

Kolumne
Digitaler Vertrieb für Dentallabore

Thorsten Huhn
handlungsschärfer



Es lebe die interaktive Labor-Website

In den Köpfen vieler Laborlenker hat sich die Einsicht durchgesetzt, dass eine eigene Homepage sein muss. Einzig der Zweck dieser nicht zahntechnischen Investition bleibt oftmals unklar. Im Internet nur vertreten und sichtbar zu sein, ist heutzutage aber zu kurz gesprungen. Was soll also eine Website leisten und was muss sie dafür mitbringen?

Ade statische Website

Ein Blick auf die Landschaft der Dentallabor-Internetpräsenzen ergibt ein diffuses Bild. Von der hochmodernen, responsiven, aufgeräumten und von Designerhand geprägten Website bis zur selbstgemachten Homepage findet sich quasi alles wieder. Nahezu alle Seiten haben eins gemeinsam: Sie informieren über das Labor und seine Leistungen, ohne eine weitere Handlungsempfehlung oder der Möglichkeit des digitalen Dialogs, d. h., dass der Webseitenbesucher nur informiert wird und dann direkt zum Telefon greifen müsste. Wie oft passiert so etwas?

Zweck: Kunden binden und gewinnen

Für eine reine Informationsseite mag der Ansatz ausreichend sein. Damit aber wird kein Kunde gebunden oder ein potenzieller Kunde angesprochen. Das sollte aber der Hauptzweck einer Website sein. Sie muss in die vertrieblichen Maßnahmen eines Labors eingebunden sein und bei der Kundenbindung und Akquise unterstützen. Zum Konzept des digitalen Vertriebs gehört eine eigene Internetpräsenz wie das Salz in die Suppe. Sie sollte im Endausbau der Dreh- und Angelpunkt für die digitale Kommunikation mit Kunden und solchen, die es noch werden sollen, sein.

Must-have: Weblog

Interaktion ist das A und O einer lebendigen Website. Sie bietet dem Besucher die Möglichkeit eines folgenden Schritts, ohne dass er gleich zum Telefon greifen muss. Damit ist in erster Linie die Integration eines Weblogs gemeint, der die statischen Inhalte in dynamische und interaktive Inhalte ummünzt. Die damit einhergehende Kommentarfunktion ist nicht nur eine Dialogmöglichkeit

für den Besucher, sondern auch für Google und Co. ein hochwertiger Inhalt – so schlägt man zwei Fliegen mit einer Klappe!

Darf es noch etwas sein?

Es gibt eine Vielzahl an Kundenbindungs- und Akquisemechanismen, die auf einer interaktiven Website integriert werden können. Ob elektronischer Newsletter, ein geschützter Kundenbereich für den Up- und Download von nicht öffentlichen Daten oder ein Shopsystem für Zahnersatz, alles muss dem Zweck der Website dienen: Sie leistet unterstützende vertriebliche Arbeit für das Labor, sie macht digitalen Vertrieb.

Natürlich erfordert eine interaktive Website auch entsprechende Pflege aufseiten des Labors. Die Blogs müssen geschrieben, die Newsletter mit Inhalt befüllt und die geschützten Kundendaten verarbeitet werden. Aufwand und Nutzen stehen dennoch in einem positiven Verhältnis, vor allem, weil die Reichweite des digitalen Vertriebs enorm groß sein kann. Beschränken Sie die Digitalisierung nicht auf die Herstellung von Zahnersatz, denken Sie auch im Vertrieb digital.

kontakt

Thorsten Huhn –
handlungsschärfer
Liegnitzer Straße 27
57290 Neunkirchen
Tel.: 02735 6198482
mail@thorstenhuhn.de
www.thorstenhuhn.de

Infos zum Autor



Die EU-MDR aus dem Blickwinkel des gewerblichen Dentallabors

Ein Beitrag von Horst-Dieter Deusser und Christian Mankel.

Gesetze sollen dem Schutz des Verbrauchers dienen – es geht um Mindeststandards. Das Interesse des Verbrauchers ist jedoch oft völlig anders gelagert: Er wünscht sich die für ihn individuell beste Leistung/das beste Produkt. Es schadet den Interessen des Verbrauchers, wenn man das Leistungsniveau absenkt, wenn nivellierende Regelungen eingeführt werden, mit denen keine wirkliche Verbesserung verbunden ist.

Der Nationale Normenkontrollrat hat in seinem Bericht an die Bundesregierung im Mai 2018 für bessere Rechtssetzung die Formulierung verwendet „Ob bestimmte Rechtsvorschriften gut sind, wird dabei je nach Blickwinkel und Wertvorstellungen oft unterschiedlich beurteilt. So haben Betroffene an das Recht meist andere Erwartungen als zum Beispiel Fachleute. Gleichzeitig wissen wir: In Deutschland können wir uns darauf verlassen, dass das Recht gilt und – wenn erforderlich – auch durchgesetzt und eingeklagt werden kann. Das setzen Bürgerinnen und Bürger, Unternehmen und die Verwaltung als selbstverständlich voraus“.

„Man sollte die Originaltexte gründlich lesen und sich gleichzeitig mit den bereits im Umlauf befindlichen ‚Umsetzungshilfen‘ kritisch auseinandersetzen.“

Auch wenn die meisten legislativen Maßnahmen in zweifellos guter Absicht entstehen, sind die Resultate daraus, gerade für den Mittelstand mit seinen Handwerksbetrieben als Rückgrat, oft nicht zielführend, ja sogar leistungshemmend und qualitätsmindernd. Sie kosten Geld und schaffen unnötige bürokratische Belastungen für verbrauchernahe schützenswerte Klein- und Mittelstandsbetriebe, in denen oftmals auch der Hauptteil der beruflichen Ausbildungsleistung und Nachwuchsförderung erbracht wird.

Datenschutz-Grundverordnung

Die neue Datenschutz-Grundverordnung (EU-DSGVO) und deren Umsetzung in Deutschland haben im Frühjahr 2018 dazu geführt, dass auf den großen Internetplattformen ein paar Klicks mehr gemacht werden mussten. Jeder macht das Häkchen, denn sonst kommt er nicht weiter. Der Verwaltungsaufwand bei den „Kleinen“, z. B. Arztpraxen und Handwerksbetrieben, wurde hingegen merklich erhöht. Folgen: Zeitverlust, Kosten und Unannehmlichkeiten (z. B. längere Wartezeiten für Verbraucher). – Solche Folgen müssen vermieden werden. Idealerweise durch rechtzeitige Einflussnahme auf Gesetzgeber und Behör-



Neue EU-Medizinprodukte-Verordnung (MDR)

Die neue EU-Medizinprodukte-Verordnung (MDR) ersetzt die aktuelle Medizinprodukte-Richtlinie (93/42/EWG) sowie die Richtlinie über aktive implantierbare medizinische Geräte (90/385/EWG).

Die Verordnung über Medizinprodukte (Medical Device Regulation, MDR) wurde am 5. Mai 2017 veröffentlicht und trat am 25. Mai 2017 in Kraft. Für Hersteller von bereits zugelassenen Medizinprodukten gilt aktuell noch eine Übergangsfrist von drei Jahren, das heißt, dass bis zum 26. Mai 2020 Zeit besteht, um die Anforderungen der MDR zu erfüllen. Dentallabore sind Hersteller von Sonderanfertigungen im Sinne des Medizinprodukterechts. Hieran hat die neue europäische Medizinprodukte-Verordnung erst einmal nichts geändert. Die MDR unterscheidet sich zu dem Ihnen allen geläufigen MPG durch eine tiefer gehende Präzisierung der Produktsicherheit. Sie ist ihrem Ursprung nach ebenfalls ein „Verbraucher-, sprich Patientenschutzgesetz“ und soll den „Lebenslauf“ eines Medizinprodukts von dessen Entstehung über den Eingliederungsprozess hinaus dokumentieren und regeln.

Infolgedessen kommt es in vier Bereichen zu einem Anpassungsbedarf:

- Ausgestaltung der Konformitätserklärung
- Systeme zum Qualitäts- und Risikomanagement/Chargenrückverfolgbarkeit

ANZEIGE

Scheideanstalt.de

Ankauf von Dentalscheidgut

- tagesaktuelle Ankaufskurse
- professionelle Edelmetall-Analyse
- schnelle Vergütung

ESG Edelmetall-Service GmbH & Co. KG
+49 7242 95351-58
www.Scheideanstalt.de

ESG Edelmetall-Service GmbH
+41 55 615 42 36
www.Scheideanstalt.ch



- System zur Produktbeobachtung/ Erfassung von Vorkommnissen
- Bestellung der „für die Einhaltung der Regulierungspflichten verantwortlichen Person“ gemäß Artikel 15 MDR

Wie geht man als verantwortlicher Interessenvertreter nun idealerweise vor, um den Änderungsbedarf für die Betriebe möglichst effektiv umzusetzen?

Man erreicht dies, indem man die Originaltexte (dabei sind die deutsche, aber auch die englische Originalversion gemeint) gründlich liest und sich gleichzeitig mit den bereits im Umlauf befindlichen „Umsetzungshilfen“ kritisch auseinandersetzt. Das nachfolgende Beispiel zeigt anhand der Verwendung der Pronomina its oder his die daraus entstehenden sinnverfälschenden Ergebnisse im Deutschen. Dies gilt es, zu verhindern.

„The manufacturer shall undertake to keep available for the competent national authorities documentation that indicates its manufacturing site or sites and allows an understanding to be formed of the design, manufacture and performance of the device, including the expected performance, so as to allow assessment of conformity with the requirements of this Regulation.“

Deutsch: „Der Hersteller verpflichtet sich, für die zuständigen nationalen Behörden die Dokumentation bereitzuhalten, die seine Fertigungsstätte bzw. Fertigungsstätten angibt und aus der die Auslegung, die Herstellung und die Leistung des Produkts, einschließlich der vorgesehenen Leistung, hervorgehen, sodass sich beurteilen lässt, ob es den Anforderungen dieser Verordnung entspricht.“

Hier besteht ein Übersetzungsfehler: „its“ kann sich nicht auf den Hersteller beziehen, sondern auf das Produkt, denn im gesamten Text ist „manufacturer“ männlich gebraucht, es müsste also „his“ heißen.

Zum Vergleich: CHAPTER VI CLINICAL EVALUATION AND CLINICAL INVESTIGATIONS Article 61 Clinical evaluation

A manufacturer of a device demonstrated to be equivalent to an already marketed device not manufactured by him, may also rely on paragraph 4 in order not to perform a clinical investigation provided that the following conditions are fulfilled in addition to what is required in that paragraph:

Die Übersetzung, seine Fertigungsstätte/seiner Fertigungsstätten, ist nachgewiesenermaßen falsch! Die richtige Übersetzung lautet demnach: Der Hersteller verpflichtet sich, für die zuständigen nationalen Behörden die Dokumentation bereitzuhalten, welche die Fertigungsstätte bzw. Fertigungsstätten des Produkts angibt und aus der die Auslegung, die Herstellung und die Leistung des Produkts, einschließ-

lich der vorgesehenen Leistung, hervorgehen, sodass sich beurteilen lässt, ob es den Anforderungen dieser Verordnung entspricht. Es müssen demnach alle, also auch fremde, nicht nur „eigene Fertigungsstätten“ angegeben werden. Dies entspricht auch den Interessen unseres Handwerks, weil es z.B. die Vorgehensweise der „Veredler“ offenlegt.

In Conclusio für das Zahntechniker-Handwerk

Der Meisterbrief muss, in unserem mehr noch als in allen anderen Handwerken, Dreh- und Angelpunkt für die Sicherung der Qualität sein. Entsprechend sehen wir seine Rolle bislang im MPG, zukünftig auch in der MDR.

MINIMALISTISCH umsetzen und dabei die Rolle des Zahntechnikermeisters stärken, das ist der Weg für die Zukunft der MDR, die des Zahntechniker-Handwerks insgesamt und der beste Dienst am Patienten, dem die beste Qualität stets zugänglich sein muss.

kontakt



Christian Mankel
Geschäftsführer
Zahntechniker-Innung Rhein-Main
Kettenhofweg 14 – 16
(Haus des Handwerks)
60325 Frankfurt am Main
Tel.: 069 956799-10
c.mankel@zti-rhein-main.de
www.zti-rhein-main.de

kontakt



Horst-Dieter Deusser
Obermeister der
Zahntechniker-Innung Rhein-Main
Geschäftsführendes Vorstandsmitglied der Klaus Kanter Stiftung
Kettenhofweg 14–16
(Haus des Handwerks)
60325 Frankfurt am Main
Tel.: 069 956799-0
obermeister@zti-rhein-main.de



SHERAprint model UV smoky white

3D-Druck-Kunststoff

Richtig schön was fürs Auge ist das 3D-Druckmaterial SHERAprint-model UV. In der Farbe smoky white lässt das Modell ihre Arbeit erstrahlen, nichts lenkt ab, es ist die perfekte Basis für ästhetische Arbeiten.

Auch für
Anycubic Photon,
Asiga Max und
andere Rapid Shape-
3D-Drucker



SHERA Werkstoff-Technologie GmbH & Co. KG
Tel.: + 49 (0) 54 43 - 99 33 - 0 · www.shera.de