

# Neuen Strukturen beeinflussen künftige Entscheidungsprozesse



**Antje Isbaner**

Redaktionsleiterin ZWP Zahnarzt Wirtschaft Praxis

## ***Liebe Leserinnen und Leser,***

die Ihnen vorliegende Ausgabe des ZWP *spezial* war in diesem Jahr als „IDS-Vorschau“ gedacht. Mit der zwischenzeitlich erfolgten Verlegung der Internationalen Dental-Schau (IDS) auf den September mussten wir zwar umdisponieren, was aber nicht zwangsläufig bedeutet, dass es in der Dentalbranche keine innovativen Entwicklungen gibt. Welche Trends derzeit zu beobachten sind und welche Auswirkungen sie haben, möchten wir Ihnen mit der vorliegenden Ausgabe in kompakter Weise näherbringen.

## Digitalisierung

Die Digitalisierung ist der Megatrend. Man kann es zwar manchmal kaum noch hören, aber die Digitalisierung in der Zahnmedizin schreitet unaufhaltsam voran und damit auch der Grad der digitalen Vernetzung aller Prozesse. Mit neuen Verfahren und Methoden bis hin zum Einsatz von künstlicher Intelligenz wird versucht, die Qualität und Effizienz zu verbessern.

Vor allem die digitale Bildgebung, speziell aber die digitale Abformung (Intra- und Extraoralscanner), ist die Grundlage für den vollständigen digitalen Workflow. Die Zielgruppe ist in Anbetracht der Kosten noch immer etwas zurückhaltend und sieht derzeit, angesichts bestehender und funktionierender Systeme, noch nicht unbedingt die „Notwendigkeit“ zur Digitalisierung. Die Entwicklung lässt sich aber nicht aufhalten.

Gerade in der Implantologie avanciert der vollständige digitale Workflow inzwischen zum Maß der Dinge und ist auch konzeptionell nicht mehr wegzudenken. Auch in der Kieferorthopädie eröffnet die Digitalisierung neue Möglichkeiten, was sich derzeit u. a. auf dem Gebiet der Alignertherapie niederschlägt.

## Marketing

Zum Digitalisierungstrend zählen im weitesten Sinne auch das Onlinemarketing und die Patientenkommunikation. Die Zahnarztwahl oder Terminvereinbarungen – das Internet spielt inzwischen dabei eine herausragende Rolle. Bereits jeder Dritte sucht seinen (Zahn-)Arzt im Internet, so eine Studie der Deutschen Apotheker- und Ärztekammer. Bei den 18- bis 39-Jährigen liegt der Anteil mit 43 Prozent sogar noch höher. Gleichzeitig unterstützen die digitalen Möglichkeiten das allgemein gestiegene Gesundheitsbewusstsein innerhalb der Bevölkerung. Informationen sind leicht zugänglich, man kann vergleichen und kompetent Entscheidungen treffen. Ein professionelles, effizientes und zielgruppenspezifisches Onlinemarketing ist für den Erfolg einer Zahnarztpraxis inzwischen unabdingbar.

## Individualisierte Therapien

Das gestiegene Gesundheitsbewusstsein innerhalb der Bevölkerung schlägt sich inzwischen auch in einer signifikant verbesserten Mundgesundheit nieder. Deutschland erreicht im internationalen Vergleich in den Bereichen Karieserfahrung, Parodontitis und völlige Zahnlosigkeit positive Spitzenwerte. Gleichzeitig hat aber auch der demografische Wandel Auswirkungen auf die Nachfragesituation bei spezifischen zahnmedizinischen Leistungen. So verschiebt sich die Prävalenz von Karies- und Parodontalerkrankungen immer mehr ins höhere Alter mit entsprechend steigendem Behandlungsbedarf. Nicht nur in diesem Kontext gewinnt eine stärkere Ausrichtung auf die Alterszahnmedizin und in diesem Zusammenhang auch die interdisziplinäre Vernetzung mit anderen Leistungserbringern an Bedeutung.

## Biologisierung

Die Grundpfeiler der Zahnmedizin, wie Endodontie, Implantologie, Oralchirurgie, Kieferorthopädie und Parodontologie etc., funktionieren. Auch mit Unterstützung der Industrie konnten hier in den letzten Jahren deutliche Fortschritte erreicht und die Behandlungserfolge maximiert werden. Inzwischen rücken aber immer mehr auch ganzheitliche Aspekte mit entsprechenden neuen Behandlungskonzepten in den Fokus. Durch die verstärkte Herstellung des Zusammenhangs von Mund- und Allgemeingesundheit kann perspektivisch auch eine Lücke in der Grundversorgung geschlossen werden. Selbst individuelle Ernährungskonzepte und Gesundheitspläne werden dabei vermehrt nachgefragt. Unter dem Stichwort „Biologisierung“ gewinnt auch der Einsatz von Blutkonzentraten oder Vitamin D im Zuge der zahnärztlichen Behandlungsoptionen enorm an Bedeutung.

## Allgemeine Trends

Viele weitere Faktoren, wie die Feminisierung der Zahnmedizin, neue Arbeitszeitmodelle, die Entwicklung neuer Praxis- und Businesskonzepte mit entsprechend neuen Strukturen und vieles andere mehr, werden Einfluss auf künftige Entscheidungsprozesse haben.

## Pandemie

Augenblicklich hält uns die Corona-Pandemie noch in Schach, was auch in den Zahnarztpraxen spürbar ist. Laut Bundeszahnärztekammer gab es im 2. Halbjahr 2020 gegenüber dem Vorjahr einen Umsatzrückgang von mehr als einem Drittel. Im April 2020 waren es sogar 47 Prozent. Ein wesentlicher Grund war z. B., dass die Patienten auch ungeachtet höchster Hygienestandards in den Praxen auf kontrollorientierte Besuche und Prophylaxemaßnahmen wie die professionelle Zahnreinigung verzichtet haben – trotz höchster Hygienestandards und durchgängiger Erreichbarkeit der Praxen. Hier ist in der Patientenkommunikation sicherlich noch Luft nach oben.

## Fortbildung

Spannend ist in diesem Zusammenhang auch die Entwicklung im Fortbildungssegment. Viele Anbieter, Kammern, Fachgesellschaften und auch die Industrie sind aus Gründen der Alternativlosigkeit auf Online-Formate ausgewichen. Die Angebote sind inzwischen sehr vielseitig und auch professionell. Sie reichen vom Podcast, über Web-Tutorials, Web-Interviews, Webinare bis hin zu Live-OPs oder auch Hybridveranstaltungen. Eines wird dabei aber deutlich: Die Online-Fortbildungen sind kein vollständiger Ersatz für Präsenzveranstaltungen. Die Gespräche mit Referenten, der kollegiale Austausch untereinander und auch mit den Fachberatern der Industrie sind nicht vollständig zu ersetzen. Insbesondere auch die praktischen Aspekte, die in Hands-on-Kursen oder Table Clinics vermittelt werden, sind online nur schwer darstellbar. Erleben werden wir aber, dass die dentale Fortbildung noch deutlich vielschichtiger werden und sich dabei wesentlich stärker an den veränderten Informationsbedürfnissen der Zielgruppe ausrichten wird.



Ihre  
Antje Isbaner  
Redaktionsleiterin ZWP Zahnarzt Wirtschaft Praxis

Infos zur Autorin

Wenn Sie Ihren Augen nicht trauen, haben Sie die Produktvielfalt von Sego® neuentdeckt –

Erwarte MEHR

mySego  
schon ab **729,-€\***  
dokumentieren für  
bis zu **4\*** oder bis zu **8\*** Geräte.  
Plattformunabhängige &  
vollautomatische Dokumentation  
aller Hygieneprozesse  
in Ihrer Praxis.

Instrumentenaufbereitung **optimal** dokumentiert

MEHR Lösungen.  
MEHR Qualität.  
MEHR Hygiene.



[www.sego soft.info](http://www.sego soft.info)

\* zzgl. Jahresgebühr, abhängig von der Anzahl der Geräte

