannt geworden durch den von ihm gemeinsam mit dem Zahntechniker Oliver Reichert di Lorenzen verfassten Bestseller



• Roger Rankel

„Das Einzige, was stört, ist der Patient“, übernimmt einen ganz anderen Part. Jeder ist ein „Verkäufer“, so die provokante These seines Beitrags. Er zeigt, wie Praxismarketing in der Zahnarztpraxis gelebt werden kann. Die zahnärztliche Leistung muss bestmöglich kommuniziert werden. Der Trainer für Vertriebsstrategien gibt direkt im Praxisalltag umsetzbare Tipps. Er zeigt, wie man ohne Werbung neue Patienten gewinnen kann, geht auf Mitarbeiterführung und -motivation ein und vermittelt, wie man Patientenzufriedenheit und Umsätze steigern kann.

Der DZUT findet im Anschluss an das wissenschaftliche Programm am 22. Oktober statt. Alle Teilnehmer des ersten Kongressstags können die Veranstaltung kostenfrei besuchen. Im Anschluss lädt das Get-together in der Dentalausstellung zum Entspannen und Plaudern ein. ◀

ANZEIGE

Entdecken

Überraschen

Begeistern

Geben Sie Ihrer Praxis ein Gesicht

...mit einer professionellen Praxisausstattung, vom Flyer über die Homepage bis zum eigenen individualisierten Patientenratgeber oder unserem beliebten Daumenkino mit dem Ablauf einer Implantation in 30 Schritten.

Wir bieten Ihnen das gesamte Spektrum des Praxismarketings und beraten Sie gern umfassend und kompetent zur Patientenbindung und -neugewinnung – alles aus einer Hand, hochwertig, unkompliziert, persönlich und mit einem offenen Ohr für Ihre Bedürfnisse und die Ihrer Patienten.

Überzeugen Sie sich jetzt selbst von den Qualitäten unserer Arbeit.

Weitere Informationen unter
www.nexilis-verlag.com
030 . 39 20 24 50

