

Lohnt sich der Prophylaxe-Shop in der Zahnarztpraxis?

Stehen Aufwand und Nutzen im richtigen Verhältnis? Diese Fragen stellen sich immer noch viele Zahnarztpraxen, wenn sie an den Verkauf von Mundhygieneartikeln und die Einrichtung eines Prophylaxe-Shops in ihrer Praxis denken. Um es kurz zu machen: Die Antwort ist ein klares „ja, aber ...“.

DIRK DUDDECK/HEIDELBERG

Das heißt, man muss sich schon etwas intensiver mit dieser Problematik beschäftigen, um einerseits die klaren Vorteile für die eigene Praxis zu erkennen und andererseits die berufs- und steuerrechtlichen „Spielregeln“ zu verstehen. Sonst läuft die Praxis Gefahr, entweder mit der eigenen Kammer (bzw. den Kollegen von nebenan) oder mit dem Finanzamt unliebsame Erfahrungen zu machen. Hält sich die Praxis allerdings an wenige klare Regeln, bietet der gut organisierte und professionell umgesetzte Verkauf von Mundhygieneartikeln ein ganzes Bündel von Vorteilen, die den Erlös aus dem Verkauf einzelner Mundhygieneartikel in den Hintergrund treten lassen. Ebenso wichtig, wie die wirkungsvolle Gestaltung und die technischen Details des Shops als Präsentationsfläche ist seine aus Marketingsicht gesehene besondere strategische Positionierung in der Zahnarztpraxis. Es will also gut überlegt sein, wo der Shop aufgestellt wird und welche Rolle das Praxisangebot an Mundhygieneartikeln in den Patientengesprächen haben soll. Denn ein gut organisiertes und professionell präsentiertes Sortiment an Mundhygieneartikeln stellt nicht nur für Patienten eine erstklassige Serviceleistung dar, sondern bietet der Praxis auch eine ideale Plattform, Patienten auf andere Leistungsangebote wie die professionelle Prophylaxe oder Möglichkeiten der Zahnaufhellung anzusprechen. Wenn der Verkauf von Mundhygieneartikeln mehr sein soll als ein kleines Nebengeschäft, muss das gesamte Praxisteam die besondere Rolle dieses Angebotes und die Bedeutung für die Praxis erkennen. Nur bei optimaler Integration dieses Serviceangebotes in den Praxisablauf profitieren alle – die Prophylaxe-Kraft, der Zahnarzt und – am allerwichtigsten – der Patient.

Welche Mundhygieneartikel darf eine Zahnarztpraxis überhaupt verkaufen?

Unter dem Begriff Mundhygieneartikel werden alle Zahn- und Mundpflegeartikel zusammengefasst, die nicht den Arzneimitteln zugeordnet sind. Die Grenze zu den Arzneimitteln würde überschritten, wenn die in der Zahnarztpraxis angebotenen Produkte vorwiegend zur Beseitigung oder Linderung von Krankheiten bestimmt wären. In der Konsequenz darf der Zahnarzt also apothekenpflichtige Arzneimittel im Sinne des Arzneimittelgesetzes (AMG) nicht in sein Verkaufsangebot für Mund-

hygieneartikel aufnehmen. Ein Verkauf von apothekenpflichtigen Arzneimitteln an seine Patienten wäre ein Verstoß gegen das Verbot des § 43 Abs. 1 AMG. Mundhygieneartikel, wie Zahnbürsten, Zahnpasten und Mundspüllösungen, sind hingegen kosmetische Produkte im Sinne des Lebensmittel- und Bedarfsmittelgesetzes, die dazu bestimmt sind, äußerlich beim Menschen oder in seiner Mundhöhle zur Reinigung und Pflege angewendet zu werden.

Wo ist der beste Präsentationsplatz für den Prophylaxe-Shop?

Der beste Präsentationsplatz für Mundhygieneartikel ist zweifellos eine ansprechende Glasvitrine, die im Empfangsbereich der Zahnarztpraxis am sinnvollsten aufgestellt ist. Hier können die Patienten den Prophylaxe-Shop am besten wahrnehmen. Zugleich ist der gesamte Shopbereich unter Beobachtung der Mitarbeiter, sodass

