

Erfolgreiche Praxisführung
für Zahnärztinnen
und Zahnärzte

DENTAL & WIRTSCHAFT

IT-Sicherheit

**Das Risiko einer
Cyber-Attacke**

S. 16

Burnout-Prävention

**Erst das Team,
dann die Patienten**

S. 22

Praxiskonzepte

**Zahnarztpraxis im
Wandel der Zeit**

S. 27

Fachkräftemangel

**Tipps für
erfolgreiches
Recruiting**

S. 28



Rundum Happy?

Na klar! Factoring- und Abrechnungsqualität vom Marktführer in der
zahnärztlichen Privatliquidation. Maßgeschneiderte Factoringlösungen
für alle Praxisarten.

Interesse? Kontaktieren Sie uns: 0711 99373-4993 oder kontakt@dzr.de.
www.dzr.de



Carmen Bornfleth
Redaktion



E-Mail:
carmen.bornfleth@medtrix.group

Impulse für eine erfolgreiche Zukunft Ihrer Zahnarztpraxis

**Liebe Leserin,
lieber Leser,**

vor Ihnen liegt die erste Ausgabe unserer neuen Zeitschrift **DENTAL & WIRTSCHAFT**.

Die Herausforderungen für eine Zahnarztpraxis sind heute größer denn je. Die Gründe dafür sind vielfältig. Zeit ist ein kostbares Gut. Deshalb wollen wir Sie zukünftig sechsmal jährlich dabei unterstützen, Ihr Unternehmen Zahnarztpraxis in eine erfolgreiche Zukunft zu führen.

Die **D&W** beschäftigt sich vor allem mit den Themen, die neben der eigentlichen Patientenbehandlung für Ihre Praxis wichtig sind. Heutzutage nehmen diese Aufgaben viel Zeit und Aufmerksamkeit in Anspruch. Wir liefern Ihnen neue Denkansätze und umsetzbare Tipps und Tricks. Sie bekommen fundierte Unterstützung bei betriebswirtschaftlichen, rechtlichen und praxisorganisatorischen Aufgaben sowie aktuelle Nachrichten rund um die Themen Steuern, Abrechnung, Wirtschaftlichkeit, Finanzen, Vorsorge, Digitalisierung und mehr. Der Fachkräftemangel ist aktuell eines dieser Themen, das viele Praxen beschäftigt: Wie und wo finde ich das passende Personal? Welche Rolle spielt dabei die eigene Homepage? Spannende Fragen, auf die Sie ab Seite 28 Antworten finden.

Im Interview ab Seite 10 geben wir einen Einblick in die Denkweise der jüngeren Generation. Zino Volkmann ist aktuell noch Student. Er hat aber klare Vorstellungen und auch konkrete Pläne, wenn es um die Zukunft der Zahnmedizin geht.

Gesundheitsökonom Mathias Leyer richtet seinen Blick auf Zahnarztpraxen in den 70er Jahren und die Entwicklung bis heute. Vor rund 50 Jahren gab es aufgrund einer geringen Zahnarzt-dichte keinen direkten Wettbewerb. Heute gilt es mehr denn je mit Aufmerksamkeit und Empathie zu überzeugen und mit einem schlüssigen Praxiskonzept die Patientenwünsche zu erfüllen. Spannende Impulse gibt es auch in unserem Podcast „What’s up Doc?! - Sprechstunde mal anders“. Sie finden diesen auf unserer Homepage **www.dental-wirtschaft.de**. Es lohnt sich regelmäßig reinzuschauen. Neben aktuellen Meldungen können Sie dort auch unseren Newsletter abonnieren.

Jetzt sind die Blicke der Dentalbranche erst einmal in Richtung Köln gerichtet. Es dauert nicht mehr lange, dann öffnet die IDS ihre Tore. Die MedTrix Group finden Sie vom 14. bis 18. März 2023 in **Halle 11.3, Stand J060**. Bei unserer Verlosung unter dem Motto „Golfen und gewinnen“ erwarten Sie attraktive Preise. Wir freuen uns über Ihren Besuch.

Viel Spaß bei der Lektüre wünscht



Die Zukunft der Zahnmedizin aus Sicht eines Studenten

Zino Volkmann, ein kompetenter Gesprächspartner der Generation Z, zu Entwicklungen und Problemfeldern in der Zahnmedizin.



Das unterschätzte Risiko einer Cyber-Attacke

Ein Cyber-Angriff kann jede Praxis treffen. Wie kann man sich schützen und welche Konsequenzen drohen? Martin Stromberg berichtet.



Sonderabschreibung für bewegliche Wirtschaftsgüter

Steuer-Expertin Sabine Banse-Funke beantwortet Fragen rund um die vorgezogene Steuerersparnis durch Sonderabschreibungen.

AKTUELLES

- 06 Übergangsfrist der MDR **BDIZ EDI sieht Verlängerung als Tropfen auf den heißen Stein**
- 06 Prävention, PZR und Politur **Initiative ProPolitur startet mit namhaften Partnern**
- 08 Neue kostenlose Broschüren **IfK unterstützt bei Aufklärungsarbeit**
- 08 Herausforderungen für die Praxis **Digitalisierung geht nicht nebenbei**

DENTALHYGIENE

- 09 Listerine Prophylaxe-Tipp Nr. 1 **Mundspülungen on Top: Neue Studien zeigen Zusatznutzen**

FOKUS

- 10 Interview mit Zino Volkmann **Die Zukunft der Zahnmedizin aus Sicht eines Studenten**

FAKTEN

- 12 Praxen und Strukturen **Welchen Beitrag können Praxisnetzwerke und Z-MVZs leisten?**

ABRECHNUNG

- 14 GKV-Finanzstabilisierungsgesetz **Auswirkungen auf Verwaltung und Abrechnung in der PAR**
- 15 Hätten Sie es gewusst? **Prothesen aus Valplast sind Kassenleistung - Festzuschuss ist zu gewähren**

FINANZEN

- 16 IT-Sicherheit **Das unterschätzte Risiko einer Cyber-Attacke**
- 18 Geringe Kosten, hohe Rendite **Hat Qualität bei der Geldanlage ihren Preis?**

RECHT

- 19 Fallstricke vermeiden **4 Tipps für eine erfolgreiche Praxisübernahme**

STEUERN

- 20 Steuertipp **Steuern sparen mit der Sonderabschreibung für bewegliche Wirtschaftsgüter**

PRAXISMANAGEMENT

- 22 Prävention vor Burnout **Erst das Team, dann die Patienten**
- 24 Strategiefindung **So erreichen Sie Ihre Praxisziele**
- 27 Praxiskonzepte gestern und heute **Die Zahnarztpraxis im Wandel der Zeit**
- 28 Passendes Personal finden **Wie gutes Recruiting funktioniert**
- 30 Mitarbeitergewinnung **Mit Recruiting-Videos zum passenden Praxispersonal**
- 32 Personalbindung **Fördern Sie das Wohlbefinden im Team**
- 33 Sichtbar werden in der Region **Mehr Sichtbarkeit zur Gewinnung von Patienten und Mitarbeitern**

STUDIEN

- 34 Blick in die Wissenschaft **Rauchstopp vor zahnärztlicher Therapie?**
- 35 Blick in die Wissenschaft **Unerwünschte Nebenwirkungen bei Amoxicillin und Metronidazol?**

FORTBILDUNG

- 36 DZR Kongress 2023
- 36 „Are You Investor Ready?“
- 37 Nachhaltiger ITI-Kongress
- 37 Sundowner auf Sylt

MARKT

- 38 NWD heisst jetzt Plandent
Stabilität wird ein bestimmendes Thema im Markt

BRANCHEN-NEWS

- 40 Neuer Katalog von Permidental
„Zahnersatz von A-Z“ gedruckt oder als E-Paper
- 40 kununu Award für Dürr Dental
Erneut als Top-Arbeitgeber ausgezeichnet

NACHHALTIGKEIT

- 41 Umweltbewusstsein
Nachhaltige Tipps für die Zahnarztpraxis

RUBRIKEN

- 03 Editorial
- 42 Aufgespießt
- 42 Impressum

TITELGESCHICHTE 28



Erfolgreiches Recruiting
Wir verraten Ihnen fünf Tricks, mit denen Sie das passende Personal für Ihre Praxis finden.

3M Science.
Applied to Life.™

Abformung nur vom

Abform-Weltmeister!

3M™ Impregum™ Polyether Abformmaterial
3M™ Imprint™ 4 VPS Abformmaterial

Jetzt
kostenlose
Demo
anfordern!



Impregum™ Polyether
go.3M.com/
impregumdemo



Imprint™ 4 VPS
go.3M.com/
imprintdemo

Wir freuen uns auf Ihren Besuch | 14. bis 18.03.23 | Halle 4.2, G090



Erneute Übergangsfrist für EU-Medizinprodukteverordnung

BDIZ EDI sieht Verlängerung als Tropfen auf den heißen Stein

Die Probleme mit der Implementierung der Anforderungen der EU-Medizinprodukteverordnung MDR an die Hersteller von Medizinprodukten sind seit Anfang an drückend. Jetzt hat EU-Gesundheitskommissarin Stella Kyriakides nach langem Zögern endlich reagiert. Aber sind die Lösungen nur ein Tropfen auf den heißen Stein?

Der BDIZ EDI begrüßt zwar die weitere Verschiebung der in Artikel 120 MDR festgelegten Übergangsbestimmungen. Damit sollen die massiven Probleme bei der Re-Zertifizierung von Bestandsprodukten abgefedert werden. Der BDIZ EDI kritisiert aber nach wie vor, dass die EU-Kommission an dem Bürokratiemonster MDR eisern festhält. Inhaltlich wird sich nichts ändern. Nach wie vor fehlen Benannte Stellen, das Zertifizierungsverfahren ist kompliziert und teuer. Insbesondere mittelständische und kleine Unternehmen mit Produktion in kleiner Stückzahl sind besonders betrof-

fen. In einer vom BDIZ EDI 2019 anonymisiert durchgeführten Befragung der Dentalindustrie kündigten über 45 Prozent der teilnehmenden Hersteller an, Produkte wegen der MDR vom Markt zu nehmen. Der BDIZ EDI fürchtet, dass sich die Situation bis heute deutlich verschärft hat. BDIZ EDI-Präsident Christian Berger: „Das wird sich natürlich auch in den Zahnarztpraxen auf die Behandlung der Patientinnen und Patienten auswirken. Unseren Befürchtungen zufolge – und damit sind wir nicht allein – werden kleine und mittelständische Medizinproduktehersteller und Hersteller von Nischenprodukten viele zahnärztliche Produkte vom Markt nehmen oder als Firma nicht mehr lange durchhalten.“

Die neuen Fristen hängen von der Risikoklasse des Medizinprodukts ab und sollen sicherstellen, dass Anwender wie Zahnärzte und Ärzte für ihre Patienten weiterhin Zugang zu Medizinprodukten

haben. Für Produkte mit höherem Risiko, wie zum Beispiel Implantate (Brustimplantate, Hüftimplantate usw.), gilt eine kürzere Übergangsfrist bis Dezember 2027 als für Produkte mit mittlerem und geringerem Risiko, wie zum Beispiel Instrumente oder Spritzen, die bis Dezember 2028 Zeit für die MDR-Zertifizierung haben. Außerdem entfällt ein Ausverkaufsdatum, das heißt, Produkte, die nach dem geltenden Rechtsrahmen in Verkehr gebracht wurden und noch verfügbar sind, können auf dem Markt bleiben. Die Forderung des BDIZ EDI lautete bereits vor der Corona-Pandemie, die Umsetzung u. a. aufgrund fehlender Benannter Stellen und der fehlenden Funktionalität der zentralen Datenbank EUDAMED um einige Jahre zu verschieben. Keines der mit der MDR angestrebten Ziele sei zum ursprünglichen Geltungstag zu erreichen, so die damalige Prognose des BDIZ EDI.

www.bdizedi.org

Prävention, PZR und Politur

Initiative ProPolitur startet mit namhaften Partnern

Die neue Initiative ProPolitur schafft Bewusstsein zugunsten der Prävention, der PZR und der Politur – sowie dem Stellenwert der „Erhaltungsphase“ zwischen PZR-Terminen. Sie beschäftigt sich konsequent mit der ganzheitlichen indikationsbezogenen Prophylaxe.

Namhafte Industrie-Partner und Fachverbände unterstützen den Standpunkt, dass es in der Prävention nicht das „One fits all“-Protokoll zur Reduktion von Karies, Gingivitis und Parodontalerkrankungen gibt. Adäquat und substanziiell ausgebildete Fachkräfte, ZMP oder auch DentalhygienikerInnen sind Experten für Prävention. Sie schätzen die Auswahl an den zur Verfügung stehenden Technologien und Produkten, die von unzähligen Dentalunternehmen entwickelt

und vertrieben werden. Gemeinsames Credo: So individuell der Patient – so individuell ist auch die Therapie in der Praxis und die häusliche Zahnpflege.

Die Initiative ProPolitur lobt, motiviert, zeichnet aus, öffnet Türen, gibt Ideen eine Bühne, fördert Transparenz und tritt als

Informationsdienstleistung auf. Praxen und deren Teams profitieren von Informationen, die auf der Homepage zur Verfügung gestellt werden.

Partner der Initiative werden Praxen, Verbände, die Wissenschaft, Fachgesellschaften, die Industrie und der Handel sein. Bereits zum Start haben sich mit

der DGDH, Dürr Dental, Kerr, parostatus.de, dem VDDH, W&H, CP GABA, Philips, Hu-Friedy und CompuGroup Medical Dentalsysteme namhafte Player der Branche der Initiative angeschlossen.

www.initiative-propolitur.de



ProPolitur
Initiative professionelle Prävention

Neue kostenlose Broschüren

IfK unterstützt bei Aufklärungsarbeit

Auch in diesem Jahr können interessierte Praxen für ihre Aufklärungsarbeit kostenfreie Informationsmaterialien bei der Informationsstelle für Kariesprophylaxe (IfK) anfordern. Den beliebten Elternbrief gibt es jetzt auch in leichter Sprache.

Zwar hat sich die Zahngesundheit in Deutschland in den letzten Jahren deutlich verbessert, doch besteht weiterhin Aufklärungsbedarf. Seit nun über 30 Jahren engagiert sich die Informationsstelle für Kariesprophylaxe für das Ziel: Kinder und Jugendliche sollen mit gesünderen Zähnen aufwachsen und Erwachsene ein stärkeres Bewusstsein für gesunde Zähne entwickeln.

Elternbrief zur Kariesprophylaxe

Gesund beginnt im Mund – und das bereits von klein auf. Daher hat die IfK den beliebten Elternbrief in deutscher Sprache neu aufgelegt, den die Gesundheits- und

Betreuungsinstitutionen an Eltern abgeben können. Ganz neu ist eine Version in leichter Sprache. „Uns war es wichtig, alle Menschen in Deutschland erreichen zu können“, so Prof. Dr. Stefan Zimmer, Sprecher der Informationsstelle für Kariesprophylaxe und Lehrstuhlinhaber für Zahnerhaltung und Präventive Zahnmedizin an der Universität Witten/Herdecke. „Leichte Sprache hilft Menschen mit geistiger Behinderung, die auf Gebärdensprache angewiesen sind, Lern- oder einfach nur Leseschwierigkeiten haben. Die Schrift ist groß und bebildert, was auch für viele Ältere angenehmer zu lesen ist. Außerdem können alle, die gerade erst Deutsch erlernen, durch die Illustrationen schnell verstehen, was sie und ihre Kinder bei der Zahnpflege beachten sollen“, erklärt der Experte.

Die Broschüre „Starke Zähne“, das achtsprachige Faltblatt „Gesunde Zähne haben gut lachen“ sowie der Patientenblock



Foto: IfK

zum Eintragen individueller Fluoridierungsmaßnahmen berücksichtigen die aktuellen Empfehlungen der zahnärztlichen Fachgesellschaften und sind wie gewohnt verfügbar.

Die IfK setzt sich für die Verbesserung der Zahngesundheit in Deutschland ein. Ein Fokus liegt auf der Verwendung von Fluoriden, insbesondere fluoridiertem Speisesalz, um Karies und nachfolgenden Zahnerkrankungen vorzubeugen.

Praxen erhalten jährlich bis zu 200 Exemplare jeder Broschüre kostenfrei und können zusätzliche Exemplare zum Selbstkostenpreis anfordern.

www.kariesvorbeugung.de

Herausforderungen für Arzt- und Zahnarztpraxen

Digitalisierung geht nicht nebenbei

Arzt- und Zahnarztpraxen sind grundsätzlich offen für Digitalisierungsmaßnahmen – das zeigt eine aktuelle Online-Umfrage des PKV Instituts unter Medizinischen und Zahnmedizinischen Fachangestellten

An der Online-Umfrage nahmen MFAs und ZFAs im Alter von 22 bis 65 teil. Mehr als ein Viertel der TeilnehmerInnen waren 55 Jahre und älter. Die Ergebnisse machen deutlich: Gerade die gesetzlich verpflichtenden Maßnahmen bedeuten für die Praxisteamer im Moment eher Mehraufwand als Entlastung. Bereits jede sechste Praxis (17 %) nutzt ein digitales Telefonassistenzsystem, ein Drittel setzt auf Online-Terminbuchung und fast die Hälfte (44 %) nutzt digitale Weiterbildungsangebote: Deutschlands Arzt- und Zahnarztpraxen wissen die Vorteile digitaler Tools offenbar zu schätzen.

Aber Neuerungen bedeuten erst einmal Mehraufwand und kosten Zeit. Wenn Digitalisierungsmaßnahmen dauerhaft Zeit

sparen, überzeugen sie auch die größten Skeptiker. Allerdings sind digitale Helfer nur bei 60 % der befragten Praxen überwiegend mit der Praxissoftware kompatibel und verbunden, bei 28 % ist dies nur teilweise der Fall. Aber Software-Tools müssen zur Praxissoftware und zu den eigenen Prozessen und Strukturen passen. 44 % der Befragten gaben an, digitale Weiterbildungsangebote zu nutzen. Durch selbstbestimmte und flexible Zeiteinteilung sind sie mit jeder Lebens- und Berufssituation vereinbar. Die Einsparung von Fahrzeit und -kosten habe nicht nur betriebliche Vorteile, sie sei auch umweltfreundlicher.

Überforderung durch gesetzlich verpflichtende Maßnahmen

Ein aktuelles Thema ist die gerade eingeführte elektronische Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung (eAU). Laut Umfrage kommt diese bei 21 % der Patienten sehr gut, bei 47 % gut an. Für die Praxen ist

es jedoch auch wieder ein Mehraufwand. Ob die eAU angekommen ist und es mit der elektronischen Signatur geklappt hat – da fehlt für viele Praxen aktuell noch die Rückkopplung. Dajana Schmidt, die neben ihrer Tätigkeit in der Zahnarztpraxis ihres Mannes als Business Coach unterwegs ist, bemängelt den fehlenden Support für Arzt- und Zahnarztpraxen: „In anderen Branchen wird manche unausgereifte Lösung boykottiert, aber Praxen sind durch Pandemie, Überlastung und wachsende bürokratische Anforderungen so am Limit, dass sie gar nicht die Zeit haben, die Rahmenbedingungen infrage zu stellen.“

Solche Probleme bei der Einführung offenkundigen Knackpunkte innerhalb eines hochkomplexen Systems. Praxisleitungen und Praxismanagerinnen sind deswegen besonders in der Pflicht, mit gutem Beispiel voranzugehen, zu motivieren und Geduld und Zuversicht zu verbreiten.

www.pkv-institut.de

Steigern Sie die Wirtschaftlichkeit Ihrer Zahnarztpraxis!

Mit Doctolib - dem einfachen Terminmanagement für die erfolgreiche Zahnarztpraxis

Ø 22 Tsd. €

mehr Umsatz

pro Monat/ Zahnmediziner:in durch die Gewinnung von Neupatient:innen und verbesserte Auslastung Ihrer Sprechzeiten.¹

+ 12

Termine durch Neupatient:innen

können Sie mit Doctolib pro Monat/ Zahnmediziner:in gewinnen.²



Mehr erfahren?

QR-Code scannen oder die unten stehende Website eingeben:

doctolib.info/zahn-dw



**Besuchen Sie uns auf der IDS 2023!
Stand F021 Halle 11.3**

Holen Sie sich einen frischen Smoothie ab und seien Sie Teil unseres Gewinnspiels.

Produktvorstellung täglich um 11 Uhr am Stand

¹ Interne anonymisierte Doctolib-Statistiken verschiedener Fachrichtungen zeigen, dass durch Doctolib Terminausfälle im Durchschnitt um bis zu 40 % reduziert werden können. Datenerhebung Jan. 2022 – Jun. 2022

² Interne anonymisierte Statistiken für die Fachrichtung Facharzt, Kennzahl bezogen auf die durchschnittliche Anzahl neuer privat versicherter Neupatient:innen über Doctolib. Datenerhebung im Zeitraum Mär. 2021 – Feb. 2022

Listerine Prophylaxe-Tipp Nr. 1

Mundspülungen on Top: Neue Studien zeigen Zusatznutzen

Die Hälfte der 35 bis 44-Jährigen in Deutschland leidet an moderater oder schwerer Parodontitis¹. Aufgrund hoher Prävalenzen wie dieser kann geschlussfolgert werden, dass die häusliche Mundhygiene bei vielen noch Defizite aufweist². Aktuelle Studien^{3,4} zeigen, wie sich die häusliche Prophylaxe optimieren lässt.



Fotos: Johnson & Johnson

Parodontale Erkrankungen sind weit verbreitet^{1,5,6}. Für den Erhalt der Mundhygiene wird neben regelmäßigen Kontrolluntersuchungen grundsätzlich eine Kombination aus Zähneputzen und Interdentalreinigung empfohlen. Lesen Sie nachfolgend, welchen Zusatznutzen die Ergänzung eines weiteren Hilfsmittels bietet.

Ideale Ergänzung und 4,6-mal höhere interproximale Plaque-Prävention

Zwei aktuelle Studien^{3,4} untersuchen die Auswirkungen der zusätzlichen Anwendung einer Mundspüllösung mit antibakterieller Wirkung (z. B. LISTERINE®) auf die Plaque-Prävention.

➡ Studie 1

Klinische Wirksamkeit von Mundspülung auf Plaque im Vergleich zu Zahnseide³

Ergebnis: Das Spülen des Mundraumes mit LISTERINE® bietet bei zweimal täglicher Anwendung über 12 Wochen eine 4,6 mal höhere interproximale Plaque-

Prävention als die tägliche Anwendung von Zahnseide durch eine zahnmedizinische Fachkraft*.

➡ Studie 2

Die Effekte von Mundspülungen mit ätherischen Ölen als Teil der Mundhygiene-Routine⁴

Quellen:

* Anhaltende Plaque-Prävention über dem Zahnfleischrand bei kontinuierlicher, zweimal täglicher Anwendung über 12 Wochen nach professioneller Zahnreinigung. Die Anwendung von Zahnseide wurde von einem bzw. einer DentalhygienikerIn durchgeführt.

** Anhaltende Plaque-Reduzierung über dem Zahnfleischrand bei Anwendung nach Anweisung für 12 Wochen nach einer Zahnreinigung. Die Anwendung von Zahnseide wurde unter Aufsicht durchgeführt. verwenden Sie LISTERINE® in Ergänzung zur mechanischen Reinigung (3-fach Prophylaxe).

D&W-LITERATUR

- 1 Fünfte Deutsche Mundgesundheitsstudie (DMS V) – Kurzfassung, Institut der Deutschen Zahnärzte im Auftrag von Bundeszahnärztekammer und Kassenzahnärztlicher Bundesvereinigung.
- 2 DG PARO, DGZMK. S3-Leitlinie: AWMF-Register-Nr. 083-016.
- 3 Bosma ML, et al. Efficacy of Flossing and Mouthrinsing Regimens on Plaque and Gingivitis: A randomized clinical trial. J Dent Hyg. 2022; 96(3):8-20.
- 4 Milleman J, et al. Comparative Effectiveness of Toothbrushing, Flossing and Mouthrinse Regimens on Plaque and Gingivitis: A 12-week virtually supervised clinical trial. J Dent Hyg. 2022; 96(3):21-34.
- 5 Darveau RP. Periodontitis: A polymicrobial disruption of host homeostasis. Nat. Rev. Microbiol. 2010;8:481-490.
- 6 Volman EI, Stellrecht E, Scannapieco FA. Proven Primary Prevention Strategies for Plaque-Induced Periodontal Disease - An Umbrella Review. J Int Acad Periodontol 2012;23(4):350-367.

Unser Praxis-Service:

GRATIS

Service material +
Produktmuster

Jetzt anmelden >



Ergebnis: Die Ergänzung von LISTERINE® als dritter Schritt zur Kombination aus Zähneputzen und Zahnseide-Anwendung führt zu einer Reduktion der interproximalen Plaque um 28,4 Prozent mehr gegenüber dem zweimal täglichen Zähneputzen in Kombination mit einer täglichen Zahnseide-Anwendung**.

Fazit

PatientInnen profitieren von der zusätzlichen zweimal täglichen Anwendung einer Mundspüllösung mit ätherischen Ölen.

Interview mit Zino Volkmann

Die Zukunft der Zahnmedizin aus Sicht eines Studenten

Zino Volkmann ist Student der Zahnmedizin in Valencia und Green Dentistry-Experte. Ausserdem engagiert er sich als Vorstandsmitglied des Studierendenparlaments (StuPa) des Freien Verbandes Deutscher Zahnärzte (FVDZ). Zusammen mit Kollegen hat er im Frühjahr 2021 das Start-up medzudo gegründet. Ein kompetenter Gesprächspartner der Generation Z zu Entwicklungen und Problemfeldern in der Zahnmedizin.

? Der demographische Wandel, zunehmende Versorgungslücken und eine steigende Unterfinanzierung in der Medizin stellen unser Gesundheitssystem auf die Probe. Welches sind aus Ihrer Sicht aktuell die Hauptthemen in der Zahnmedizin?

Volkmann: Für mich ist neben der Integration von nachhaltigen Prozessabläufen sowie Behandlungsmethoden, die Sicherstellung der flächendeckenden Versorgung eine der aktuellen Hauptthemen der Zahnmedizin. Damit verbunden sind für mich die abnehmende Zahl von Praxisübernahmen vor allem im ländlichen Raum, starker Personalmangel sowie steigende Dokumentationspflichten. Um diesen entgegenzuwirken, sollten wir in der Zahnmedizin auf eine stärkere und vor allem sinnhafte Digitalisierung setzen und uns verstärkt auch mit Konzepten aus dem Bereich New Work auseinandersetzen.

? Nachhaltigkeit ist eines der aktuellen Schlagworte. Wie sehen Sie als Green Dentistry-Experte diese Thematik? Haben Sie Bedenken hinsichtlich der Umsetzung in der Zahnarztpraxis?

Volkmann: Ich sehe sehr viele Chancen bei der Umsetzung von nachhaltigen Behandlungskonzepten sowie Prozessabläufen innerhalb der Zahnarztpraxis. Damit verbunden auch eine Verbesserung der allgemeinen Mundgesundheit der Bevölkerung. Den größten Impact, um eine Nachhaltigkeit im Gesundheitswesen umzusetzen, ist die Prävention. Insgesamt produziert das Gesundheitswesen in Deutschland mehr als 5 % des gesam-



Zino Volkmann
Foto: Privat

Zino Volkmann ist Zahnmedizin-Student in Valencia und Green Dentistry-Experte. Er ist Vorstandsmitglied des Studierendenparlaments (StuPa) vom FVDZ und hat zusammen mit Kollegen das Start-up medzudo gegründet.

ten CO₂-Fußabdrucks Deutschlands. Dabei sind 2/3 der CO₂-Produktionen einer Zahnarztpraxis mit der Mobilität verbunden (1/3 Mitarbeiter, 1/3 Patienten). Hier sieht man, dass man mit wenigen Mitteln eine starke CO₂-Reduzierung in der zahnmedizinischen Versorgung ermöglichen könnte. Dabei kann die Praxis nicht nur ökologischer, sondern zeitgleich auch ökonomischer werden, wenn die Mitarbeiter beispielsweise mit öffentlichen Verkehrsmitteln fahren oder das Fahrrad nutzen, um zur Arbeit zu kommen. Zeitgleich kann man seinen Mitarbeitern diesbezüglich Vorteile bieten, wie E-Autos, Monatskarte für öffentliche Verkehrsmittel oder Fahrräder, welche Hand in Hand mit den Aspekten des Employer Branding gehen. Auf Patientenebene bestünde die Möglichkeit durch Familientermine, regelmäßiger Prophylaxe sowie Reduzierung von Arbeitsabläufen gemeinsam mit dem Digital Workflow weitere Vorteile den Patienten zu bieten und zeitgleich einen Beitrag bei der Reduzierung der Mobilität auf der Patientenebene zu erreichen.

GESUNDHEITSSYSTEM VON MORGEN

73 %

Ein einfacher, kollegialer Austausch

70 %

Kostenlose/Kostenpflichtige
Fortbildungsangebote sowie
Dienstleistungen (Digital/Analog)

61 %

Regelmäßiger Austausch zwischen
Heilberufen, Politik & Industrie

50 %

Leichter Zugang & Einblick zu
Themen aktiver Berufsverbände

31 %

Einblicke in andere Berufsgruppen
und von ihnen lernen

Quelle: Studierendenbarometer
(Stand November 2022), www.exevia.com

? Wie sieht die Praxis der Zukunft für Sie aus?

Volkmann: Die Praxis der Zukunft lässt sich meiner Meinung nach noch nicht definieren. Ich denke, es wird in Zukunft verschiedenste Formen von Praxen geben, mit Tendenzen zu größeren Praxisstrukturen und weniger zur reinen Einzelpraxis. Nichtsdestotrotz kann ich Ihnen sagen, dass für mich die Praxis der Zukunft einen kompletten digitalen Workflow integriert hat, vom ersten Kontakt mit den Patienten (Anamnese) über die Diagnose bis hin zum Zahnersatz. Zusätzlich wird es einen Wandel im Bereich der Patientenbehandlung geben, um so auch ein nachhaltiges Praktizieren zu ermöglichen, und zwar weg von «Fill and Drill» hin zu präventiven Interventionen sowie eine Verschiebung zur Oralen Medizin. Die Orale Medizin wird in Zukunft eine große Rolle spielen aufgrund des demographischen Wandels, damit einhergehend eine Überalterung der Gesellschaft sowie ein erhöhtes Auftreten von multimorbiden und polypharmazeutischen Patienten.

Themen, die die Studierenden beschäftigen im Bezug auf...



ZUKÜNFTIGE NIEDERLASSUNG

78 %

Ökonomische Praxiskonzepte
(Mitarbeiterführung /
Praxisführung)

72 %

Digitalisierung der Zahnarztpraxis

72 %

Persönliche Weiterentwicklung

58 %

Nachhaltige Praxiskonzepte
(ökologisch)

? Sie sind Student der Zahnmedizin in Valencia. Welches waren die grössten Herausforderungen bei der Suche nach dem geeigneten Studienplatz?

Volkmann: Die größte Herausforderung zu Beginn war der Numerus Clausus, weshalb ich damals in Deutschland nur mit längeren Wartezeiten eine Chance gehabt hätte, Zahnmedizin zu studieren. Nachdem für mich klar war, dass ich nur im Ausland studieren kann, haben viele weitere Herausforderungen begonnen. In welchen Ländern kann man Zahnmedizin in Europa studieren? Wieso dauert in manchen Ländern das Studium 5 oder 6 Jahre? Wie wichtig ist eine Physikumsäquivalenz? Wie finanziere ich das Studium? Wo lerne ich am meisten praktisch? Wird das Studium nach Abschluss auch in Deutschland anerkannt? Nachdem ich diese Fragen beantworten konnte, habe ich mich schlussendlich für Valencia entschieden. Über diese Entscheidung bin ich sehr froh und werde nun im Sommer 2023 voraussichtlich mein 5-jähriges Studium erfolgreich beenden.

? Werden Sie auf die Herausforderungen als niedergelassener Zahnarzt im Studium ausreichend vorbereitet?

Volkmann: Auf die wirtschaftlichen Herausforderungen als niedergelassener Zahnarzt wird man im Studium leider nicht vorbereitet. Dies bestätigt auch eine Umfrage, die wir gemeinsam mit Exevia durchgeführt haben, in welcher wir 300 Studierende im klinischen Abschnitt befragt haben. Von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern machen sich 78 % über «Ökonomische Praxiskonzepte (Mitarbeiterführung / Praxisführung)» Gedanken und würden gerne zu diesen Themen mehr erfahren.

? Mit dem Start-up medzudo wollen Sie (Zahn-)Medizinstudierende sowie ALLE im Gesundheitswesen Tätigen unterstützen und ihnen das Studium, den Berufseinstieg sowie den beruflichen Alltag erleichtern. Wie sieht das konkret aus?

Volkmann: Dies möchten wir mit der gezielten Vernetzung ALLER Akteure im Ge-

sundheitswesen erreichen. ALLE bedeutet Berufstätige, Studierende und Auszubildende, Arbeitgeber sowie Standespolitik und Industrie. Dafür bieten wir zum einen vereinfachte Kommunikationsstrukturen für Verbände, kreative Räume zum Austausch über die verschiedensten Themen von Nachhaltigkeit über New Work bis hin zu wirtschaftlichem Wissen für Studierende sowie für junge Kolleginnen und Kollegen. Des Weiteren setzen wir auch einen großen Schwerpunkt auf den schnellen, einfachen und kollegialen Austausch nach digitalen Events. Denn auch dies wünschen sich 73 % unserer Befragten. Zusätzlich bieten wir dank der Kooperation mit Industriepartnern eine Bandbreite von wirtschaftlichen Vorteilen. Daneben werden wir die Marktforschung weiter ausbauen, um weitere Stimmungsbilder zu ermitteln und gemeinsam mit unseren Kolleginnen und Kollegen sowie den Beteiligten aus Industrie und Politik den bevorstehenden Transformationsprozess zu begleiten.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei all Ihren Plänen.

Zahnärztliche Praxen und Strukturen in Deutschland

Welchen Beitrag können Praxisnetzwerke und Z-MVZs leisten?

Ein steigendes Problem bei der zahnärztlichen Versorgung in Deutschland, aber auch in anderen europäischen Ländern, liegt in der Altersstruktur der Zahnärztinnen und Zahnärzte begründet. Dieser Beitrag beleuchtet die aktuelle Situation und gibt eine Prognose ab, wie sich die zahnärztliche Versorgung in Deutschland entwickeln könnte.

Nach Informationen der Bundeszahnärztekammer (BZÄK/KZBV, Report Daten & Fakten 2022) zählte man Ende 2021 rund 72.468 aktive Zahnärztinnen und Zahnärzte, bei einem Durchschnittsalter von 48,6 Jahren. In einer Prognose und Hochrechnung bis zum Jahr 2030 könnten rund 50 % der heute noch tätigen ZahnärztInnen im Ruhestand sein. Dies trifft natürlich besonders hart die PraxisinhaberInnen, die – im Rahmen von Nachfolgeregelungen – geeignete PraxisübernehmerInnen finden müssen, sofern die eigenen Kinder hier nicht in die Fußstapfen treten können oder möchten.

Gestiegene Ansprüche an die Work-Life-Balance

Immer mehr Zahnärztinnen und Zahnärzte entscheiden sich nach ihrem Studium und der Assistenzzeit zunächst für eine Arbeit in Anstellung. Eine eigene Niederlassung wird dann erst einmal zeitlich hintenangestellt.

In diesem Kontext ist auch von Bedeutung, dass man an zahnmedizini-

schen Fakultäten heute bereits eine Quote von teilweise über 70 % weiblicher Studentinnen – in der sog. „Generation Z“ (Jahrgänge 1995-2010) – sieht. Dies verändert den zahnmedizinischen Sektor erheblich, und die Absolventinnen und Absolventen gehen mit ganz anderen und neuen Bedürfnissen und Erwartungen an die zahnärztliche Praxisarbeit heran. Eine Anstellung in einer Zahnarztpraxis oder in einem Z-MVZ (zahnärztliches Medizinisches Versorgungszentrum) kann hier – im Vergleich zu einer baldigen Praxisgründung oder Praxisübernahme – initial eine Reihe von Vorteilen mit sich bringen:

- Sehr gute Work-Life-Balance – Kein Muss, sich direkt mit den Themenbereichen Personalführung, Verwaltung, Einkauf von Verbrauchsmaterialien und Geräten oder Abrechnung zu beschäftigen. Dadurch können die Themenfelder „Familie und Berufsleben“ besser und ausgeglichener geregelt und in Einklang gebracht werden.
- Beschäftigung mit technischen Ent-

wicklungen und Digitalisierungsthemen im Rahmen von Schulungsmaßnahmen innerhalb und außerhalb der Praxis – aber ohne die aufwendigen Entscheidungs- und Beschaffungsthemen, die als Praxiseigentümer hier anstehen.

- Das Auseinandersetzen mit hohen Investitionssummen und Finanzierungsvolumina in eine neue oder zu übernehmende Zahnarztpraxis ist erst einmal nicht im Fokus.

KOSTENBEISPIEL

Kosten einer durchschnittlichen **Neugründung Einzelpraxis**, Erhebungsjahr 2019: **Rund 557.000 Euro** (KZBV Jahrbuch 2022, Seite 142). Bei einer **Praxisübernahme** kann dies entsprechend stark variieren. Hier werden im Schnitt **ca. 410.000 Euro** fällig (KZBV Jahrbuch 2022, Seite 144, ebenfalls für Erhebungsjahr 2019).

Z-MVZ - Zahnärztliche Medizinische Versorgungszentren

Zahnärztliche Praxisnetzwerke und Strukturen, die zum einen durch Zahnärzte direkt betrieben werden oder aber über Investoren getragene Strukturen arbeiten (auf Basis von sog. Z-MVZ – zahnärztliche MVZs), können dazu beitragen, Versorgungsstrukturen – gerade in eher weniger urbanen Gegenden aber auch im städtischen Umfeld – zu erhalten und zukunftsfähig weiterzuentwickeln.

MVZ UND Z-MVZ IN ZAHLEN

Die Zahl der fachärztlichen MVZ ist seit ihrer Einführung im Jahre 2004 von 70 auf 4.179 (Ende 2021) gestiegen (KVB Report „Entwicklung der MVZ, Stichtag 31.12.2021“); ein Großteil davon, nämlich 1.881 Standorte werden in der Trägerschaft von Krankenhäusern geführt. Zu diesen fachärztlichen MVZ kommen eine Zahl von 1.289, sog. Z-MVZ, zahnärztliche MVZ hinzu (KZBV Report MVZ, Seite 8, Stand 31.12.2021). Dies sind überwiegend Z-MVZ, die nicht von Investorenstrukturen getragen werden (938 Standorte ohne Finanzinvestor). Betrachtet man die Strukturen, die mehrheitlich von Investoren getragen werden, so zählte man Ende 2021 rund 351 Standorte. Schätzungsweise wird sich diese Zahl auf Ende 2022 weiter nach oben entwickeln.

Bezogen auf die Grundgesamtheit aller Zahnarztpraxen in Deutschland von rund 39.876 Zahnarztpraxen (KZBV Jahrbuch 2022, Seite 148) machen die investorenbezogenen Z-MVZ Standorte somit rund 1 % aller deutschen Zahnarztpraxen aus. D. h. man kann auf dieser Zahlenbasis derzeit nicht von einer starken Konzentration an investorengeführten Praxen sprechen, auch nicht auf Basis einer Prognose für Ende 2022. Perspektivisch für das Jahr 2023 gibt es (bisher) ebenfalls keine starken Anzeichen einer wesentlichen Erhöhung dieses Anteils.

Mit Blick auf andere europäische Länder ist Deutschland bisher vergleichsweise kein Land mit einer hohen Quote an Investoren getragenen Zahnarztpraxis-

Strukturen (Z-MVZs). Zum Vergleich: Laut KPMG Report „The Dental Chain Opportunity 2017“ lag die Zahl in Finnland bei 35 %. In Spanien wurden 25 %, in Großbritannien 24 %, Niederlande 10 %, Dänemark 7 % aller Zahnarztpraxen in Netzwerken geführt, teils von Investoren. Zugrunde gelegt wurde jeweils die Anzahl Zahnärzte von der Grundgesamtheit (100 %) aller Zahnärzte eines Landes. Italien, Belgien, Deutschland und Frankreich lagen in etwa gleichauf bei 1-3 %. Der prozentuale Anteil der Investoren getragenen Z-MVZ an der Grundgesamtheit Zahnarztpraxen insgesamt in Deutschland ist in den letzten Jahren recht stabil geblieben – es ist kein dramatischer Anstieg zu verzeichnen.

Regulatorische Rahmenbedingungen

Der Gesetzgeber hatte bereits im Rahmen des Terminservice- und Versorgungsgesetzes (TSVG), das am 11. Mai 2019 in Kraft getreten ist, ein sehr dezidiertes und enges Regelwerk für Investoren getragene MVZs geschaffen. Mit dem TSVG, das mehrere unterschiedliche rechtliche Themenfelder zusammenfasst (im Fokus waren u. a. die „schnellere Terminvergabe für Patienten, mehr Sprechstunden, bessere Angebote für gesetzlich Versicherte“), wurde auch eine veränderte, spezielle Regelung zur Gründung von Z-MVZs – hier durch sog. Plan-Krankenhäuser und deren Investoren – geschaffen (bezogen auf die MVZ gem. TSVG § 95 SGB V und gem. § 108 SGB V bezogen auf den Teilbereich der Plankrankenhäuser). Die Gründungsbefugnis für Z-MVZs ist von der Wahrung bestimmter Versorgungsanteile in Planungsbereichen abhängig, die durch die, von einem Krankenhaus gegründeten, beziehungsweise betriebenen Z-MVZs nur noch maximal erreicht werden dürfen. Diese Anteile richten sich – prozentual gestaffelt – nach dem Versorgungsgrad des jeweiligen Planungsbereiches der KZVen. Die 17 KZVen in Deutschland arbeiten derzeit auf der Basis von 468 KZV-Planungsbereichen, in denen in der Regel jährlich die jeweiligen Versorgungsgrade pro Planungsbereich gemessen und publiziert werden.

TSVG-Festlegungen für zulässige Versorgungsanteile

Das TSVG legt fest, dass ein zahnärztliches medizinisches Versorgungszentrum

von einem Krankenhaus nur gegründet werden kann, soweit der Versorgungsanteil der vom Krankenhaus damit insgesamt gegründeten zahnärztlichen medizinischen Versorgungszentren an der vertragszahnärztlichen Versorgung in dem Planungsbereich der Kassenzahnärztlichen Vereinigung, in dem die Gründung des zahnärztlichen medizinischen Versorgungszentrums beabsichtigt ist, 10 % nicht überschreitet.

In Planungsbereichen, in denen der allgemeine bedarfsgerechte Versorgungsgrad um bis zu 50 % unterschritten ist, umfasst die Gründungsbefugnis des Krankenhauses für zahnärztliche medizinische Versorgungszentren mindestens fünf Vertragszahnarztsitze oder Anstellungen. Abweichend davon kann ein Krankenhaus ein zahnärztliches medizinisches Versorgungszentrum unter den folgenden Voraussetzungen gründen:

1. In einem Planungsbereich, in dem der allgemeine bedarfsgerechte Versorgungsgrad um mehr als 50 % unterschritten ist, sofern der Versorgungsanteil der vom Krankenhaus damit insgesamt gegründeten zahnärztlichen medizinischen Versorgungszentren an der vertragszahnärztlichen Versorgung in diesem Planungsbereich 20 % nicht überschreitet.
2. In einem Planungsbereich, in dem der allgemeine bedarfsgerechte Versorgungsgrad um mehr als 10 % überschritten ist, sofern der Versorgungsanteil der vom Krankenhaus gegründeten zahnärztlichen medizinischen Versorgungszentren an der vertragszahnärztlichen Versorgung im Planungsbereich 5 % nicht überschreitet.

Aktuelle Diskussion

Derzeit wird die Diskussion zum Themenkomplex „weitere Beschränkungen oder sogar Verbot von Investoren getragenen Z-MVZs“ öffentlich und sehr polarisierend geführt. Das TSVG hat bereits sehr deutliche und einschränkende Rahmenbedingungen für Investoren geschaffen, hier insbesondere bezogen auf die jeweilig maximal möglichen Versorgungsanteile pro Planungsbereich und Krankenhaus. Eine noch weitergehende, einschränkende Regelung hinsichtlich der Gründung und Trägerschaft von Z-MVZs könnte hier über das Ziel hinausschießen und die zukünftige Entwicklung des zahnärztlichen Sektors in negativer Weise beeinflussen.

GKV-Finanzstabilisierungsgesetz

Auswirkungen auf die Verwaltung und die Abrechnung in der PAR

Seit der Bekanntgabe der Inhalte des GKV-Finanzstabilisierungsgesetzes wurde schon viel geschrieben. Welche Kosten werden reduziert? Welche Leistungen sind davon betroffen? Eines der viel diskutierten Themen ist die PAR-Behandlungsstrecke. Dieser Artikel klärt auf.



Mit der Budgetierung und Deckelung für zahnmedizinische Leistungen wird vielen Praxen gerade bei der neuen PAR-Behandlungsstrecke ein Stein in den Weg gelegt. Am 1. Juli 2021 wurde eine Richtlinie eingeführt, die dem europäischen Standard entspricht, und bei der die Vergütung gerecht darstellt wird. Nun soll ein Teil dieser finanziellen Grundlage wieder entzogen werden. Auch wird durch das beschlossene Gesetz – der neuen PAR-Richtlinie – der Ansatz der präventions-orientierten Versorgung für viele Patienten unmöglich gemacht. Wenige Ausnahmen, die im GKV-Finanzstabilisierungsgesetz nicht budgetiert werden, sind Behandlungen für Behinderte und Pflegebedürftige, Zahnersatz und die Individualprophylaxe für Kinder. Allerdings haben nicht alle Praxen Kooperationsverträge mit Pflegeeinrichtungen, um das finanzielle Defizit auszugleichen. Einige Praxen werden ihr PAR-Budget nicht ausschöpfen, da sie erstmal gewartet haben, um mit der neuen PA-Behandlungsthematik zu starten. Wie aber wird es den Praxen ergehen, die seit Beginn die PAR genauso behandeln und in GKV und PKV entsprechend abrechnen?

Wen trifft es am meisten?

Eine Landpraxis und/oder Praxen in sozial schwächeren Regionen mit höherem Anteil an Kassenpatienten werden die Kürzungen stärker spüren als Praxen in Großstädten und Gegenden mit hohem Anteil an Privatpatienten oder Patienten, die Mehrkosten tragen können.

Konsequenz für Patienten

In Folge werden weniger Zahnarztpraxen diese PA-Behandlungen durchführen können. Patienten müssen sich ggf. einen



Bianka Herzog-Hock
 Foto: Pasident

Bianka Herzog-Hock ist seit über 25 Jahren als geschäftsführende Gesellschafterin von Pasident Ansprechpartnerin für Abrechnung, Optimierung und Management in der Zahnmedizin.

anderen Zahnarzt suchen und/oder länger auf Termine warten. Praxen, die kurz vor dem Budgetende stehen werden Termine verschieben müssen, was nicht nur die Abrechenbarkeit der Leistungen in Gefahr bringt, sondern nur das Budget verschiebt und nicht aufhebt.

Bei Leistungen wie der UPT sind zusätzlich noch festgesetzte Zeiträume von drei und sechs Monaten einzuhalten, um die Leistung nach Erbringen auch abrechnen zu können.

Im Falle einer „UPT Grad C“ kann es bedeuten, dass die UPT bis zu dreimal im Jahr geplant wird. Da gerade diese Maßnahme nach den neuen Richtlinien recht gut vergütet wird, wäre es für eine Praxis bei Streichung dieser ein massiver Einschnitt.

Konsequenz für die Praxis

Die Folgen für die Prophylaxe-Abteilungen und deren Mitarbeiter sind noch nicht abzusehen – aber sicherlich nicht rosig. Mitarbeitende könnten geplante Patiententermine nicht halten. Die Prophylaxe hätte Leerlauf. Diese MitarbeiterInnen müssten anders eingesetzt werden, um keine Ressourcen und Teammitglieder zu verlieren. In Zeiten von Fachkräfteman-

gel ein unzumutbares Szenario. Auch die Verwaltung würde darunter leiden, dass Termine abgesagt und verschoben werden. Die Telefonie wird erhöht und das Recall-System ändert sich.

Finanzielle Konsequenzen

Weiterhin ergeben sich finanzielle Fragen: Was passiert mit den Patienten, die aus der PAR-Strecke fallen, weil die Leistungen nicht mehr abgerechnet werden können? Was passiert, wenn im schlechtesten Fall die Patienten die Kosten selbst tragen müssen? Krankenkassen werden keine UPT-Leistungen übernehmen, welche die Kosten einer PZR weit übersteigen. Diese müssten privat in Rechnung gestellt werden, um den Behandlungsfortschritt nicht zu gefährden.

Es muss bei auch beachtet werden, dass Regresse erst nach einer längeren Zeit in den Praxen aufschlagen. Der Patient wurde dann aber schon über Kasse abgerechnet und es kann nachträglich keine andere Berechnungsform zur Kostendeckung in Betracht gezogen werden. Denn welcher Patient übernimmt die vom GKV-Träger gekürzten Leistungen nach zwei Jahren im Nachhinein? Das darf auch nicht sein!

Wie kann man entgegenwirken?

Führen und beobachten Sie Ihre HVM-Statistiken. Versuchen Sie rechtzeitig in der Terminstruktur entgegenzuwirken. Klären Sie Ihre Patienten auf, dass aufgrund von Budgetierung die Behandlung anders verlaufen könnte. Dieses Thema wird uns noch lange in Atem halten. Denn leider ist noch nicht absehbar, wie der weitere Verlauf sein wird.

Bianka Herzog-Hock
www.pasident.de
info@pasident.de

Hätten Sie es gewusst?

Prothesen aus Valplast sind Kassenleistung – Festzuschuss ist zu gewähren

Endlich ist es höchstinstanzlich entschieden, dass bei einer Interimsversorgung mit Valplast alle gesetzlichen Krankenkassen verpflichtet sind, den entsprechenden Festzuschuss zu gewähren.

Valplast-Versorgungen sind somit Bestandteil des Bema und nach 5.1 FZ* abzurechnen. (*ohne Gewähr).

Das Gericht in Sachsen-Anhalt stellte klar, dass die Valplast-Versorgung „keine neue, eigenständig zu bewertende Methode“ darstellt. Auch Klammern aus Valplast fallen unter die Definition „einfache gebogene Klammern, doppelarmige Klammern“ etc.

LSG Urteil: „Dass die zahnfleischfarbenen Klammerarme metallfreier Interimsprothesen Doppelklammern sind, steht außer Zweifel [...] Weder die Nrn. 96a bzw. 98f BEMA noch Nr. 381 0 BEL II-2014 machen Materialvorgaben für



Sybille David-Hebgen

Foto: Privat

Zahnärztliche Praxisberatung,
Referentin und Autorin

Doppelklammern einer Interimsprothese.“ Eine Revision ist nicht mehr zugelassen, also ist das Urteil rechtskräftig.

Wir empfehlen Ihnen, für zukünftige Valplast Abrechnungen auf das Urteil des „LSG Sachsen-Anhalt, Urteil vom

22.04.2021 – Aktenzeichen L 6 KR 48/17“ Bezug zu nehmen.

In einigen Bundesländern wird die Sachlage bereits rechtskonform gehandhabt. Bitte reichen Sie das Urteil auch an Ihre Abrechnungs-MitarbeiterInnen oder Ihre Abrechnungsabteilung weiter und berücksichtigen Sie das aktuelle Urteil auch bei Ihren ZE-Beratungen.

Sybille David-Hebgen
www.sybille-david.de
www.praxis-knigge.de



Hier ist das Urteil
abrufbar

<https://openjur.de/u/2352044.html>



BUCHTIPP

Finanzprophylaxe

Finanzstrategie für Zahnärzte

Dieses Buch warnt vor den schlimmsten Fehlern, die Zahnärzten beim Vermögensaufbau passieren. Zwar gelten Zahnärzte statistisch gesehen in Deutschland als eine der einkommensstärksten Berufsgruppen, das heißt aber nicht zwingend, dass am Ende des Tages immer viel übrigbleibt. Geldanlage und Altersvorsorge sind Themen, bei denen besondere Vorsicht nötig ist. Denn wie man einfach und intelligent mit Geld umgeht, wird im Zahnarztstudium nicht vermittelt. Diese Unwissenheit führt dazu, dass bereits mit dem Berufsstart in die Assistenzzeit finanzielle Entscheidungen getroffen werden, die die Weichen frühzeitig in die falsche Richtung stellen. Das Buch enthält Strategien, mit der Zahnärzte schon deutlich vor dem regulären Rentenalter ihre finanzielle Unabhängigkeit erreichen können. Es wird schlüssig erklärt, warum dies keine Traumvorstellung, sondern problemlos möglich ist – mit dem richtigen Plan und klugen Entscheidungen.

Davor Horvat
Hardcover, 250 Seiten
ISBN: 978-3-95972-405-0
FinanzBuch Verlag, München



DZR | Blaue Ecke

Ein Service des DZR – Deutsches Zahnärztliches Rechenzentrum

Subgingivale medikamentöse antibakterielle Lokalapplikation an Implantaten ist weder in der **GOZ** noch in der **GOÄ** enthalten und muss daher als Analogleistung im Sinn der des § 6 Abs. 1 GOZ berechnet werden. Die Leistung wird im Bundesdurchschnitt mit einem Betrag i. H. von **2,80 €** honoriert.

Das Beratungsforum für Gebührenfragen, bestehend aus Bundeszahnärztekammer, dem Verband der Privaten-Krankenversicherung und Beihilfestellen, bestätigt die Abrechnung in der Analogie mit dem Beschluss Nr. 45 wie folgt: „Eine subgingivale medikamentöse antibakterielle Lokalapplikation im Rahmen einer Periimplantitisbehandlung an einem Implantat stellt eine selbstständige Leistung dar, die nicht in der GOZ beschrieben ist. Aus grundsätzlichen Erwägungen empfiehlt die BZÄK keine konkrete Analoggebühr. Der PKV-Verband und die Beihilfeträger halten als Analoggebühr die GOZ-Nr. 4025 für angemessen“.

Lokalbehandlung der Mundschleimhautrekrankungen gegebenenfalls einschließlich Taschenspülung je Sitzung wird im allgemeinen Bundesdurchschnitt mit dem **2,3-fachen** Steigerungsfaktor berechnet. Um das GKV Niveau zu erreichen, muss mit dem **3,61-fachen** Faktor abgerechnet werden.

DZR Deutsches Zahnärztliches Rechenzentrum GmbH
Marienstraße 10 | 70178 Stuttgart
Tel. 0711 99373-4980 | Fax 0711 99373-4999
kontakt@dZR.de | www.dZR.de





IT-Sicherheit

Das unterschätzte Risiko einer Cyber-Attacke

Aus dem Alltag einer Praxis: Am Morgen des 16. Januar ließ sich auf den Rechnern einer Kölner Gemeinschaftspraxis keine Datei mehr öffnen. Auch die Telefonanlage war betroffen. Patienten konnten die Praxis nicht mehr erreichen - der Praxisbetrieb wird überraschend gestoppt. Das kann heute jede Praxis treffen.

Was war passiert? Anfang Januar hatte die Praxis Online-Bewerbungen für die ausgeschriebene Stelle als „Zahnmedizinische/r Fachangestellte/r“ erhalten. Eine der Bewerbungen enthielt einen als pdf angehängten Lebenslauf sowie eine Excel-Tabelle. Beim Öffnen der Dokumente installierte sich unbemerkt eine Schadsoftware, die alle im System vorhandenen Daten verschlüsselte.

Konsequenzen für die Zahnarztpraxis

Als Folge war die Praxis für vier Tage geschlossen, alle Computer mussten bereinigt und neu aufgesetzt werden. Vertrauliche Patientendaten gingen dabei verloren. Nach einer Cyber-Attacke müssen die betroffenen Systeme sofort von einem IT-Fo-



Martin Stromberg

Foto: Privat

Martin Stromberg ist seit 1996 als unabhängiger Finanzdienstleister selbständig. Sein Fokus ist gerichtet auf akademische Heilberufe und die Niederlassungsberatung.

rensiker untersucht werden, um den Auslöser des Vorfalls zweifelsfrei festzustellen. Die Analyse des Cyber-Vorfalles und die Bereinigung der betroffenen Systeme erfordert Zeit. Währenddessen müssen alle IT-Systeme, Telefon und Computer außer

Betrieb bleiben. Anschließend beginnt die Wiederherstellung und das Prüfen von Praxissoftware und Betriebssystem.

Prüfung des Sachverhalts

Der IT-Forensiker prüft unmittelbar, ob eine Informationssicherheitsverletzung vorliegt und stoppt den Datenzugriff durch Dritte. In diesem Fall muss der Umfang der betroffenen Datensätze festgestellt werden, um die notwendigen Maßnahmen nach den Vorgaben des Datenschutzes einzuleiten.

Die Folgen sind unkalkulierbar

Nach einem Angriff muss unverzüglich – innerhalb von 72 Stunden – die Landesdatenschutzbehörde mit präziser Beschreibung des Vorfalls informiert werden.



Eine Cyber-Attacke kann jede Praxis treffen - wie kann man sich schützen?

Fotos: Bohdan - stock.adobe.com, maxkabakov/gettyimages



Wenn ein hohes Risiko für persönliche Rechte besteht, besteht die Pflicht zur Benachrichtigung der betroffenen Patienten.

Bundesdatenschutzgesetz und Datenschutzgrundverordnung

Die Meldepflicht nach §42a BDSG greift, wenn besondere Arten personenbezogener Daten betroffen sind. Dies sind gem. §3 Absatz 9 BDSG z.B. Gesundheitsdaten, einem Berufsgeheimnis unterliegende, auf Strafverfolgung beziehende oder personenbezogene Daten zu Bank- oder Kreditkartenkonten.

Am 25. Mai 2018 trat die Datenschutzgrundverordnung in Kraft. Nach Art. 33 DSGVO erweitert sich die Meldepflicht auf jegliche Verletzung personenbezogener Daten. Nach Art. 4 Nr. 12 DSGVO reicht für die Meldepflicht ein reiner Datenverlust aus, so dass im Gegensatz zu §42a BDSG z.B. eine „unrechtmäßige Kenntnisnahme“ von Dritten nicht erforderlich ist.

Wie kann eine Cyber-Versicherung helfen?

Eine Cyber-Versicherung unterstützt im Notfall mit einer 24-Stunden-Hotline, einer Sofort-Analyse durch einen IT-Experten sowie der Einleitung von Sofort-Maßnahmen zur Schadensbegrenzung. Um möglichst schnell zur Normalität zurückzukehren, helfen Experten dabei, Kunden und Geschäftspartner über den Vorfall zu informieren. Wertvolle Daten werden gerettet oder wiederhergestellt, so dass Systeme, Software und Netzwerke schnellstmöglich wieder genutzt werden können.

Auch finanzielle Folgen sind abgesichert. Die Versicherung ersetzt den finanziellen Schaden, der durch die Betriebsunterbrechung entsteht. Weiter trägt die Versicherung die Kosten für den IT-Forensiker. Die Kosten für die Benachrichtigung der Patienten im Falle einer Datenschutzverletzung werden auch übernommen. Auch gegen das Haftungsrisiko bietet die Versicherung einen Schutz. Schadenersatzansprüche aufgrund der Verletzung von Persönlichkeitsrechten werden ebenso übernommen wie die Abwehr von unberechtigten Schadenersatzansprüchen.

Die Kölner Praxis hatte Glück im Unglück, denn sie hatten bereits rechtzeitig eine Versicherung abgeschlossen und konnte nach vier Tagen den Praxisbetrieb wieder aufnehmen. Der Schaden betrug 69.000 Euro (Kosten für IT-Spezialisten, Unterstützung bei Patientenkommunikation, Kosten für den Mehraufwand der Mitarbeiter, Kosten für Umsatzausfall).

Cyber-Training zum Schutz Ihrer Praxis

Durch menschliche Fehler ist jedes IT-System verwundbar. Eine effektive Prävention beginnt mit der Schulung Ihres Teams. Cyber-Attacks werden vielfach nur durch menschliche Fehler ermöglicht. Nach einer aktuellen Studie von Kaspersky waren in 46 % aller Cyber-Sicherheitsvorfälle Mitarbeiter durch fahrlässiges Verhalten beteiligt.

Unsere Empfehlung

Lassen Sie sich und Ihre Mitarbeiter schulen und sensibilisieren Sie regelmäßig für das Thema, um auf etwaige Bedrohungen vorbereitet zu sein. So lernen Sie gängige Gefahren kennen.

*Dipl.-Kfm. Martin Stromberg
www.aerzteberatung-duesseldorf.de
st@stromberg-finanzen.de*



AERA

EXPERTENTIPP

Bestandsführung in der Materialwirtschaft – einmal in einfach, bitte!

Stellen Sie sich folgendes Szenario über Ihr Praxislager vor: Alles steht an Ort und Stelle, trotz mehreren Lagerplätzen in verschiedenen Räumen. Gesuchte Produkte sind stets in ausreichender Menge zum Behandlungstermin verfügbar. Abgelaufene Produkte? Gibt es bei Ihnen nicht. Und wenn nachbestellt werden muss, sehen Sie das nicht beim Blick ins Lager oder bei der Inventur, sondern bequem über den PC – wenn es sein muss, auf die Minute genau.

Materialmanagement leicht gemacht

Klingt gut? Ist es auch! Die Vorteile einer bestandsgeführten Materialwirtschaft liegen auf der Hand. Das Lager ist das Herzstück des Praxisbetriebs mit hoher Relevanz für die Wirtschaftlichkeit, denn es bindet Kapital. Falsch geführt heißt es im schlimmsten Fall: Kein Material, keine Behandlung, kein Einkommen. Und eine mengenmäßige Lagerbuchhaltung für die Praxis muss dabei noch nicht mal teuer und kompliziert sein. Das alles und noch viel mehr finden Sie bei AERA-Online.

Einfach. Clever. Die Bestände im Blick.

Deutschlands größte Preisvergleichs- und Bestellplattform für Dentalprodukte erweitert ihr Angebot um eine Lager- und Bestandsführung und stellt diese Funktion allen Kunden kostenfrei direkt da zur Verfügung, wo auch bestellt wird, nämlich direkt auf AERA-Online.de. Damit ist weder die Anschaffung einer komplizierten Software noch das Abschließen eines kostenpflichtigen Abos notwendig, um das neue Feature zu nutzen. Dabei legen die Macher viel Wert auf einen unkomplizierten und einfachen Workflow. Online-Lagerplätze werden anhand der Infrastruktur Ihrer Praxis angelegt und mit den jeweiligen Beständen bestückt. Dazu können Sie bequem Artikel mit wichtigen Informationen, wie Mindesthaltbarkeitsdaten, Chargennummern und Melde- und Mindestbeständen konfigurieren. Artikel bei Wareneingängen zu-, bei Änderungen um-, oder für Behandlungen abbuchen funktioniert mit nur einem Klick – im nächsten Schritt auch bequem mit der überarbeiteten AERA-Online Mobile App. Mit der Statistikfunktion haben Sie dann auch Ihre Verbräuche und Kosten immer im Blick. Und abgelaufene Produkte, Melde- und Mindestbestände? Werden Ihnen automatisch farblich gekennzeichnet. Schön, wenn Sie dann nur noch auf Nachbestellen klicken müssen und die praktischen Bestelltools von AERA-Online, wie der Warenkorboptimierer, Ihnen dabei helfen, immer zu den günstigsten Preisen Material einzukaufen.

Geringe Kosten, hohe Rendite

Hat Qualität bei der Geldanlage ihren Preis?

Wenn Patienten zu Ihnen in die Praxis kommen, dann erwarten sie Qualität. Diese Qualität hat ihren Preis. Doch wie ist das bei der Geldanlage, bei Produkten, mit denen Sie für das Alter vorsorgen und ihr Geld rentabel anlegen wollen? Hat Qualität auch hier ihren Preis?

Je hochwertiger die zahnmedizinische Versorgung ist, desto teurer wird sie in der Regel sein. Mittlerweile wissen das auch Patienten. Sie sind deshalb bereit, für eine hohe Qualität einen angemessenen Preis zu bezahlen. Dieser Anspruch gilt in vielen Bereichen unseres Lebens. Wer einen höheren Qualitätsstandard haben will, muss bereit sein, dafür mehr zu zahlen. Bei Finanzprodukten für unsere Altersvorsorge und Geldanlage gehen wir von der gleichen Annahme aus. Wir glauben, dass auch bei der Geldanlage Qualität ihren Preis hat! Hat sie das tatsächlich? Um es kurz auf den Punkt zu bringen: Nein! Denn gerade die Kosten einer Geldanlage sind ausschlaggebend für den Anlageerfolg – je niedriger, desto besser. Diese Erkenntnis ist leicht nachvollziehbar. Es ist reine Mathematik. Kosten reduzieren die Rendite. So einfach ist das.

Die Auswirkungen aufs Ergebnis

Ausgerechnet Zahnärzte, die akribisch die Preise für Dentalmaterialien vergleichen und bis auf ein Zehntel herunterbrechen und bei Finanzierungskonditionen das letzte Zehntel Zinsen verhandeln, legen bei den Kosten für ihre Altersvorsorge und Geldanlagen eine schier unglaubliche Großzügigkeit an den Tag. Oft fragen sie nicht einmal danach, was ein Produkt für

die Geldanlage oder Altersvorsorge kostet – geschweige denn, welche Auswirkungen diese Kosten auf das Ergebnis einer Anlage haben. Stattdessen führen sie mit ihren vertrauten Beratern Smalltalk-Gespräche und unterzeichnen völlig gutgläubig irgendwelche Finanzverträge, mit denen sie sich teilweise jahrzehntlang binden und die Kosten in Höhe einer Eigentumswohnung verursachen.

Kosten nicht unterschätzen

Finanzanlagenvermittler sprechen meist nur ungern über diese Kosten, sie verweisen lieber auf das Kleingedruckte in den sogenannten Produktinformationsblättern. Oder sie verharmlosen die Kosten, indem sie behaupten, dass gute Produkte eben ihren Preis hätten. Warum unterschätzen Zahnärzte die Auswirkungen von Kosten einer Geldanlage? Ein Grund ist, dass sie sich in der Regel gar nicht bewusst sind, wie enorm stark sich Kosten auf den Anlageerfolg einer Geldanlage auswirken. Deshalb stellen sie oft keine Fragen dazu. Ein weiterer Grund ist, dass wir alle – und somit auch Zahnärzte – oft kein Gefühl für die Langzeitwirkung von Zins und Zinseszins haben. Welchen schönen Vorteil Ihnen ein langjähriger Renditevorteil durch ersparte Kosten bringt, berechnen wir an einem Beispiel:



Davor Horvat

Foto: Privat

Davor Horvat ist Gründer und Vorstand der Honorarfinanz AG. Als Finanzfachwirt (FH) ist er seit 1995 in der Finanzbranche tätig und berät Kunden als unabhängiger Honorarberater.

Der Gewinn liegt im Einkauf

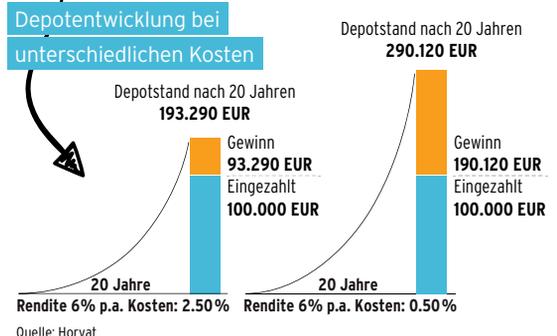
Wenn wir also davon sprechen, dass der Gewinn im Einkauf liegt, dann meinen wir vor allem die Kosten.

Denn dort liegt der wahre Hebel für eine höhere Rendite. Je geringer die Kosten sind, desto höher wird die spätere Rendite für die Anlegerin oder den Anleger ausfallen. Börsengehandelte Indexfonds (ETFs) eignen sich z. B. besonders gut für die Altersvorsorge und Geldanlage, da sie extrem kosteneffizient sind.

Davor Horvat
www.honorarfinanz-ag.de
d.horvat@honorarfinanz.ag

RENDITEVORTEIL DURCH ERSPARTE KOSTEN

Zwei Zahnärzte (siehe Grafik) legen einmalig je 100.000 Euro an. Der eine erreicht 5,5 Prozent Rendite pro Jahr nach Kosten, der andere reduziert durch höhere Kosten diese Rendite auf 3,5 Prozent. Nach 15 Jahren ist beim ersten Zahnarzt das Vermögen auf rund 223.000 Euro angewachsen und beim zweiten auf etwa 168.000 Euro. Läppische zwei Prozentpunkte mehr Rendite durch geringere Kosten führen also zu einem Unterschied von ungefähr 45 Prozent beim Vermögenszuwachs. Nach 20 Jahren vergrößert sich der Vorsprung auf fast 100 Prozent. Dann kann sich der eine Zahnarzt auf einen Gewinn von 192.000 Euro freuen, während der andere nur um 99.000 Euro reicher geworden ist – und dies, obwohl er das gleiche Risiko eingegangen ist. Der Unterschied besteht ausschließlich in den Kosten für die Geldanlage.



Fallstricke vermeiden

4 Tipps für eine erfolgreiche Praxisübernahme

Der Weg zur eigenen Praxis führt nicht selten über die Übernahme einer bereits bestehenden Praxis. Neben den vielen Vorteilen, die das Weiterführen eines gut laufenden Unternehmens mit sich bringt, birgt die Praxisübernahme auch einige Fallstricke, die es zu vermeiden gilt. Erfolgreicher wird, wer sich frühzeitig fachkundig informiert.

1 Ziele setzen

Bevor eine passende Praxis gefunden und übernommen werden kann, sollten die eigenen Vorstellungen konkretisiert werden. Welche Praxisstruktur soll übernommen werden – eine Einzelpraxis oder kommt eine Gemeinschaftspraxis in Betracht? Welche Größe soll die Praxis haben und welche Wachstumsmöglichkeiten sind vorstellbar? Welches Klientel wird behandelt und welche Methoden sind schon etabliert? Eine frühzeitige Planung und Kenntnis der auf dem Markt vorhandenen Möglichkeiten helfen, sich auf die eigenen Ziele zu fokussieren und eine langfristig wünschenswerte und tragfähige Wahl zu treffen. Bereits hier kann das Vorhaben durch erfahrene Berater hilfreich begleitet werden.

2 Praxiswert bestimmen

Die zentrale und wichtigste Frage bei jedem Praxiskauf ist der Kaufpreis. Um diesen mit dem Praxisabgeber auszuhandeln zu können, muss der Wert der Praxis bestimmt werden. Dieser wird regelmäßig in den materiellen Wert und den ideellen Wert, den sogenannten Goodwill, unterteilt. Während sich Ersterer meist nachvollziehbar anhand einer Auflistung der in der Praxis vorhandenen Güter bestimmen lässt, wird der ideelle Wert geschätzt. Hierfür werden mit vielfältigen Methoden und unter Einbeziehung von betriebswirtschaftlichen Auswertungen, Patientenstamm, Patientenbindung, Infrastruktur und weiteren Faktoren Berechnungen angestellt, die für den Laien kaum zu überblicken sind. Spätestens hier lohnt es sich, sowohl für Praxisabgeber als auch für Praxiskäufer, Hilfe von rechtlich und steuerlich erfahrenen Experten in Anspruch zu nehmen und so auf beiden



Nadine Ettlting

Foto: Lyck+Pätzold healthcare.recht

Nadine Ettlting ist Rechtsanwältin und Fachanwältin für Medizinrecht bei Lyck+Pätzold healthcare.recht. Sie steht (Zahn-)Ärzten bei allen Fragen zu medizinrechtlichen Ansprüchen zur Seite. Sie berät und begleitet bei beruflichen Veränderungen und berät bei arbeitsrechtlichen und gesellschaftsrechtlichen Herausforderungen.

Seiten das Vertrauen in die Seriosität des Vorhabens zu stärken.

3 Praxispersonal beachten

Wer eine Praxis übernimmt, übernimmt nicht nur Inventar und Patientenstamm, sondern auch das angestellte ärztliche und nicht-ärztliche Personal. Der Praxiserwerber muss das Personal in der Regel zu unveränderten Konditionen vom Vorgänger übernehmen. Bereits im Vorfeld der Vertragsverhandlungen sollten daher alle Arbeitsverträge auf Inhalte und Reichweite geprüft werden, um langfristige Kosten und Risiken, wie z. B. eine hohe Anzahl an Urlaubstagen, prozentuale Umsatzbeteiligungen sowie sonstige Gratifikationen, einschätzen zu können.

Erfolgreicher wird, wer sich frühzeitig fachkundig informiert.

Nicht selten sind Mitarbeitende aus Zeiten des Praxisvorgängers bereits seit Jahren oder Jahrzehnten in der Praxis angestellt, verfügen über viel Erfahrung in den Praxisabläufen und kennen den Patientenstamm. Sind die beschriebenen Risiken gut mit einkalkuliert, kann das Bestandspersonal für die erfolgreiche Fortführung der Praxis einen sehr hohen Stellenwert haben.

4 Individuelle Vertragserstellung

Sind die Vorgespräche so weit gehen, dass die Praxis übernommen werden soll, muss das Vorhaben schriftlich festgehalten werden: ein Praxisübernahmevertrag wird erstellt. Gerade wenn sich Käufer und Verkäufer einig und vielleicht sogar noch sympathisch sind, ist die Versuchung groß, eines der im Internet frei verfügbaren Muster zu nutzen und an die eigenen Bedürfnisse anzupassen oder sogar sich von den zunehmend aktiven künstlichen Intelligenzen zügig einen eigenen Vertrag erstellen zu lassen. Doch dabei ist Vorsicht geboten! Alle dies Vertragsmuster sind nicht ohne Weiteres auf den Einzelfall übertragbar und häufig veraltet oder auf veralteten Informationen beruhend. Oft entsprechen sie nicht den rechtlichen Anforderungen an eine Transaktion dieser Größenordnung. Gerade im Medizinrecht hat sich in den letzten Jahren viel verändert, angefangen bei der zunehmenden Digitalisierung über den Umgang mit Patientendaten bis hin zu Wettbewerbsklauseln. Eine rechtssichere Gestaltung für den individuellen Fall schafft Klarheit auf allen Seiten und verhindert spätere, teure Streitigkeiten.

Nadine Ettlting

www.medizinamwaelte.de
ettling@medizinamwaelte.de

Steuertipp

Steuern sparen mit der Sonderabschreibung für bewegliche Wirtschaftsgüter

Mandanten fragen häufig, welche Steuerersparnis geplante Investitionen bringen. Sie sind dann manchmal enttäuscht, da sich die Steuerersparnis nicht so schnell einstellt, wie sie sich das erhoffen. Gewünscht ist eine spürbare Steuerentlastung. Wenn jedoch keine laufenden Kosten oder geringwertige Wirtschaftsgüter vorliegen, sind Investitionen steuerlich meist abzuschreiben.



Sabine Banse-Funke

Foto: Mirja Diederich

Dipl.-Finanzwirtin (FH) Sabine Banse-Funke bietet steuerliche, wirtschaftliche und gesellschaftsrechtliche Beratung von Zahnärzten und anderen Arztgruppen.

Ausgaben für Investitionen wirken sich steuerlich erst nach und nach über die Jahre des Abschreibungszeitraums steuermindernd aus. Eine Möglichkeit, eine höhere Abschreibung zu erhalten und dadurch die Steuerersparnis früher zu bekommen, ist die Sonderabschreibung für bewegliche Wirtschaftsgüter.

? Was ist der Vorteil der Sonderabschreibung für bewegliche Wirtschaftsgüter?

Durch die Sonderabschreibung für bewegliche Wirtschaftsgüter kann die Abschreibung zeitlich vorgezogen werden. Die Steuerersparnis stellt sich dadurch deutlich früher ein.

? Für welche Wirtschaftsgüter kann die Sonderabschreibung genommen werden?

Begünstigt sind abnutzbare bewegliche Wirtschaftsgüter, die zum Anlagevermögen eines Betriebes, z. B. der Zahnarztpraxis gehö-

ren. Die Sonderabschreibung wird zum Beispiel nicht gewährt für Grundstücke, Gebäude, Software oder andere immaterielle Wirtschaftsgüter, wie Praxiswert, Geschäftswert, Patente oder Rechte. Die begünstigten Wirtschaftsgüter können neu oder gebraucht sein.

? Welche Voraussetzungen müssen zusätzlich noch vorliegen?

Die Gewährung der Sonderabschreibung ist an eine Gewinngrenze geknüpft. Im Wirtschaftsjahr, das der Anschaffung vorangeht, darf die Gewinngrenze von 200.000 Euro nicht überschritten sein. Diese gilt für Einnahmenüberschussrechner und Bilanzierer.

Hintergrund dafür ist, dass nur kleine und mittlere Betriebe durch die Sonderabschreibung vom Gesetzgeber gefördert werden sollen. Betriebe und Praxen, die den Gewinn von 200.000 Euro überschreiten, sind von der Sonderabschreibung ausgeschlossen.

? Welche Besonderheiten existieren bei Personengesellschaften?

Bei Personengesellschaften gelten die vorher genannten Größenmerkmale für die komplette Personengesellschaft. Dabei wird der Gewinn der Gemeinschaft inklusive des Sonderbetriebsbereiches der Gesellschafter und der Ergänzungsrechnungen der Gesellschafter betrachtet. Es wird nicht auf den einzelnen Gesellschafter abgestellt.

! Beispiel für die Berechnung bei einer Personengesellschaft

Eine Gemeinschaftspraxis/BAG mit zwei Zahnärzten hat im Jahr 2022 einen Gewinn von insgesamt 380.000 Euro. Auf jeden Gesellschafter entfällt ein Gewinnanteil von 190.000 Euro. Der einzelne Gesellschafter unterschreitet die Gewinngrenze von 200.000 Euro mit seinem Gewinnanteil von 190.000 Euro. Trotzdem wird die Sonderabschreibung für 2023 nicht gewährt, da auf die ganze Gesellschaft abgestellt wird. Die Gesellschaft überschreitet aufgrund ihres Gesamtgewinns von 380.000 Euro die Gewinngrenze von 200.000 Euro.

? Wie hoch ist die Sonderabschreibung und für welchen Zeitraum wird diese gewährt?

Die Sonderabschreibung kann insgesamt bis zu 20 % der Anschaffungs- oder Herstellungskosten des Wirtschaftsgutes betragen. Sie kann im Jahr der Anschaffung oder Herstellung und in den folgenden vier Jahren in Anspruch genommen werden, wenn alle Voraussetzungen erfüllt sind.

? Was ist mit der linearen Abschreibung und der degressiven Abschreibung?

Die normale lineare Abschreibung wird immer zusätzlich gewährt. Für die Anschaffungsjahre 2020 bis 2022 kann das Wahlrecht ausgeübt werden, statt der linearen Abschreibung die degressive Abschreibung anzusetzen. Dann erhöht sich die Steuerersparnis zusätzlich.

! Beispiel für die Sonderabschreibung für bewegliche Wirtschaftsgüter

Im Jahr 2022 wird ein Gerät für 100.000 Euro angeschafft. Alle Voraussetzungen der Sonderabschreibung für bewegliche Wirtschaftsgüter liegen vor. Die Sonderabschreibung beträgt 20 % von 100.000 Euro, also 20.000 Euro. Die Steuerersparnis beträgt bei einem unterstellten Spitzensteuersatz der Einkommensteuer von 42 % inklusive Solidaritätszuschlag rund 8.800 Euro. Die normale lineare Abschreibung wird zusätzlich gewährt. Für die Anschaffungsjahre 2020 bis 2022 kann statt der linearen Abschreibung auch die degressive Abschreibung gewählt und angesetzt werden.

? Gibt es Verbleibensfristen und wie muss das Wirtschaftsgut nach der Anschaffung genutzt werden?

Die Sonderabschreibung kann nur in Anspruch genommen werden, wenn die Wirtschaftsgüter im Jahr der Anschaffung oder Herstellung und im darauffolgenden Wirtschaftsjahr in einer inländischen Betriebsstätte in Deutschland verbleiben. Weiterhin muss für den Zeitraum eine ausschließliche oder fast ausschließliche betriebliche Nutzung gegeben sein. Eine fast ausschließliche Nutzung liegt vor, wenn die betriebliche Nutzung mindestens 90 % beträgt.

? Welche Folgen gibt es beim Verstoß gegen die Verbleibensfristen?

Wird gegen die Verbleibensfristen verstoßen oder liegt keine ausschließliche oder fast ausschließliche Verwendung vor, wird die Sonderabschreibung rückwirkend gestrichen. Gegebenenfalls werden bereits erlassene Bescheide rückwirkend geändert.

? Kann die Sonderabschreibung mit dem Investitionsabzugsbetrag kombiniert werden?

Die Sonderabschreibung kann mit dem Investitionsabzugsbetrag kombiniert werden. Grundsätzlich können Investitionsabzugsbeträge bis zur Höhe von 50 % der voraussichtlichen Anschaffungs- oder Herstellungskosten gewinnmindernd in Abzug gebracht werden. Den Investitionsabzugsbetrag stellen wir in einer der nächsten Folgen vor.

! Zusammenfassung zur Sonderabschreibung für bewegliche Wirtschaftsgüter

Durch die Sonderabschreibung für bewegliche Wirtschaftsgüter können bis zu 20 % der Anschaffungskosten zusätzlich in den ersten fünf Jahren als Abschreibung geltend gemacht werden. Dadurch wird Abschreibung vorgezogen und die Steuerersparnis tritt früher ein. Mit dem Investitionsabzugsbetrag kann die Steuerersparnis zusätzlich noch weiter erhöht werden. Vertiefende Informationen zu den Themen gibt es im Blog von Vesting & Partner.

Sabine Banse-Funke
www.vesting-stb.de, banse-funke@vesting-stb.de

Prävention vor Burnout

Erst das Team, dann die Patienten

Nach über 20 Jahren in eigener Zahnarztpraxis mit Labor in Leverkusen gehört für Prof. Dr. Dr. Philipp Plugmann zu den wichtigsten Erkenntnissen: Erst das Team, dann die Patienten. Was bedeutet das?



Weniger Personal und mehr Patienten bedeutet mehr Arbeit pro Teammitglied - es drohen Überarbeitung und Unzufriedenheit.

Wenn Sie sich mit 27 Jahren niederlassen und mit 67 oder 72 in den Ruhestand gehen, haben Sie theoretisch 40 bis 45 Jahre im eigenen Betrieb vor sich. Eine lange Strecke, in der rechtliche, ökonomische und politische Rahmenbedingungen stetig Veränderungen bewirken. Ob Einzel-, Mehrbehandlerpraxis oder Z-MVZ, die Anforderungen auf Patientenseite und seitens der Administration (Gesetze, Verordnungen, Bürokratie) steigen.

Ausgangslage für Zahnarztpraxen im Jahr 2023

Durch das aktuelle GKV-Finanzstärkungsgesetz und steigende Zinsen bei den Banken für Dispo und geduldete Überziehungen (teilweise 18 %), steigende Material- und Energiekosten, Fachkräftemangel, gepaart mit der Geldentwertung durch eine Inflation bereits im zweistelligen Bereich (über 10 % und für bestimmte Güter deutlich höher), ist der Stresspegel für das Praxisteam hoch. Damit meine ich immer

auch die Zahnärztinnen und Zahnärzte. Die uns auf Instagram und Facebook suggerierte heile Dentalwelt voller lustiger, gutgelaunter und sorgenfreier Teams, die nichts anderes zu tun haben als sich auf Bürostühlen durch die Praxis schieben zu lassen oder Party zu machen, kollidieren mit der Alltagsrealität in vielen normalen Praxen mit Sorgen über Finanzierbarkeit, Wirtschaftlichkeit und einer einigermaßen vertretbaren Work-Life-Balance. Sich dabei auf die Politik zu verlassen ist ein Zeichen von Hoffnung – die Hoffnung stirbt zuletzt. Wir müssen jedoch unsere Zukunft aktiv selbst gestalten.

Wissenschaftliche Basis zu Burnout

Wissenschaftliche Studien zeigten bereits vor der Corona-Krise, dass bei Ärzten Burnout in Form emotionaler und physischer Erschöpfung (Fuchs et al., 2009), Depressionen (Braun, M., et al., 2008) und Gesundheitsbeeinträchtigungen bis

hin zur psychiatrischen Behandlung (Beschoner & Braun, 2007) vorkommen – und zwar um einiges mehr als bei anderen Berufsgruppen.

Die Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft von Burnout (Freudenberger, 1989) bezieht sich auch auf erste Forschungen aus dem Jahr 1973, die sich für eine Sensibilisierung zu Burnout und zur Einbindung in das allgemeine Gesundheitswesen aussprach. Burnout wurde bei Frauen untersucht (Freudenberger, North 1992) und es bestätigte sich, dass Burnout eine geschlechtsunabhängige Gesundheitskrise ist, die unterschiedlichste Facetten haben kann (alleine sein, Zukunftsängste, Überarbeitung, Schwangerschaft, Trennungsangst, sozialer Druck, Existenzängste uvm.). Nach jahrzehntelanger Forschung zum Burnout-Syndrom, der Prävalenz, den Symptomen, Differentialdiagnosen und Therapiemöglichkeiten (Kissling, W., et al., 2014) hat die Weltgesundheitsorganisation WHO 2019 Burnout in die



**Prof. Dr. Dr.
Philipp Plugmann**

Foto: Privat

Prof. Dr. Dr. Philipp Plugmann betreibt seit 20 Jahren seine Zahnarztpraxis in Leverkusen. Seit 2020 ist er Professor für interdisziplinäre Parodontologie und Prävention an der SRH Hochschule für Gesundheit.

„International Classification of Diseases (ICD-11)“ aufgenommen (WHO, Link 2019).

Selbstfürsorge

Schützen Sie Ihr Team und sich! Ob Burnout, Herzinfarkt, Schlaganfall, Rückenprobleme, Bluthochdruck, bei permanenter Überlastung drohen Ihnen und Ihren Teammitgliedern langfristig Gesundheitsprobleme. Anwendungsorientiert betrachtet verlassen Menschen das Gesundheitssystem, um sich selbst und ihre Familien zu schützen, was logisch und nachhaltig ist. Im November 2022 habe ich eine Fortbildung an der Harvard Medical School in Boston (USA) besucht und dabei haben mehrere Chefärzte den Abwanderungstrend aus dem Gesundheitswesen in den USA – auch aus Krankenhäusern – thematisiert. Zu meiner Überraschung nicht nur Krankenschwestern, Pfleger und Ärzte, sondern auch Angestellte aus der Verwaltung und Administration.

Was bedeutet das für die Zahnarztpraxis?

Weniger Personal und steigendes Patientenaufkommen (was für eine solide Praxisentwicklung spricht) bedeutet mehr Arbeit pro Teammitglied, womit Überarbeitung, Erschöpfung und Unzufriedenheit drohen. Wir haben eine Verpflichtung unser Team zu schützen und wir wissen, wenn wir selbst mit einem Herzinfarkt in der Ecke liegen, werden die meisten Patienten eine neue Praxis suchen, denn wenn man Zahnschmerzen hat oder neuen Zahnersatz benötigt, muss man zu einer Zahnarztpraxis. Das sog. Arzt-Patienten-Verhältnis besteht heutzutage meist nicht über die Berufsunfähigkeit hinaus. Die Stellschrauben können Gehalt, Praxis-

Events, Zusatzleistungen, Förderung von Weiterqualifikation und Erhöhung der Urlaubstage sein. Ich persönlich vertrete neben diesen angesprochenen Punkten die 4-Tage-Woche als effizienteste Stellschraube für das Team. Auf jeden Fall eine Wochenarbeitszeitreduktion. Der Fokus auf die Arbeitszeit allein reicht nicht, denn es gibt noch den Faktor der Arbeitsintensität pro Stunde – ob im Krankenhaus oder in der Arztpraxis.

Eine weitere Strategie, um die Wochenarbeitszeit für Behandler zu reduzieren, ist eine Preiserhöhung. Höhere Preise sind Ihre Pflicht! Das ist Chefsache!

Um Preise erhöhen zu können, bedarf es gesundheitsökonomischer Fachkenntnisse. Sie müssen für jede Leistung die Deckungsbeiträge kalkulieren, die betriebswirtschaftlichen Auswertungen lesen, Abschreibungsverordnungen nachvollziehen und angemessene Rücklagen bilden können. Wer seine Praxis nicht kalkulieren kann, wird in die Unterdeckung abrutschen und der Illusion unterliegen, immer mehr Patienten behandeln zu müssen wäre die Lösung. Dies fördert jedoch die Unzufriedenheit und Überarbeitung, verschlechtert die Praxisatmosphäre und führt insgesamt in die Mangelverwaltung

mit all ihren Konsequenzen. Überdenken Sie Ihr Konzept und schützen Sie Ihr Team und sich selbst vor gesundheitlichen und finanziellen Schäden. Damit lässt sich dann mit voller Energie eine qualitativ vernünftige und für die Patientenschaft zufriedenstellende Zahnmedizin nachhaltig langfristig durchführen.

**Somit nochmal mein Appell an Sie:
Erst das Team, dann die Patienten!**

Prof. Dr. Dr. Philipp Plugmann
www.zahnarzt-plugmann.de

D&W-LITERATUR

1. Braun, M., Schönfeldt-Lecuona, C., Kessler, H., Beck, J., Beschoner, P., & Freudenmann, R. W. (2008). Burnout, Depression und Substanzgebrauch bei deutschen Psychiatern und Nervenärzten. *Nervenheilkunde*, 27(09), 800-804.
2. Beschoner, P., & Braun, M. (2007). Das Burnout-Syndrom bei Ärzten in Deutschland. *Nervenheilkunde*, 26(03), 125-133.
3. Freudenberger, H. J. (1989). Burnout: Past, present and future concerns. *Loss, Grief & Care*, 3(1-2), 1-10.
4. Freudenberger, H., & North, G. (1992). Burn-out bei Frauen. Über das Gefühl des Ausgebranntseins.
5. Fuchs, S., Endler, P. C., Mesenholl, E., Paß, P., & Frass, M. (2009). Burnout bei niedergelassenen Ärztinnen und Ärzten für Allgemeinmedizin. *Wiener Medizinische Wochenschrift*, 159(7), 188-191.
6. Kissling, W., Mendel, R., & Förstl, H. (2014). Das Burnout-Syndrom: Prävalenz, Symptome, Differenzialdiagnose und Therapie. *DMW-Deutsche Medizinische Wochenschrift*, 139(50), 2587-2596.
7. <https://www.who.int/news/item/28-05-2019-burnout-an-occupational-phenomenon-international-classification-of-diseases> _ abgerufen am 23.12.22



„Überdenken Sie Ihr Konzept und schützen Ihr Team und sich selbst vor gesundheitlichen und finanziellen Schäden.“

Prof. Dr. Dr. Philipp Plugmann



Der Anfang eines neuen Jahres ist eine gute Gelegenheit, Unternehmensziele zu evaluieren und die strategische Ausrichtung von Praxis oder Z-MVZ neu zu justieren. Marktbedingungen, technische Innovationen, Mitarbeiter- und Patientenbedürfnisse unterliegen einem ständigen Wandel. So ist die Strategie von gestern, heute vielleicht schon nicht mehr passend oder zeitgemäß.

„Man muss Ziele haben im Leben!“
 „Richtig! Auch ein Gesundheitsunternehmen sollte Ziele haben. Nur mit Zielen allein ist es jedoch leider nicht getan. Nehmen wir einmal an, Ihr Ziel ist es, von Berlin nach München zu fahren. Sicherlich ist es grundsätzlich egal, ob Sie dieses Ziel mit dem Auto, mit der Bahn oder dem Flugzeug erreichen. Sie haben Ihr Ziel erreicht. Aber sind Sie wirklich produktiv zum Ziel gekommen? Haben Sie Chancen ausgelassen, die Sie mit einem anderen Verkehrsmittel hätten nutzen können?

Um im Bild zu bleiben: Autofahren mag wohl eine der individuellsten und durchaus schnellsten Wege zum Ziel sein, aber hatten Sie Gelegenheit E-Mails zu beantworten, eine spannende Fachzeitschrift zu lesen oder einfach mal in die Landschaft zu schauen, um nach neuen Eindrücken zu suchen? Vermutlich eher nicht! Dies ist genau der Punkt. Wir setzen Ziele und vergessen häufig, welcher Weg, mit den aktuellen Rahmenbedingungen, der Beste ist. Projizieren wir dies nun auf die Praxis, dann ist gelegentlich festzustellen, dass

viele Zahnarztpraxen und Zahnmedizinische Versorgungszentren gar nicht wissen, wo sie „hinfahren“ wollen. Wer nicht weiß wohin, kann auch nicht wissen wie. Somit steht am Anfang eines jeden Strategiefindungsprozesses die Definition einer Vision.

Die Unternehmensvision ist mehr als ein Gedankenspiel

Überlegen Sie sich, wo Sie mit Ihrem Unternehmen in fünf bis zehn Jahren stehen wollen. Möchten Sie regional führend oder Qualitätsführer sein? Vielleicht sind Sie auch zum Innovationsführer geboren?! In dieser Phase geht es nicht um Konkretisierung in Zahlen. Es geht um Vorstellungskraft. Es geht um Ihre Leidenschaft für das Gesundheitsunternehmen, welche Ausdruck in der Vision finden sollte.

Trotz allem sind jedoch messbare Fakten in einer Vision immer greifbarer als leere Worthülsen. So ist die Vision „Wir sind die nachgefragteste Implantologie in Schleswig-Holstein“ viel greifbarer als „Wir sind Marktführer der Implantologie“. Da stellt sich unnötig die Frage, mit

welchem Kriterium man Marktführer ist. Was in diesem Zusammenhang besonders wichtig ist: Formulieren Sie Ihre Vision in der Gegenwart! Nichts ist schlimmer als Visionsformulierungen in der Zukunft. Dann ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass die Vision auch Zukunft bleibt.

Visionäres Denken ist ein Stück Verrücktheit mit Vernunft. Also seien Sie verrückt und visionieren Sie Ihr Gesundheitsunternehmen in die Zukunft!

Das Wechselspiel zwischen Strategie und Ziel

Sind wir erfolgreich, wenn wir unsere Ziele erreichen? Viele würden Ihnen an dieser Stelle ein lautes und klares „JA!“ entgegenrufen. Natürlich ist es gut und auch befriedigend, Ziele zu erreichen.

Wenn ein Gesundheitsunternehmen aber Ziele hat, dann kann man die Faktoren im und um das Unternehmen nicht außer Acht lassen. Diese entscheiden maßgeblich, ob ein Ziel erreicht werden kann oder vielleicht um Längen übertroffen werden könnte, wenn man den richtigen Weg geht. Somit entsteht ein Wechselspiel

zwischen Strategie und Ziel. Findet man die richtige Strategie, so erreicht man das optimierte Ziel und kann dieses an die Möglichkeiten des Marktes anpassen. Ohne Ziel kann jedoch eine Strategie nicht definiert werden.

Zu empfehlen ist deshalb, mit der Zieldefinition zu beginnen. Ihre Unternehmensziele sollten sich direkt aus Ihrer Vision ableiten. Nun gilt es also, aus visionären Formulierungen quantifizierbare Ziele zu entwickeln. Hier ist eine noch klarere Formulierung notwendig als bei der Vision. Regionalisierung ist zum Beispiel kein Ziel. Es kann als Arbeitstitel gelten, aber nicht als Ziel. „Die Geschäftserweiterung mit der Dienstleistung X um den Wert Y“ ist ein Ziel. Konkrete, unmissverständliche Formulierungen ersparen Fragen und geben Ihnen und Ihren Mitarbeitenden klare Richtungen vor.

In vielen Gesundheitsunternehmen endet hier der strategische Managementprozess, weil gern das ein oder andere Ziel gleich angepackt werden will. Dieser Unternehmensgeist ist sehr wertvoll, doch an dieser Stelle ist er ungewöhnlich hemmend. Denn vor lauter Begeisterung, dass man nun Ziele hat, wird oft vergessen, dass der Weg zur Zielerreichung noch unklar ist.

„Einfach tun!“ vs. sorgfältig planen

Es gibt viele Situationen bei der Entwicklung eines Unternehmens, in der genau diese Einstellung – das „Einfach tun!“ – ohne Diskussion zum Erfolg führt, vor allem wenn es um schnelle operative Entscheidungen geht. Doch wenn man sich die Zeit nimmt, einmal das eigene Gesundheitsunternehmen und -umfeld zu analysieren und vorher definiert, wie man mit diesen Voraussetzungen die Ziele erreicht (Strategie finden), dann investiert man zwar anfangs mehr Zeit, aber kennt anschließend den roten Faden und vermeidet Entscheidungsfehler – denn Entscheidungen, die im Sinne der Strategie gefällt werden, werden selten falsche Entscheidungen sein. Die Maßnahmen, die getroffen werden müssen, um die Strategie zu erfüllen und das Ziel zu erreichen, werden klarer. In Summe spart man also Zeit.

Wie finden Sie nun die Strategie, die Sie zu Ihren Zielen bringt und alle Faktoren, die Ihr Gesundheitsunternehmen beeinflussen, berücksichtigt? Als Grundlage des Strategiefindungsprozesses empfehlen wir die

SWOT-Analyse: Einerseits zur Chancen- und Risikobewertung der Umweltfaktoren und zur Stärken- und Schwächenanalyse innerhalb des Gesundheitsunternehmens.

Strategieentwicklung mit der SWOT-Analyse

Die SWOT-Analyse (SWOT = Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) offenbart Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken einer Zahnarztpraxis oder eines Z-MVZ. Sie ist Grundlage und Startpunkt für die unternehmerische Strategieentwicklung. In der SWOT-Analyse werden interne und externe Unternehmensfaktoren in ihre Einzelteile zerlegt und Einflussfaktoren identifiziert.

1. Die Umfeldanalyse: Im ersten Schritt sollten Sie Ihr Unternehmensumfeld betrachten. Analysieren Sie objektiv und ehrlich in welchen Bereichen sich für Ihr Gesundheitsunternehmen Chancen ergeben und in welchem Bereichen Sie auf Risiken achten sollten. Betreiben Sie diese Analyse wirklich ehrlich. Schönmalerei hilft in diesem Moment Ihrer Seele, aber nicht Ihrem strategischen Erfolg. Tragen Sie die jeweiligen Faktoren dann in Ihre SWOT-Matrix ein.

2. Die Unternehmensanalyse: Nun können Sie bereits in die Unternehmensanalyse übergehen – vielleicht der spannendste



Stephan F. Kock
Foto: Kock+Voeste GmbH

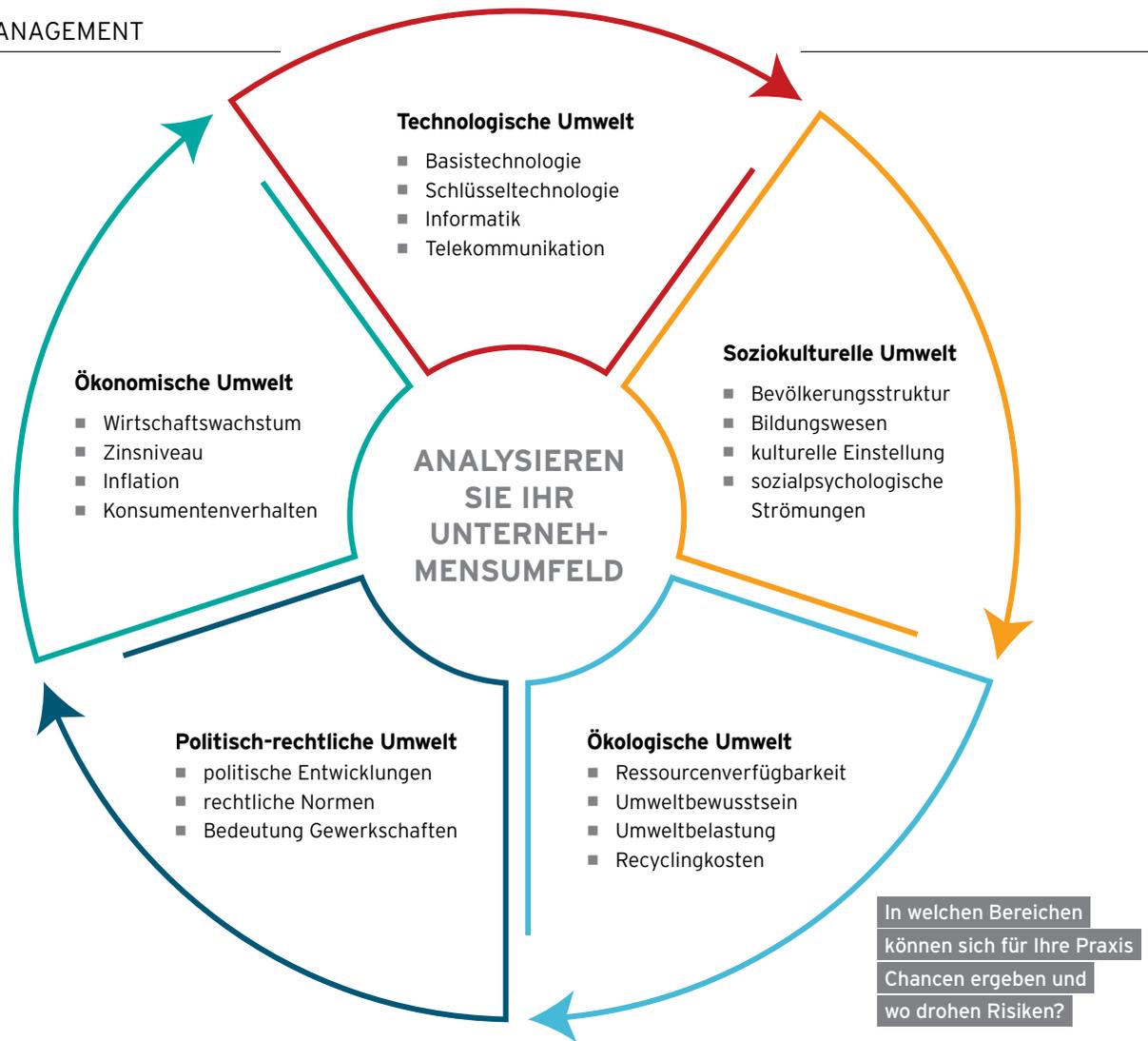
Stephan F. Kock ist Inhaber und Geschäftsführer der Kock+Voeste GmbH. Seit mehr als 30 Jahren begleitet und berät er bundesweit Arztpraxen, Zahnarztpraxen und (Zahn-)Medizinische Versorgungszentren in allen wirtschaftlichen, strategischen, organisatorischen sowie mitarbeiter- und patientenbezogenen Belangen.

Teil eines solchen Prozesses, aber manchmal auch der selbstkritischste. Denn uns selbst und unserem Unternehmen Schwächen einzugestehen, ist doch eine schwierige Prozedur. Aber sehen Sie es positiv: Eine Schwäche zu erkennen und mit dieser zu arbeiten, ist immer besser als eine Schwäche auszuleben, ohne sie zu kennen. Im Rahmen der Unternehmensanalyse gibt es eine Vielzahl an Möglichkeiten, Stärken und Schwächen zu identifizieren. Indem Sie ausgewählte Aspekte nach dem Schulnotenprinzip bewerten, werden kritische Erfolgsfaktoren für Ihre Unternehmensentwicklung sichtbar. »



Die SWOT-Analyse offenbart Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken einer Praxis.

Fotos: PhotoGranary - stock.adobe.com, Silvia - stock.adobe.com



Welche Faktoren sollten Sie nun „benoten“? Das ist eine sehr individuelle Angelegenheit. Eine Zahnarztpraxis hat andere Bereichsprioritäten als ein Z-MVZ. Folgende Bewertungskategorien können jedoch grundsätzlich zur Analyse herangezogen werden, wobei jede Kategorie in einzelne Unteraspekte aufgegliedert werden sollte (z. B. die Kategorie Personal in Qualifikation, Fluktuation, Produktivität etc.):

- Praxisfinanzen
- Praxispersonal
- Praxisorganisation
- Praxismanagement
- Praxismarketing.

Unternehmensstrategie: „Der Weg ist das Ziel!“

Nun haben Sie alle Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken identifiziert und es gilt, die SWOT-Matrix mit „Leben zu füllen“. Dies erscheint Ihnen vielleicht aus jetziger Sicht schwierig. Doch bei einem Strategiefindungsprozess ist nicht selten der Weg das Ziel.

Das heißt, durch konsequente Analyse aller Faktoren erkennen Sie schon während des Prozesses, wo die Reise hingehen wird. Sie setzen sich intensiv mit Ihrem Gesundheitsunternehmen auseinander. Allein dies ist schon mehr, als viele andere tun.

Nun möchten Sie dennoch nicht nur den Weg als Ziel haben, sondern auch fassbare Strategien. Hier eignet sich die SWOT-Matrix eben hervorragend. Stellen Sie sich diese vier Fragen und entwickeln Sie dazu Ihre Strategie im jeweiligen Quadranten:

- Mit welchen Stärken können Sie Chancen nutzen?
- Welche Chancen verpassen Sie wegen Ihren Schwächen?
- Haben Sie Stärken, um Risiken zu minimieren?
- Welche Risiken haben Sie aufgrund Ihrer Schwächen?

Damit haben Sie nun Ihre Hauptstrategien. Doch beachten Sie, dass keine Strategie in Stein gemeißelt ist. Die Märkte sind beweglich und nichts ist schlimmer als unbewegliche Unternehmen. Also führen Sie einen Strategietag ein. Häufig

reicht dies einmal im Jahr. Stellen Sie sich dann folgende Fragen und passen Sie Ihre Ziele und Strategien an. Aber ändern Sie bitte nicht Ihre Vision im Jahresrhythmus! Fragen Sie sich immer aufs Neue:

- Sind meine Ziele noch realistisch?
- Habe ich meine Ziele schon erreicht?
- Basiert meine Strategie noch auf denselben Grundvoraussetzungen wie vor einem Jahr?
- Was habe ich zur Umsetzung meiner Strategien dieses Jahr getan?
- Was möchte ich bis nächstes Jahr für meine Strategien getan haben?

Es ist hilfreich, den Strategiefindungsprozess von externen Spezialisten begleiten zu lassen. Marktkenntnisse, valide Vergleichskennzahlen und ein objektiver Blick von außen in die Strategieentwicklung sind entscheidende Vorteile. Eine Praxisanalyse identifiziert Potenziale und Stellschrauben zur Optimierung Ihrer Unternehmensstrategie.

Stephan F. Kock
www.kockundvoeste.de
info@kockundvoeste.de



Praxiskonzepte gestern und heute

Die Zahnarztpraxis im Wandel der Zeit

Ein Blick zurück in die Zahnarztpraxis der 70er Jahre offenbart gravierende Unterschiede zu modernen Praxen heute. Strategien, Konzepte und Kompetenzen haben sich erheblich geändert.

In den 1970er und 1980er Jahren war die Praxisgründung ein Erfolgsmodell. Aufgrund einer geringen Zahnarztdichte gab es keinen direkten Wettbewerb. Neue Patienten fanden ihren Zahnarzt meist über die gelben Seiten oder das Hörensagen. Großzügige Kostenerstattungen der gesetzlichen Krankenkassen führten dazu, dass sich eine Vollkasko-Mentalität entwickelt hat.

Der Zahnarzt musste wenig Zeit in die Beratung seiner Patienten investieren, sondern konnte sich mit seiner fachlichen Kompetenz voll und ganz auf die Behandlung konzentrieren. Und das war nach damaliger Erkenntnis i. d. R. eine Reparaturmedizin. Die 70er und 80er Jahre waren das Zeitalter der Anbieter induzierten Nachfrage. Das bedeutet, eine Therapie wurde verordnet!

Die 90er Jahre

In den 90er Jahren haben der medizinische Fortschritt und fachliche Weiterbildung in einzelnen Fachdisziplinen, wie Endodontologie, Parodontologie, Ästhetische Zahnheilkunde usw., die Spezialisierung begünstigt. Patienten konnten sich für eine



Mathias Leyer
Foto: Leyer

Gesundheitsökonom, Trainer und Berater mit den Tätigkeitsschwerpunkten Praxisökonomie, Coaching und einer Vorliebe zu stimmigen Marketingkonzepten.

bessere Zahnfüllung entscheiden, mussten dafür allerdings einen Eigenanteil leisten. Das führte dazu, dass Zahnärzte wegen der Vollkasko-Mentalität der Patienten meist auf erheblichen Widerstand gestoßen sind.

Die Praxisstrategie „Zuzahler-Modell“ war das Mittel der Wahl. Einem schwindenden Einkommen konnten Zahnärzte nur entgegenwirken, indem Sie $\geq 50\%$ ihres Praxisumsatzes nicht mehr über die KZV vereinnahmten. Zahnärztliche Leistungen unterlagen fortan dem Prinzip Angebot und Nachfrage. Neue Patienten kamen überwiegend auf Empfehlung oder wurden über die Website auf die Praxis aufmerksam.

Einstieg ins 21. Jahrhundert

Ein preisfokussiertes Konsumentenverhalten ermutigte Patienten vermehrt zum Einholen der 2. Zahnarztmeinung. Der bestehende Verdrängungswettbewerb in Städten und Ballungsgebieten wurde verschärft. Die 1990er, 2000er und 2010er Jahre waren vom Dienstleistungscharakter geprägt. Gefordert waren neben fachlichen auch soziale Kompetenzen, denn eine zahnärztliche Leistung wurde verkauft!

Das heutige digitale Zeitalter

Im heutigen digitalen Zeitalter wird Zahnmedizin auf höchstem Niveau praktiziert und technische Innovationen genutzt – sofern die Patientenklientel passt. Dies obliegt zunehmend dem digitalen Marketing. Mittlerweile finden ca. 60 % der Neupatienten ihren Zahnarzt online. Sei es, dass sie „Dr. Google“ befragen, in Bewertungsportalen nach dem „besten“ Zahnarzt recherchieren, auf die suchmaschinenoptimierte Praxiswebsite stoßen oder durch Social Media zu wahren Fans werden. Bei all diesen Fragestellungen unterstützen Marketer, die mit entsprechenden Kampagnen mehr Sichtbarkeit und Reichweite für eine gezielte Patientennachfrage schaffen. Beim „Fachkräftemangel“ helfen sie mit einer onlinegestützten Mitarbeitergewinnung.

Der Wunschpatient

Früher hieß es: „Jeder bekommt die Patienten, die er verdient.“ Heute heißt es: „Jeder bekommt die Patienten, die er behandeln möchte!“ Es geht um die Positionierung mit dem Fokus auf die Zielgruppe „Wunschpatienten“. Da Zahnärzte ihre Leistung im direkten Kontakt zu ihren Patienten erbringen, erfolgt die Identifikation auch stets über deren Persönlichkeit. Aufmerksamkeit und Empathie überzeugen und mit einem schlüssigen Konzept gelingt es, die Wünsche von Patienten zu erfüllen.

Mathias Leyer

www.zahnarztpraxis-konzept.de
kontakt@zahnarztpraxis-konzept.de

Zahnmedizin im Wandel der Zeit

„früher“ „70er und 80er Jahre“	„gestern“ „1990 - 2210“	„heute“ „2023“
„Anbieter induzierte Nachfrage“	„Dienstleistungscharakter“	„Markenbildung“ „Digitalisierung“
Strategie: Erfolgsmodell	Strategie: „Zuzahler“-Modell	Strategie: Positionierung
100 % Kostenübernahme GKV	Honorareinnahmen $\approx 50\%$ außerhalb KZV	
Patientenverhalten: „Vollkasko-Mentalität“	Patientenverhalten „smart“	„smart“ + „anspruchsvoll“ + „Dr. Google“
geringe Zahnarztdichte	Verdrängungswettbewerb (VW)	„VW“ + „Z-MVZ“
Neu-Patienten: „Branchenbuch“	Neu Patienten: „Vitamin E“ + „Website“	„Vitamin E“ + digitales Marketing
Fachliche Kompetenz (FK)	FK + Soziale Kompetenz (SK)	FK + SK + Aufmerksamkeit + Empathie
„Reparaturmedizin“	„Paro“ „Ästhetik“ „Funktion“	„Spezialisierung“ „Expertenstatus“
„Therapie wurde verordnet“	„Leistung wurde verkauft“	„Patientenwünsche erfüllen“

Passendes Personal finden

Wie gutes Recruiting funktioniert

Auch 2023 bestimmt der Fachkräftemangel den Praxisalltag. Da die Suche nach geeignetem Personal für viele Praxen eine große Herausforderung ist, wittern immer mehr Online-Marketeer und Headhunter das große Geschäft. Wir verraten Ihnen fünf Tipps, mit denen Sie garantiert das passende Personal anziehen.



Wenn Sie ein paar Tricks umsetzen, haben Sie vielleicht schon bald wieder mehr Bewerber als freie Stellen.

WAS KÖNNEN PRAXEN WIRKLICH TUN, WENN DIE ÜBLICHEN RECRUITING-MASSNAHMEN NICHT FUNKTIONIEREN?

➔ PERSONALKONZEPT STATT AD HOC SUCHE

Personalsuche ist kein One-Night-Stand. Versuchen Sie Ihre Suche nicht als Reaktion auf äußere Umstände zu verstehen, sondern als wichtigen Teil Ihrer generellen Praxisplanung. Das heißt, identifizieren Sie die Positionen, die verstärkt oder ersetzt werden sollten. Dies gelingt, indem Sie Aufgaben und Zuständigkeiten notieren und überprüfen, an welchen Stellen Kapazitäts- oder Vertretungseingänge entstehen können.

UNSER TIPP: Beginnen Sie, wenn es noch nicht brennt. Kümmern Sie sich frühzeitig um die Grundlagen Ihres Recruitings wie Bilder, Videos, Texte und Netzwerke, damit Sie mit der Suche jederzeit starten können.

➔ BEDÜRFNISSE KENNEN UND VERSTEHEN

Eine hohe Fluktuation geht mit einem enormen Kostenaufwand und dem Verlust von Know-how einher. Eine transparente Unternehmenskultur, Respekt und flache Hierarchien sind wichtige Bausteine zur Sicherung Ihres Personals. Aktuell sind vor allem flexible Arbeitszeitmodelle und die Berücksichtigung der privaten Situation ein Zufriedenheitsfaktor. Kommt es hier zu ständigen Kompromissen, wird die Arbeit als „nicht passend“ empfunden. Bedenken Sie bereits vor der Personalsuche, was Sie Ihren neuen Mitarbeitern konkret bieten können. Denn Menschen engagieren und verändern sich nur, wenn sie das „WHID - WAS HABE ICH DAVON“ verstehen.

UNSER TIPP: Um die Bedürfnisse potenzieller Kandidaten zu erkennen, kann eine Befragung der eigenen Belegschaft sehr hilfreich sein.

➔ GRUNDLAGEN PRÜFEN

Viele denken, dass es im erfolgreichen Praxismarketing nur um die Vermarktung von Leistungen geht. Dabei ist die Wahrnehmung einer Praxismarke für Bewerber genauso relevant wie für potenzielle Patienten. Denn natürlich schaut sich auch Ihr zukünftiges Personal die Fotos des Teams auf der Webseite oder dem Social Media Profil an. Das heißt, wirkt eine Praxis hier bereits unmodern oder wenig sympathisch, hilft auch keine hübsche Stellenanzeige. Eine Prüfung der Webseite und der Jobseite auf Wirkung und Inhalt ist deswegen Voraussetzung für ein erfolgreiches Recruiting.

UNSER TIPP: Stellen Sie sich die Frage: Würden Sie sich als Bewerber von Ihrer Seite, dem Bild und dem Text angesprochen fühlen? Sind alle relevanten Informationen vorhanden? Beziehen Sie am besten auch die Meinungen von Außenstehenden mit ein.

➔ DEN ERSTEN SCHRITT WAGEN

Natürlich können Praxen verschiedene Wege gehen, um gutes Personal zu rekrutieren. Google- und Instagram-Anzeigen kombiniert mit einer Personal-Landingpage sind eine zeitgemäße Möglichkeit, um Interessenten anzusprechen. Bevor Sie allerdings im Außen suchen, sollten Sie Ihr eigenes Praxispersonal einbeziehen. Gute Mitarbeiter kennen gute Bewerber. Fragen Sie doch einfach Ihre Angestellten nach Empfehlungen. Mit Sicherheit wird niemand einen Kandidaten anpreisen, der Ihrer Praxis schaden könnte. Belohnen Sie den Empfehlungsgeber bei Vertragsabschluss mit einer Provision.

UNSER TIPP: Unbedingt die „Belohnung“ in einer Teamsitzung klar kommunizieren, denn ansonsten ist die Maßnahme wirkungslos. Das Gute daran: Sie gewinnen bei dieser Suche quasi doppelt, denn Sie investieren in Ihre eigenen Mitarbeiter und binden diese an Ihre Praxis.



Vanessa Kohnert

Foto: Vysible

Das Herzensthema von Vanessa Kohnert ist die Positionierung von Arzt- und Zahnarztpraxen. Seit über 12 Jahren entwickelt und implementiert sie faszinierende Marken.

➔ EINFACH MACHEN

Insgesamt gilt: Machen Sie es Ihren Bewerbern so einfach wie es geht. Ist auf der Webseite eine Möglichkeit vorgesehen, direkt unter dem Stellenangebot die Kontaktdaten zu hinterlassen? Wie läuft der Bewerbungsprozess genau ab? Werden die Interessenten zeitnah kontaktiert? Gibt es ein Bewerbermanagement, das interessante Kontakte erfasst?

UNSER TIPP: Verstehen Sie Ihren Recruiting-Prozess als „roten Faden“. Dieser sollte immer sichtbar und ohne Unterbrechungen gespannt sein. Heißt: Versuchen Sie die Kontaktpunkte der Bewerber - von der Anzeige bis zur Anstellung - sinnvoll aneinander zu reihen, damit sich die Kontaktaufnahme zu Ihnen leicht und professionell anfühlt.

Vanessa Kohnert, www.vysible.de, kontakt@vysible.de

Mitarbeitergewinnung

Mit Recruiting-Videos zum passenden Praxispersonal

Ist meine Zahnarztpraxis für Bewerber attraktiv? Wie wird meine Praxis von Außen wahrgenommen?

Bei der Suche nach neuem Personal stellte sich das Implantatzentrum Münster vor ein paar Monaten genau diese Fragen. Dr. Andreas Broschk berichtet im Interview, wie er durch ein innovatives Konzept zur Mitarbeitergewinnung in zwei Monaten vier neue Mitarbeiterinnen für die Assistenz und Rezeption einstellen konnte.

Nur etwa
5%
der Fachkräfte in der Zahnmedizin sind aktuell aktiv auf der Suche nach einem neuen Arbeitsplatz.

? Herr Dr. Broschk, wie war Ihre Ausgangssituation, die Sie dazu veranlasst hat, bei der Mitarbeitergewinnung neue Wege zu gehen?

Broschk: Wir waren mit der Praxis im Jahr 2021 in einer Situation, wo wir Personalmangel hatten. Wir wollten neue Mitarbeiter einstellen im Bereich der Assistenz, der Rezeption und der Prophylaxe. Wir haben es über die klassischen Wege versucht und auch via Social Media. Das hat nur leider gar keinen Erfolg gebracht. Wir wollten auch expandieren, was natürlich das Bestandspersonal belastet hat. Deshalb waren wir auf der Suche nach einer professionellen Lösung.

? Wie ist es dann weiter gegangen?

Broschk: Wir haben uns über alternative Möglichkeiten der Personalsuche informiert und sind auf Leo McGuire gestoßen, der das Ganze wohl schon sehr lange und erfolgreich umsetzt. Er ist auf Zahnarztpraxen spezialisiert, was uns motiviert hat, mit ihm zusammenzuarbeiten.

? Wie sieht die Mitarbeitersuche jetzt aus?

Broschk: Auf jeden Fall ganz anders als vorher (lacht). Mit der Unterstützung von außen haben wir uns genau angeschaut, wie wir als Arbeitgeber dastehen. Wir haben festgestellt, dass wir attraktiv sind, dies aber besser nach außen hin kommunizieren müssen. Für uns steht vor allem Teamgeist im Vordergrund. Je nachdem was man online und nach außen zeigt und kommuniziert, zieht man auch andere Bewerber an.



Dr. Andreas Broschk (links) hat durch die Methode von Leo McGuire (rechts) zeitnah passendes Personal gefunden.

Die **Mehrheit** der Praxen machen es Bewerbern unnötig schwer, sich bei ihnen zu melden. Die Lösung ist ein optimierter Bewerbungsprozess, sodass Kandidaten Ihre Bewerber-Anfrage direkt einreichen können.

? Was waren die einzelnen Schritte?

Broschk: Wir haben sowohl

Foto- als auch Videoinhalte erstellt sowie eine optimierte Karriere-Seite. Auch unseren internen Bewerbungsprozess haben wir in dem Zuge umgestellt. Die heutige Zeit erfordert einfach ein anderes Vorgehen bei Bewerbern. Ich kann allen Kollegen nur als Tipp geben, zeitnah zu agieren und nicht mehr in Wochen oder Monaten zu denken, sondern in Tagen, wenn es um den Bewerbungsprozess geht. Diese Recruiting-Videos zu drehen und auch sich mit dem internen Prozess kri-

tisch auseinanderzusetzen war für mich zuerst die größte Hürde. Letztendlich war es aber viel einfacher und ging schneller als gedacht. Durch die professionelle Unterstützung ist es mir und meinem Team dann letztendlich auch leichter gefallen.

? Und was waren die Ergebnisse dieses Vorgehens?

Broschk: Anschließend ist das Gesamtkonzept online gegangen. Wir waren sehr begeistert über den Erfolg, den das Ganze mit sich gebracht hat. Nach knapp drei Monaten hatten wir schon über 30 Bewerbungen und vier Einstellungen. Letztendlich haben wir Bewerbungen im hohen

zweistelligen Bereich generiert und konnten in den letzten 12 Monaten sieben Mitarbeiter einstellen. Da war sowohl Ausgleich von Personalausfall durch Schwangerschaft dabei, aber auch ein generelles Mitarbeiterwachstum.

? Das Ergebnis überzeugt. Passt das Personal denn perfekt zu Ihnen?

Broschk: Ja, darüber sind wir glücklich und das ist ein oft unterschätzter Faktor. Denn Mitarbeiter müssen zusammenpassen. Bei uns hat vor allem die Tatsache, dass wir eine Auswahl hatten, dazu geführt, dass wir Mitarbeiter einstellen konnten, die gut zu uns passen. Das erweist sich im Nachhinein klar als Mehrwert für das gesamte Team und die Praxis.

? Warum denken Sie, ist die Mitarbeitergewinnung ein wichtiges Thema für Zahnarztpraxen?

Broschk: Naja, wenn die Gewinnung von neuem Personal funktioniert, ist man natürlich weniger abhängig vom einzelnen Mitarbeiter, sollte dieser mal ausfallen. Auch für die Arbeitsabläufe und eine gute Stimmung im Team ist es besonders wichtig, Personalengpässe schnell auszugleichen. Dafür ist so ein Konzept optimal.

? Sie sind ja unter anderem auch Überweiserpraxis. Wie sehen Sie das Thema der Personalgewinnung in diesem Kontext?

Broschk: Es ist wichtig, ganz klar zu kommunizieren, dass man niemandem etwas wegnehmen möchte. Das passiert letztendlich auch nicht. Sollte jedoch mal ein Bewerber dabei sein, der aktuell bei einem Überweiser arbeitet, spricht man dies zuerst mit dem Bewerber und anschließend ggf. mit dem Überweiser diskret ab. Bei uns ist das jedoch noch nicht vorgekommen.

? Wie wollen Sie das Thema Personalsuche langfristig angehen?

Broschk: Wir sind jetzt über längere Zeit schon online als Arbeitgeber sichtbar. Viele Bewerber kommen nicht, weil sie uns einmal gesehen haben, sondern weil sie uns schon länger verfolgen. Ich glaube, dass man seinen Personalmangel langfristig lösen kann, indem man immer vorne dranbleibt, statt erst etwas zu unternehmen, wenn es „brennt“.

? Was würden Sie einem Kollegen empfehlen, der sich überlegt die Personalthematik mit Leo McGuire und seinem Team umsetzen?

Broschk: Ich würde diesem Kollegen sagen, dass er sich überlegen soll, wie frustriert es für ihn ist, weiterhin die alten Wege zu gehen, ohne Erfolge. Klar gibt es da eine gewisse Hürde, sich mit neuen Konzepten zu befassen, aber letztendlich lohnt es sich. Deshalb werden wir den Weg auch in Zukunft so gehen. Meine Aufgabe ist es vor allem die Praxis zu führen. Ich habe gar nicht die Zeit, mich so intensiv mit der Personalsuche zu beschäftigen. Und ich hätte wahrscheinlich auch nicht ansatzweise den Erfolg, den Leo McGuire und sein Team bieten.

Dann wünschen wir Ihnen weiterhin viel Erfolg, wenn mal wieder eine Personalsuche ansteht.

1000 Farben Weiß ... alle in 1 Spritze!

Neu
BULK



Besuchen
Sie uns:
Halle 10.1
Stand A40



Tokuyama Dental

OMNICHROMA Flow BULK

Stufenlose Farbanpassung mit Tiefenhärtung

Wie „smart“ die Smart Chromatic Technology von Tokuyama wirklich ist, zeigt sich erst auf Dauer, denn die strukturelle Farbe, die aus den sphärischen Füllkörpern entsteht, passt sich nicht nur einmalig bei der Füllungslegung an die jeweilige Zahnfarbe an, sondern tagtäglich aufs Neue. Egal, ob die Zähne gebleicht werden oder nachdunkeln.

Ihr Zahn verändert sich, OMNICHROMA passt sich an – so geht Chamäleoneffekt in Vollendung!

-  **ohne künstliche Farbpigmente**
passt sich „automatisch“ der Zahnfarbe an
-  **BisGMA – freie Formulierung**
für eine bessere Biokompatibilität
-  **keine Deckschicht notwendig**
hervorragende Belastbarkeit

Mehr unter omnichroma.de/bulk

 Tokuyama



Personalbindung in der Zahnarztpraxis

Fördern Sie das Wohlbefinden im Team

Eine Wohlfühlatmosphäre und ein harmonisches Miteinander sind wichtige Einflussfaktoren bei der Personalbindung. Kein Wunder gehört das Team zu den meistgenannten Gründen, wieso Mitarbeiter eine Praxis verlassen. ZFAs, die sich dagegen in ihrem Arbeitsumfeld wohlfühlen, sind motivierter und bleiben länger in einer Praxis. In Teil 1 der Serie geht es darum, wie Sie Atmosphäre in Ihrem Team positiv beeinflussen.

➡ Passende Mitarbeiter finden

Die Arbeit an einer guten Teamatmosphäre beginnt bereits bei der Auswahl neuer Mitarbeiter. Es ist wichtig, dass diese gut in das bestehende Team passen und es ergänzen. Ist dies nicht der Fall, können Probleme auftreten wie z. B., wenn der Altersunterschied zwischen den ZFAs zu groß ist. Es ist verständlich, dass es aufgrund verschiedener Generationen oft schwerer fällt, Empathie und Verständnis für unterschiedliche Arbeitsmethoden und Meinungen aufzubringen. Dadurch können Auseinandersetzungen entstehen, die die Stimmung im Team negativ beeinflussen.

Der beste Test ist ein Probearbeitstag als fester Bestandteil beim Bewerbungsprozess: Für den Bewerber entsteht ein wertvoller Einblick in die Unternehmenskultur und es kommt zu einem ersten Treffen mit dem bestehenden Team. Sie können Ihre Mitarbeiter offen nach Ihrer Meinung fragen und Feedback zum neuen potenziellen Mitarbeiter einholen. Es wird sich schnell herausstellen, ob die Stimmung gut war oder nicht.

➡ Teamgeist stärken

Eine einfache Maßnahme, um Harmonie in Ihrem Team zu fördern, sind Teambuilding-Events: Viele Veranstaltungen können Sie selbst organisieren oder auf einen professionellen Anbieter zurückgreifen.

Empfehlenswert sind vier Events im Jahr – bestehend beispielsweise aus einem Sommerfest, z. B. als ein Outdoor-Event wie der jährliche Betriebsausflug, einer Weihnachtsfeier, einem praktischen Event, z. B. ein gemeinsames Fahrtraining und einem Familientag mit Begleitung.

➡ Effektive Team-Meetings gestalten

Auch der Praxisalltag bietet viele Möglichkeiten, das Wohlbefinden und den Zusammenhalt im gesamten Team zu stärken.

SO BINDEN SIE IHRE ENGAGIERTEN MITARBEITER LANGFRISTIG AN IHRE PRAXIS

Kompetente ZFAs langfristig zu halten, ist in vielen Zahnarztpraxen eine große Herausforderung. Doch es kostet Zeit, Geld und Nerven neue Mitarbeiter zu finden und einzulernen. In dieser Serie teilt Betriebswirt und Praxisberater Wolfgang Apel sechs Methoden mit Ihnen, die Ihre Mitarbeiter langfristig an Ihre Praxis binden und sie auch nach Jahren motivieren, engagiert zum Praxiserfolg beizutragen.



Neben größeren Teambuilding-Events sind regelmäßige Team-Meetings von Vorteil.

Doch wie oft finden in Ihrer Zahnarztpraxis bisher Team-Meetings statt? Wöchentliche Team-Meetings haben positive Auswirkungen! Es ist zielführender, öfter und dafür kürzer zu sprechen als alle paar Wochen eine lange Teamsitzung zu veranstalten. Zum einen können Sie größere Entscheidungen bezüglich Ihrer Praxis im Team besprechen und gemeinsam treffen. Zum anderen geben Sie Ihren Mitarbeitern regelmäßig die Chance, über Sorgen und Wünsche zu sprechen und Probleme zu lösen, bevor sie größer werden.

➡ Kleine Überraschungen

Nutzen Sie Team-Meetings außerdem für kleinere Gesten im Alltag: Es gibt viele einfache Wege, um Danke zu sagen und damit Ihrer Wertschätzung Ausdruck zu

verleihen. Schon Kleinigkeiten wie Kuchen zum Geburtstag, Eis im Sommer oder Blumen für die Rezeption machen große Freude und vermitteln Ihre Wertschätzung, wodurch Ihre ZFAs sich Ihrer Praxis ein Stück verbundener fühlen und ihre Motivation sowie Leistung gesteigert wird. Vergessen Sie nicht: Glückliche Fachkräfte sind genauso wichtig wie glückliche Patienten!

➡ Die beste Lösung im Zweifelsfall

Es ist eine Herausforderung für jeden Praxisinhaber, ein starkes und erfolgreiches Team zu bilden. Was aber, wenn Sie sich für das Wohlbefinden Ihrer Mitarbeiter einsetzen, alle Teambuilding-Maßnahmen umsetzen und es dennoch Mitarbeiter gibt, die die Harmonie negativ beeinflussen und sich nicht integrieren lassen. Was können Sie in dieser Situation tun?

Zunächst ist es wichtig, die Unzufriedenheit und Spannung in einem persönlichen Gespräch mit dem Mitarbeiter zu klären. Ändert sich trotz Ihrer Bemühungen nichts an der Situation, ist es für Ihre Praxis sowie für das Team die beste Entscheidung, sich von diesem Mitarbeiter zu trennen. Dadurch erhalten Sie die gute Team-Atmosphäre und sorgen dafür, dass Ihre Mitarbeiter sich weiterhin bei Ihnen wohlfühlen.



Wolfgang Apel

Foto: MediKom Consulting GmbH

Wolfgang Apel unterstützt seit 17 Jahren als Experte für strategisches Praxismanagement Arztpraxen aller Fachrichtungen, die mehr erreichen wollen: Mehr Lebensqualität, mehr Wirtschaftlichkeit und mehr Zufriedenheit.

Wolfgang Apel
www.medikom.org
w.apel@medikom.org

Sichtbar werden in der Region

Mehr Sichtbarkeit zur Gewinnung von Patienten und Mitarbeitern

Digitales Praxismarketing zur Patienten- und Mitarbeitergewinnung ist in aller Munde. Strategien und Maßnahmen sind vielfältig. Die lokale Suchmaschinenoptimierung – ein wichtiges und effizientes Mittel zur erfolgreichen Patienten- und Mitarbeitergewinnung – wird dabei oft unterschätzt oder vernachlässigt.

Die Google-Suche ist der wichtigste Kontaktpunkt bei der Patientenreise (bei Bestands- und Neupatienten) aber auch für einen potentiellen Bewerber auf der Suche nach einem neuen Arbeitgeber.

Wichtige Kontaktpunkte

Das eigene Google-Unternehmensprofil kann – je nach Art der Suchanfrage – an verschiedenen Stellen und in unterschiedlichen Darstellungsvarianten in den Suchergebnissen erscheinen. Bei einer Suche nach einem Praxisnamen (z. B. „Zahnarztpraxis Mustermann“) erscheint das Profil in einer eigenen Box neben den eigentlichen Suchergebnissen (Desktop) oder darüber (Mobile) mit jeweils unterschiedlich vielen Informationen zum Standort, den Öffnungszeiten, Bewertungen, dem Leistungsspektrum und weiteren Details.

Die Google-Suche

Bei Suchen mit lokalem Bezug (z. B. „Zahnarzt in der Nähe“, „Zahnarzt + Ort“) oder solchen, bei denen Google eine lokale Suchintention unterstellt (aber auch bei der Suche nach dem Be-



Sascha Maynert

Foto: Privat

Online-Marketing Berater und Experte für digitales Praxismarketing.

griff „Zahnarzt“) wird über den eigentlichen Suchergebnissen das so genannte „Local Pack“ in Form einer Karte plus drei Google-Unternehmensprofilen darunter angezeigt (siehe Abbildung). Hier kann theoretisch auch das eigene Profil prominent erscheinen oder über einen Link zu „Weitere Orte“ neben anderen erreicht werden. Außerdem ist eine Listing im Bereich Google Maps möglich.

Die Webseite kann in den sogenannten organischen Suchergebnissen unter dieser Box erscheinen, bevorzugt natürlich auf den vorderen Plätzen.

Maximale Sichtbarkeit und die Erzeugung eines professionellen Eindrucks in der Google-Suche für viele, relevante Suchanfragen ist somit nicht nur erstrebenswert, sondern sollte im Zuge der immer weiter zunehmenden sogenannten „Near-Me“-Suchanfragen über mobile Endgeräte ein fundamentales Element im Praxismarketing-Mix einer jeden Zahnarztpraxis sein. Eine Platzierung in allen genannten Bereichen ist kostenfrei, obliegt jedoch den geheimen Algorithmen von Google.

Lokale Sichtbarkeit einfach erlangen

Worauf sollten Sie sich also konzentrieren, um sich an der Spitze des Local Packs und der lokalen Suchergebnisse zu platzieren? Als Schlüsselfaktoren sind Relevanz, Entfernung, Bekanntheit bzw. Bedeutung eines Standorts zu nennen. Relevanz beschreibt, wie gut ein lokales

Unternehmensprofil mit den Suchanfragen übereinstimmt. Eine umfassende und vollständige Darstellung der Praxisinfos erleichtert es Google, Ihre Praxis besser kennenzulernen und Ihr Profil effektiver den passenden Suchen zuzuordnen.

Die Entfernung des Standorts des Nutzers zu potenziellen Suchergebnissen und somit auch zu Ihrer Praxis spielt eine entscheidende Rolle, die natürlich nicht beeinflussbar ist. Umso mehr gilt es aber, Google und den Nutzern valide und konsistente Daten zu Ihrem Praxisstandort zu vermitteln.

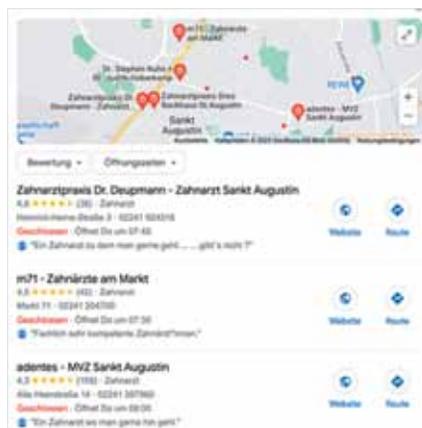
Um den Bekanntheitsgrad einer Praxis zu bestimmen, erfasst Google die Beliebtheit eines lokalen Standorts u. a. durch Anzahl und Qualität von Bewertungen, Links und Artikel von anderen Webseiten. Aber auch die Platzierung der Webseiten in den organischen Suchergebnissen spielt eine entscheidende Rolle.

6 Tipps für mehr Sichtbarkeit

Das Google Unternehmensprofil und Ihre Praxiswebseite sind sehr eng miteinander verbunden. In der nächsten Ausgabe lesen Sie konkrete Tipps für die Steigerung Ihrer Sichtbarkeit.

Sascha Maynert

<https://praxismarketing.digital>
info@praxismarketing.digital



Google-Suchanfrage nach „Zahnarzt Sankt Augustin“ - Google Local Pack.

Foto: Screenshot Google

Jetzt Reinhören: Podcast zu Wirtschaftlichkeit, Organisation und Digitalisierung:
www.dental-wirtschaft.de/doctolib-podcasts/



Studien für Sie gelesen

Blick in die Wissenschaft

Rauchstopp vor zahnärztlicher Therapie?

Die hier vorgestellte Übersicht geht der klinisch relevanten Frage des quantitativen Einflusses des Tabakkonsums auf die Misserfolgsrate dentaler Implantate nach.

➡ DIE STUDIE

Naseri R, Yaghini J, Feizi A. Levels of smoking and dental implants failure: A systematic review and meta-analysis. *J Clin Periodontol.* 2020 Apr;47(4):518-528.

➡ HINTERGRUND

In Deutschland wird jährlich eine beträchtliche Anzahl dentaler Implantate inseriert. Etwa 8 Millionen Menschen sterben pro Jahr an den Folgen des Tabakkonsums. Rauchen wird daher als eine vermeidbare Erkrankung und Todesursache angesehen. Der Raucheranteil betrug in Deutschland im Jahre 2020 etwa ein Viertel der Bevölkerung in der Altersgruppe ab 15 Jahre. Männer sind dabei mit 28 % und Frauen mit 19 % vertreten. In der weltweit größten wissenschaftlichen Literaturdatenbank PubMed finden sich im November des Jahres 2022 mindestens 989 Publikationen, die sich mit der Thematik Tabakkonsum und dentale Implantate



befassen. Seit 2013 sind zudem mindestens sechs systematische Übersichten, die eine Meta-Analyse der eingeschlossenen Studien beinhalteten, erschienen. Diese Arbeiten gelten gemeinhin als bestmögliche externe wissenschaftliche Beweise (Evidenz). Daher soll hier auf eine dieser Studien näher eingegangen werden.

➡ METHODIK

Naseri und Mitarbeiter publizierten ihre systematische Übersichtsarbeit mit mehreren Meta-Analysen im Jahre 2019. Bei Anwendung stringenter Ein- und Ausschlusskriterien konnten die Autoren 23 Artikel, davon eine klinische Studie, 6 prospektive und 16 retrospektive Studien einschließen. Die Arbeiten waren in den Jahren zwischen 2002 und 2017 erschienen. Die Daten reflektieren 31.129 inserierte dentale Implantate. Die Besonderheit dieser Arbeit bestand darin, dass nur Studien, die den genauen täglichen Tabakkonsum angaben, Berücksichtigung fanden. Zudem wurden vor dem Hintergrund des möglichen systemischen Effektes des Tabakkonsums, Patienten und Implantat zentrierte Auswertungen durchgeführt.

➡ ERGEBNISSE

Die patientenzentrierten Untersuchungen zeigten, dass wenn mehr als 10 (>10); mehr als 15 (>15); weniger 20 (<20) und mehr als 20 (>20) Zigaretten pro Tag vorlagen, signifikante Unterschiede zwischen den jeweiligen Gruppen im Vergleich zu Nicht-Rauchern auftraten.

Die Meta-Analyse dokumentiert dabei im Vergleich zu Nichtrauchern das signifikant höchste relative Risiko (RR 4; $p < 0,001$), wenn mehr als 20 Zigaretten pro Tag geraucht wurden.

Das relative Risiko für einen Implantatmisserfolg steigt mit zunehmendem Tabakkonsum (>10 Zigaretten/Tag; RR 1,56, >15 Zigaretten/Tag; RR 2,73) kontinuierlich an.

Die Implantat zentrierten Analysen weisen in dieselbe Richtung und lesen sich jeweils verglichen mit Nichtrauchern wie folgt: >10 Zigaretten/Tag; RR 2,4; >15 Zigaretten/Tag; RR 2,82 und >20 Zigaretten/Tag; RR 2,51.

Die Analysen zeigten jeweils signifikante Unterschiede. Es konnte somit eine Dosis-Wirkungsbeziehung für das konsumabhängige Implantatmisserfolgsrisiko auf Basis einer robusten Meta-Analyse herausgearbeitet werden.

Je mehr Zigaretten täglich konsumiert werden, desto höher ist das tabakassoziierte Misserfolgsrisiko.

➔ KLINISCHE SCHLUSSFOLGERUNGEN

Im Gegensatz zur neuen Klassifikation parodontaler Erkrankungen aus dem Jahre 2018 wird der pathogenetische Stellenwert des Tabakkonsums noch nicht als gesonderter Risikofaktor für dentale Implantate implementiert. Im Rahmen des sogenannten «Gradings» eines Parodontitisfalles im Rahmen der neuen Klassifikation kann der Tabakkonsum die zu definierende Kategorie folgendermaßen beeinflussen: Grad A: Nichtraucher, Grad B: weniger als 10 Zigaretten/Tag, Grad C: mehr als 10 Zigaretten/Tag. In der klinischen Praxis hat sich daher die 3 mal 10 Regel verbreitet. Liegen bei einem Patienten anamnestisch entweder mehr als 10 Jahre Tabakkonsum, mehr als 10 Zigaretten täglich oder ein Rauchstopp vor weniger als 10 Jahren vor, so wird dieser Patient als Risikopatient für tabakassoziierte orale Erkrankungen angesehen.

Die hier diskutierte Arbeit dokumentiert eine ähnliche Richtung und gibt belastbare Anhaltspunkte hinsichtlich der Dosis-Wirkungsbeziehung des Tabakkonsums auf dentale Implantate. Das erhöhte Risiko für implantologische Misserfolge und die eingeschränkten klinischen Ergebnisse sollten dem Patienten erklärt und einer ausgewogenen und individualisierten Risiko-Nutzen Analyse unterzogen werden. Voraussetzung ist zunächst eine detaillierte Erfassung des Tabakkonsums im Rahmen der zahnärztlichen Anamnese. Wenngleich ein Rauchstopp vor zahnärztlicher Therapie das ultimative Ziel wäre, so ist doch zu berücksichtigen, dass Tabakabhängigkeit als eine chronische Erkrankung anzusehen ist und der Patient in vielen Fällen zahlreiche Versuche unternehmen muss, um sich von seiner Suchterkrankung zu befreien. Dennoch sollte dem Patienten ein Rauchstopp empfohlen werden. Eine professionelle Tabakentwöhnung ist in der Zahnarztpraxis zumeist aufgrund der fehlenden Ausbildung nicht möglich. Hier bietet sich eine Überweisung in eine dafür spezialisierte Einrichtung an.

Prof. Dr. Clemens Walter

Unerwünschte Nebenwirkungen bei Amoxicillin und Metronidazol?

Die hier diskutierte Studie beschäftigt sich damit, welche unerwünschten Nebenwirkungen bei der Kombination von Amoxicillin und Metronidazol auftreten können und mit welcher Frequenz.

➔ DIE STUDIE

Retamal-Valdes et al.

Adverse events of metronidazole and amoxicillin: Retrospective analysis of a large data set of five randomized clinical trials. *J Clin Periodontol*, 2022 Nov;49(11):1121-1132

➔ HINTERGRUND

Systemische Antibiotika werden in der Zahnmedizin für verschiedene odontogene Infektionen regelmäßig verschrieben. Zahlreiche Aspekte führen in diesem Zusammenhang immer wieder zu Unsicherheiten. Die aktuelle S3 Leitlinie zur Behandlung der Parodontitis umreißt die Indikationen für den Einsatz systemischer Antibiotika. Demnach kann diese zusätzliche antimikrobielle Therapie vor allem bei jungen Patienten mit nachgewiesener schneller Progression erwogen werden.

Eine überzeugende Evidenz aus zahlreichen klinischen Studien und systematischen Übersichtsarbeiten liegt für die Wirkstoffkombination Amoxicillin mit Metronidazol vor. Die Kombination aus Amoxicillin plus Metronidazol wurde ursprünglich zur adjuvanten Behandlung einer mit *Aggregatibacter (Actinobacillus) actinomycetemcomitans* assoziierten Parodontitis eingeführt. Eine Überlegenheit dieser auch als „Van-Winkelhoff-Cocktail“ bekannten Antibiotikakombination gegenüber den Einzelpräparaten konnte vielfach gezeigt werden. Das Betalaktam-Antibiotikum Amoxicillin hat bakterizide Eigenschaften gegen alle grampositiven und einige gramnegative Bakterien. Wie für alle Penizillin-Derivate ist die Gabe bei einer Penizillin-Allergie kontraindiziert, ebenso bei Nieren- oder Herzinsuffizienz

oder einer lymphatischen Leukämie. Metronidazol, ein Nitroimidazol-Derivat, wirkt bakterizid gegen Anaerobier und Protozoen. Als Kontraindikationen gelten neben einer Überempfindlichkeit auf Nitroimidazole vor allem Alkoholkonsum, Schwangerschaft und das Stillen.

➔ METHODIK

Fünf zwischen 2007 und 2019 in Brasilien durchgeführte randomisierte klinische Studien (RCT) wurden hinsichtlich des Auftretens von Nebenwirkungen bei Verabreichung der Kombination Amoxicillin und Metronidazol erneut retrospektiv ausgewertet. Die Studienteilnehmer bekamen alternativ die Antibiotika (Amoxicillin (500 mg) + Metronidazol (400 oder 250 mg) oder Placebos (3x/Tag für 14 Tage), entweder während der aktiven Therapie oder während der Heilungsphase, drei Monate nach der subgingivalen Instrumentierung, verabreicht. Die Patienten beantworteten jeweils am 14. Tag der Medikation 12 standardisierte Fragen.

➔ ERGEBNISSE

Es konnten so die Daten von 656 Studienteilnehmern genutzt werden. Behandelt wurden größtenteils systemisch gesunde 46,4 ± 9,4 Jahre alte Probanden. Es bestand ein leicht erhöhter Anteil weiblicher Studienteilnehmer (58,1%). Zu bemerken ist, dass die überwiegende Mehrzahl der Studienteilnehmer der verschriebenen Medikation folgen konnten und dies auch wieder tun würden. Nebenwirkungen traten auch in der Placebogruppe auf, was nicht ungewöhnlich ist. Die Häufigkeit an Nebenwirkungen variierte zwischen den Behandlungsgruppen und hinsichtlich der beschriebenen Ereignisse. In der Antibiotikagruppe waren metallischer Geschmack (17,7%), Unwohlsein (12,3%), star-

ke Müdigkeit (11 %), Kopfschmerzen/Schwindel (10,3 %) und Magen-Darm-Problematiken (Durchfall 10,3 %) besonders häufig. Demgegenüber wurde in der Placebogruppe von Unwohlsein (13,6 %) und metallischem Geschmack (11,6 %) am häufigsten berichtet. Die Wahrscheinlichkeit für das Auftreten von Nebenwirkungen war bei jüngeren (<49 Jahre) und/oder weiblichen Patienten, solchen mit Diabetes mellitus oder auch bei einer Antibiotikaeinnahme während der Heilungsphase erhöht.

➔ KLINISCHE SCHLUSSFOLGERUNGEN

Die hier vorliegende Analyse gibt interessante Hinweise auf die Art und die Häufigkeit des Auftretens von Nebenwirkungen der Antibiotikakombination Amoxicillin und Metronidazol. Die

Antibiotika wurden im Rahmen der antimikrobiellen Parodontitis-Therapie zusätzlich verabreicht. Demnach sind unerwünschte Nebenwirkungen relativ selten. Im Vordergrund stehen dabei Magen-Darm-Problematiken und ein metallischer Geschmack.

Daten aus Europa mit vergleichbarer Aussagekraft weisen in dieselbe Richtung. Die Schlussfolgerung, diese Kombination als relativ sicher einzustufen, scheint damit konsistent und auch auf andere Verhältnisse übertragbar zu sein.

Wichtig zu erwähnen ist zweierlei:

1.) Es handelt sich bei einer Parodontitis um eine Biofilm-assoziierte Erkrankung.



Das bedeutet, dass ein Biofilm zunächst immer mechanisch zerstört werden muss, damit die Antibiotika die entsprechenden pathogenen Bakterien erreichen können. Idealerweise werden die Antibiotika daher parallel zur ersten subgingivalen Instrumentierung verabreicht.

2.) In der vorliegenden Analyse wurden mit großer Wahrscheinlichkeit Patienten mit unterschiedlichem parodontalen Schweregrad behandelt. Die oben erwähnte S3 Leitlinie beschränkt die adjuvante Antibiotikagabe jedoch vornehmlich auf junge Patienten mit rascher Progressionsrate, d. h. nachgewiesenem Grad C.

Prof. Dr. Clemens Walter

Fotos: Maksymiv Iurii - stock.adobe.com, warmworld - stock.adobe.com

Fortbildungskalender 2023



➔ DZR Kongress 2023

21. und 22. April 2023, Mövenpick Hotel, Stuttgart

Sie in Ihrer Funktion als PraxismanagerIn oder AbrechnungsexpertIn sorgen jeden Tag für einen optimalen Ablauf in der Zahnarztpraxis und tragen damit zum wirtschaftlichen Erfolg der Praxis bei. Sie entlasten in den Bereichen Verwaltung, Organisation, Mitarbeiterführung und Abrechnung und tragen dazu bei, dass sich Ihre PatientInnen in der Praxis wohlfühlen. Diese Aufgabe erfordert sehr viel persönliches Engagement und Einfühlungsvermögen. Die ständige Weiterbildung in vielen Fachbereichen ist daher enorm wichtig - nur so können das Team und die PraxisinhaberInnen effektiv unterstützt werden. Der DZR Kongress hat schon in den vergangenen Jahren dazu beigetragen, optimale Bedingungen für die Weiterbildung sowie den Aufbau von Netzwerken zu schaffen. Auch dieses Jahr wird ein abwechslungsreiches Programm geboten mit hochkarätigen ReferentInnen aus den Bereichen Abrechnung, Recht, Kommunikation und Persönlichkeitsentwicklung. Mit dabei in diesem Jahr: Stefanie Schneider, Uwe Koch, Sabine Kittel, Christian Lopez-Quintero, Dr. Markus Heckner, Bahar Aydin, Frank Astor, RA Theo Sander und Betül Hanisch. Freuen Sie sich auf zwei spannende Kongresstage mit vielen persönlichen Gesprächen.



www.dzr.de/dzrkongress2023

➔ „Are You Investor Ready?“

24. März 2023 (München), 31. März 2023 (Berlin), 25. August 2023 (Düsseldorf)

Wer in Erwägung zieht, seine Praxis an eine Investorengruppe zu verkaufen oder die aktuellen Entwicklungen im Dentalmarkt verstehen und bestmöglich für sich nutzen möchte, sollte alle Fakten kennen. Diese Seminarreihe erläutert die rechtliche Situation und gibt einen Überblick über aktuellen Entwicklungen. Dem Veranstalter M:Company geht es um das Aufzeigen von Perspektiven, denn was zunächst kritisch betrachtet wurde, ist zu einer ernstzunehmenden Option für nicht wenige Praxisinhaber geworden - sei es aus Altersgründen, aufgrund finanzieller Sorgen oder aber, um wieder mehr Zeit am Behandlungsstuhl zu verbringen.

Die Referenten Carsten Schlüter, Uwe Schäfer und Dr. Felix Heimann stellen die Gruppen, ihre Investoren und Ziele sowie den Einfluss auf bestehende Praxen vor. „Die PraxisinhaberInnen sollten sich über mehrere Faktoren im Klaren sein: Passt der Verkauf zur Lebenssituation? Ist er finanziell attraktiv? Welche Fallstricke sollten unbedingt beachtet werden?“

Die Seminare finden jeweils Freitagnachmittags statt. Im Anschluss stehen die Referenten und Dental-Experten für individuelle Gespräche zur Verfügung. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.



www.investor-ready.dental

Fotos: Yeti Studio - stock.adobe.com, stas111 - stock.adobe.com



Nachhaltiger ITI-Kongress

12. und 13. Mai 2023, Dresden

Das International Team for Implantology (ITI) veranstaltet den ersten nachhaltigen Implantologie-Kongress Deutschlands. Unter dem Leitsatz ›Nachhaltigkeit in der Implantologie – Wunsch und Wirklichkeit‹ soll sowohl inhaltlich als auch hinsichtlich des verantwortungsbewussten Einsatzes von Ressourcen ein Zeichen gesetzt werden. Seit nunmehr fünf Jahren spielt das Thema Nachhaltigkeit beim ITI eine zentrale Rolle. Das gesamte Handeln werde dementsprechend ausgerichtet und bei allen Entscheidungen werden Folgen für die Umwelt berücksichtigt. So kann für die CO₂ sparende Anreise nach Dresden ein vergünstigtes Deutsche Bahn-Kongressticket erworben werden. Beim Kongress wird auf Printunterlagen weitestgehend verzichtet. Bei der Auswahl von Hotels und Veranstaltungsorten achtet das ITI darauf, dass diese vorzugsweise ein Nachhaltigkeitskonzept verfolgen, zum Beispiel recyceln, lokale und Bio-Lebensmittel verwenden oder Ökostrom nutzen. Weiter gibt es eine Kooperation mit der Klimaschutzorganisation Atmosfair. Für jeden angemeldeten Kongressteilnehmer werden 25 Euro an die Organisation überwiesen.



www.iti.org/germany

Sundowner auf Sylt

22. Mai 2023 ab 18:30 Uhr, Sunset Beach Bar, Sylt

Am 22. Mai 2023 ist es wieder so weit: Die CGM Dentalsysteme lädt Teilnehmenden an der Sylter Woche am Montagabend zum bereits traditionellen Come Together in die Sunset Beach Bar ein. Zwei Jahre waren Veranstaltungen von Infektionszahlen abhängig. Jetzt kann man solche Events wieder ohne Probleme planen. Auch wenn im Mai die Wassertemperatur noch nicht auf Sommer-Niveau sein wird, hat sich der Frühling dann schon mit Sonnenschein und angenehmen Temperaturen zurückgemeldet. Natürlich steht das Socializing im Mittelpunkt. Der direkte Dialog mit der Geschäftsführerin Sabine Zude und ein anregender Austausch untereinander sind genauso wichtig, wie die angenehme Atmosphäre, in der das Event stattfindet. Die Sunset Beach Bar bietet den perfekten Rahmen. Mit freiem Blick auf das Meer kann man einen Sundowner am besten genießen. Deshalb bitte schnell anmelden, denn die Plätze sind auf 100 Teilnehmende begrenzt und immer schnell vergeben. Eine schriftliche Anmeldung unter info@cgm-dentalsysteme.de ist notwendig.



www.cgm-dentalsysteme.de

Fotos: Yeti Studio - stock.adobe.com, stas111 - stock.adobe.com



Face Driven Dentistry

See you at IDS 2023



Ray

RAY Europe GmbH

Tel. 0176 46542441 Email. sales@rayeurope.com
<https://www.rayeurope.com/de/>

QR Code Scannen
für weitere Infos!



NWD heisst jetzt Plandent

Stabilität wird ein bestimmendes Thema im Markt

Seit dem 1. Februar 2023 trägt die NWD Nordwest Dental GmbH & Co. KG offiziell den Namen Plandent GmbH & Co. KG. Die Geschäftsführer Alexander Bixenmann und Kai Nierhoff blicken im Interview auf das vergangene Geschäftsjahr zurück und geben eine Einschätzung zur Entwicklung des Dentalmarktes.



? Die Umbenennung des Unternehmens in Plandent ist vollzogen. Können Sie darüber hinaus bereits ein Fazit für das letzte Jahr ziehen?

Alexander Bixenmann: 2022 war ein bewegtes Jahr, das ist offensichtlich. Die volkswirtschaftlichen Auswirkungen des Ukraine-Krieges sind für uns alle spürbar. Steigende Kosten, vor allem im Energiebereich, fordern Praxen und Labore und auch uns heraus. Allgemeine Verunsicherung, Zukunftssorgen und teilweise eingeschränkte Lieferfähigkeiten bei Investitionsgütern waren für ein Handelsunternehmen sicher nicht die optimalen Rahmenbedingungen, die man sich gewünscht hätte.

Kai Nierhoff: Umso bedeutsamer ist für uns, dass wir uns unter diesen Umständen stabil entwickelt haben und dass es uns gelungen ist, Effekte wie die Energiekostensteigerungen gut zu bewältigen. Beispielsweise erzeugen wir



Alexander Bixenmann

Geschäftsführer Plandent

Alexander Bixenmann verantwortet als Vorsitzender der Geschäftsführung die Unternehmensbereiche Vertrieb, Marketing und Technischer Kundendienst.



Kai Nierhoff

Fotos: Plandent

Geschäftsführer Plandent

Kai Nierhoff ist für die Bereiche Einkauf und Logistik, zentrale Kundenbetreuung, Personalwesen und Recht, IT sowie Finanzen und Controlling verantwortlich.

inzwischen eigenen Solarstrom, den wir auch selbst nutzen. Und wir haben schon vor langer Zeit begonnen, unser Unternehmen an die veränderten Marktbedingungen anzupassen. Wir verschlanken nicht mehr zeitgemäße Strukturen und arbeiten jeden Tag daran, effizienter zu werden. Regionale Kundennähe bleibt für uns ein wichtiges Thema. Das Informationsverhalten, die

Kundenbedürfnisse und unsere Art zu arbeiten haben sich in den letzten Jahren doch deutlich verändert und wir haben längst begonnen, uns darauf einzustellen. Nur wenn sie sich als Unternehmen konsequent weiterentwickeln, bleiben sie leistungsfähig und müssen nicht mit disruptiven Maßnahmen eingreifen, um auf ungünstige Entwicklungen zu reagieren. Unser strategisch eingeschlagener Weg zahlt sich hier erkennbar aus.



Schlüsselbegriff
für Plandent
im Jahr 2023:
Stabilität.

Branche in privater Hand. Und hier liegt der alles entscheidende Unterschied. Unser Handeln wird weder von Börsen- noch von Investorenerwartungen bestimmt, sondern von einer langfristig ausgelegten Strategie, die wir auch durchhalten können. Die Planmeca Gruppe hat mit über 4.500 MitarbeiterInnen weltweit im Jahr 2021 einen Umsatz von 1,2 Milliarden Euro erzielt. Planmeca, KaVo und Plandent verfügen über eine gemeinsame Kraft, die uns Unabhängigkeit und Stabilität gibt.

Kai Nierhoff: Lassen Sie mich ein praktisches Beispiel geben: Wir sichern durch unseren zentralen Wareneinkauf und unsere eigene unabhängige Lagerlogistik die verlässliche Versorgung mit Verbrauchsmaterialien. Wir agieren hier als europäisch aufgestelltes Handelsunternehmen, das frei agieren kann, ohne eine ähnliche Vielzahl von Interessen berücksichtigen zu müssen wie andere Logistikdienstleister. Wenn wir Potenziale für Effizienzgewinne sehen, dann werden wir sie auch zukünftig heben. Wir können in unsere logistischen Möglichkeiten oder auch in andere strategische Unternehmensfähigkeiten investieren – weil wir unabhängig entscheiden können und die Kraft dazu haben. Deutlicher können die Zusammenhänge von langfristiger Strategie und operativem Ergebnis kaum werden.

? Welche konkreten Ergebnisse sehen Sie denn?

Kai Nierhoff: Wir sehen vor allem Stabilität in unserer Entwicklung. Wir sehen aber auch langfristig angelegtes Wachstum in den wichtigen strategischen Unternehmensbereichen des technischen Kundendienstes und der Investitionsgüter. Vor allem der technische Service spielt hier in unserer Betrachtung eine bedeutende Rolle. Wir sind der verlässliche Partner für schnellen technischen Kundendienst. Es ist für jede Praxis und für jedes Labor ein essenzielles Thema: Wenn die technische Ausstattung nicht läuft, kostet das

sofort Geld, dann steht schlimmstenfalls der Praxis- oder Laborbetrieb still. Eine funktionierende Ersatzteilversorgung ist das Rückgrat des Kundendienstes. Wir haben von allen Premiumherstellern Ersatzteile zentral auf Lager und können unsere TechnikerInnen über Nacht mit Ersatzteilen versorgen. Die großen Player im Markt sind strukturell mit uns und damit mit dem Fachhandel verbunden und werden das sicher nicht infrage stellen. Das gibt uns eine sichere Perspektive für dieses Geschäftsfeld, auf deren Grundlage wir investieren und uns entwickeln können. Damit sind und bleiben wir auch für andere große Markenhersteller ein verlässlicher Partner zur Aufrechterhaltung der notwendigen Servicestruktur. Das bedeutet letztlich Sicherheit für alle Beteiligten, insbesondere für die Praxen und Labore im Markt.

? Welche Entwicklungen erwarten Sie für 2023?

Alexander Bixenmann: Zunächst einmal steht in diesem Jahr die IDS vor der Tür. Das wird wichtige Impulse geben und zeigen, welche technologischen Entwicklungen wir in naher Zukunft erwarten dürfen. Das ist klar positiv. Dass die Digitalisierung bei diesen Impulsen eine immer größere Rolle spielt, bleibt sicher unstrittig. Ich bin gespannt zu sehen, wie sich das auf dieser IDS manifestiert und wie schnell neue Entwicklungen im Markt verfügbar sein werden. Die globale Lage wird vermutlich nicht einfacher und das wird sich weiter auch auf unseren Markt auswirken. Ich erwarte, dass wir sehen werden, wie sich der Konsolidierungsprozess fortsetzt. Ich bin überzeugt, Sicherheit und Verlässlichkeit werden zunehmend große Themen im Markt. Dass die bekannten Marktstrukturen wahrlich nicht selbstverständlich sind, haben wir im letzten Jahr gesehen. Ich halte es für vorstellbar, dass hier das Ende der Entwicklungen noch nicht erreicht ist. Wir haben in den letzten drei Jahren auch gesehen, wie wichtig Größe, Stärke und Unabhängigkeit sind. Stabilität ist darum für mich der Schlüsselbegriff für 2023 und das ist aus meiner Sicht eine gute Nachricht für unsere KundInnen und MitarbeiterInnen.

? Was hat Ihr Unternehmensname mit Ihrer Strategie zu tun?

Alexander Bixenmann: Wir sind ja nicht erst gestern Plandent geworden, sondern vertreten Plandent schon seit zwei Jahrzehnten im deutschen Markt. Der Name hat also wenig, Plandent aber sehr viel mit unserer Strategie zu tun. Wir sind das zweitgrößte dentale Handels- und Serviceunternehmen Europas, in 13 Ländern präsent und Marktführer in vielen Ländern Nordeuropas. Wir sind Teil einer starken Unternehmensfamilie mit den Premiumherstellern Planmeca und KaVo und einer Reihe weiterer Unternehmen im medizintechnischen Bereich. Vor allem sind wir gemeinsam das größte Unternehmen der

„ Wir verschlanken nicht mehr zeitgemäße Strukturen und arbeiten jeden Tag daran, effizienter zu werden. “

Alexander Bixenmann & Kai Nierhoff

 www.plandent.de

Katalog 2023

Neuer Katalog „Zahnersatz von A-Z“ gedruckt oder als E-Paper

PERMADENTAL präsentiert seinen neuen Katalog „Zahnersatz von A-Z“. Das Kompendium, konzipiert für das gesamte Team in Zahnarzt- und kieferorthopädischen Praxen ermöglicht einen inspirierenden Einblick in das umfassende Leistungsportfolio.

„Indikationen, Spezifikationen, eine umfangreiche Materialauswahl und Preisbeispiele generieren einen Mehrwert für das gesamte Praxisteam und erhöhen den Nutzen für den täglichen Einsatz“, betont Wolfgang Richter, Marketingleiter bei PERMADENTAL. „Ein attraktives Layout mit großformatigen Fotos und Grafiken, Workflows und plausible Erläuterungen ermöglichen einen zeitsparenden Überblick.“ 37 Jahre Erfahrung mit schönen Zähnen stecken in der aktuellen Ausgabe, der in vielen Praxen längst zu einem elementaren Arbeitstool avanciert ist. Meist griffbereit platziert, wird das Kompendium nicht nur von Zahnme-

dizinerInnen und ihren Teams genutzt, sondern zusammen mit der Broschüre für die Patientenberatung für Aufklärungsgespräche eingesetzt.

Der weitestgehend neu gestaltete Katalog mit 60 Seiten spiegelt nicht nur dentale Kompetenz wider, er visualisiert auch besonders übersichtlich das umfangreiche Angebot eines der größten Dental-Labore der Welt. Vom Scanner-Angebot über feststehenden oder herausnehmbaren Zahnersatz, vom KFO-Gerät bis zum modernen Aligner-System, vom Schlagschienen-Angebot über das neue Bleaching-System „Boutique“ bis hin zu digitalen Services wie Smile Design und digital hergestellten Prothesen. Es werden auch verschiedene Möglichkeiten für ein Patienten-Beratungsgespräch, einen Zahnkredit für Patienten und moderne Fortbildungsmöglichkeiten aufgezeigt.

www.permadental.de

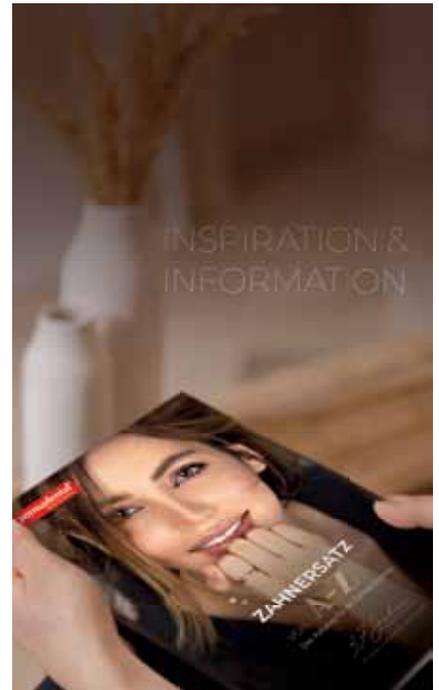


Foto: Permadental

kununu Award für Dürr Dental

Erneut als Top-Arbeitgeber ausgezeichnet

Die DÜRR DENTAL SE aus Bietigheim-Bissingen hat von der unabhängigen Arbeitgeber-Plattform kununu den „Top Company Award 2023“ erhalten. Der Preis wird jährlich an die Top 5% der Unternehmen verliehen, die sich durch eine hervorragende Arbeitsplatzkultur auszeichnen.

„Wir sind sehr stolz darauf, dass wir von kununu wie schon im Vorjahr erneut mit diesem prestigeträchtigen Preis ausgezeichnet wurden und somit bundesweit zu der Top Spitzengruppe gehören“, so Martin Dürrstein, der das international agierende Familienunternehmen als CEO inzwischen in dritter Generation führt. „Dieser Preis ist ein tolles Feedback und eine Bestätigung unserer Mitarbeiter, dass wir eine positive und respektvolle Arbeitsumgebung geschaffen haben, in der sich unsere Mitarbeiter wohl fühlen und gedeihen können.“

Die Bewertungen für den Award basieren auf Faktoren wie Arbeitsbedingungen,



Foto: Dürr Dental

Stolz sind auf den kununu-Award 2023 (von links): Christian Melloh (Director HR & Legal), Stefan Pfanzelt (CFO), Martin Dürrstein (CEO) und Christian Schorndorfer (CSO).

Karrierechancen, Unternehmenskultur und Management.

Das Erfolgsrezept

„Mit Herzblut engagiert, ein partnerschaftliches Miteinander, der eigene Best in Class Anspruch sowie schnelle Entscheidungswege sind unser Erfolgsrezept“, ergänzt Personalleiter Christian Melloh. „Unsere Mitarbeiter schätzen flexible Arbeitszeiten, das firmeneigene Fitnessstudio und Betriebsrestaurant, eine attraktive Vergütung und unsere betriebseigenen Ferienwohnungen. Als nachhaltig agierendes Unternehmen bieten wir die Möglichkeit auf ein e-JobRad und Leihfahrräder für die Mittagspause.“

Die DÜRR DENTAL SE, bei der weltweit rund 1.300 Mitarbeiter im Jahr 2022 einen Umsatz von mehr als 360 Millionen Euro erwirtschafteten, hat in den letzten Jahren mehrere Auszeichnungen für seine Arbeitsplatzkultur und sein Unternehmertum erhalten.

www.duerrdental.com

Umweltbewusstsein

Nachhaltige Tipps für die Zahnarztpraxis



Die GRÜNE PRAXIS

Nachhaltige Praxen, die sich für das Qualitätssiegel DIE GRÜNE PRAXIS qualifizieren, werden automatisch GRÜN CARD Member. Diese Mitgliedschaft bietet nachhaltige Unterstützung durch ein Partner-Netzwerk mit verschiedenen Aktionen und Vorteilen. Neben einem Starterpaket mit Mehrweg-Mundspülbechern gibt es einen 20 Euro Gutschein für Ökostrom, zwei Instrumente zum halben Preis, vergünstigte Zugänge zu einem Banking-System sowie weitere nachhaltige Aktionen.

www.grüne-praxis.com



Mehrweg- statt Einwegbecher

Aktuell werden in fast jeder deutschen Zahnarztpraxis Einwegbecher verwendet. Allein in Deutschland ca. 350.000.000 pro Jahr. Ineinander gesteckt würde diese Anzahl an Bechern fast einmal um die Erde reichen. Das Unternehmen DENTCYC geht dagegen mit ihren DENTCUPS vor: Die Mehrwegmundspülbecher sind erdölfrei, werden aus einem innovativen und biogenen Rohstoff in Deutschland produziert und überzeugen durch ihre hochwertige Haptik.

Passend dazu gibt es ein Zertifikat, das den ökologischen Mehrwert des Konzepts dokumentiert. Eine durchschnittliche Praxis spart mit den Mehrweg-

wegmundspülbechern nicht nur Geld, sondern senkt auch den eigenen ökologischen Fußabdruck um mehr als eine Tonne CO₂-Emissionen pro Jahr. Und die Spülkosten für den Thermodesinfektor fallen auch weg.

Durch den guten biologischen Fußabdruck ist der Mehrweg-Mundspülbecher bereits nach der zweiten Nutzung ökologischer als herkömmliche Einwegprodukte. Langfristig dann auch günstiger als Einwegbecher.

www.dentcyc.com



CO₂ Rechner für Zahnarztpraxen

Der neue CO₂-Rechner von Wilderness International ermöglicht es umweltbewussten ZahnärztInnen, den CO₂-Fußabdruck ihrer Praxis kostenlos zu berechnen, diesen zu reduzieren und auf Wunsch ausgleichen.

Um nach der Berechnung etwas ganz Konkretes für Naturschutz und Klima zu tun, kann wertvoller Regenwald geschützt werden. Denn: Regenwälder haben riesige Mengen Kohlenstoff gespeichert. Sie kühlen die Umgebung und stabilisieren das Klima. Wenn sie geschützt sind, werden sie nicht abgeholzt und es werden keine großen Mengen CO₂ freigesetzt.

Gleichzeitig werden wichtige Funktionen des Waldes für ein stabiles Klima bewahrt - kostbare Lebensräume für Artenvielfalt bleiben erhalten.

Die gemeinnützige Stiftung kauft besonders artenreiche und ökologisch wertvolle Primärregenwaldgebiete in Westkanada und Peru. Spenden, wie die aus der Kompensation, refinanzieren den Kauf und ermöglichen den langfristigen Schutz der Gebiete. Nach Abschluss der Kompensation erhalten SpenderInnen eine Urkunde mit ihrem Namen und den genauen Geokoordinaten des Gebietes. Zudem ist die Kompensation steuerlich absetzbar inklusive Spendenbescheinigung.



www.thankyounature.org/zahn-medizinische-praxis



Legen Sie Wert auf ihre Ökobilanz?

Alles rund um nachhaltige Themen und Tipps in der Zahnarztpraxis gibt es im Newsletter «DIE GRÜNE PRAXIS NEWS». Schauen Sie doch mal rein und melden sich direkt an:

www.grüne-praxis.com/newsletter



AMÜSANTES AUS AUFSÄTZEN

Die Nase von meiner Schwester ist unheimlich stups.

Alle Welt horchte auf, als Luther 1642 seine 95 Prothesen an die Schlosskirche zu Wittenberg schlug.

LEBENSWEISHEIT

Es gibt Wichtigeres im Leben, als beständig dessen Geschwindigkeit zu erhöhen.

Mahatma Gandhi

WAHNSINNIC WITZIG

„Spielen Sie auch Lotto?“
„Nie im Leben. Aber ich gewinne trotzdem bei jeder Ziehung.“
„Wie das denn?“
„Ich bin Zahnarzt.“



Optimist: „Das Glas ist halb voll.“
Pessimist: Das Glas ist halb leer.“
Mutti: „Wieso ist da kein Übersetzer?“



„Deine Zähne sind wie Gelsenkirchen und Duisburg!“
„Häh?“ -
„Noch Essen dazwischen.“

DENTAL & WIRTSCHAFT

Erscheinungsweise: 6 x jährlich
ISSN: 2752-2385

HERAUSGEBER

MedTriX Wiesbaden
Unter den Eichen 5, 65195 Wiesbaden

VERLAG

MedTriX Landsberg
Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg
Telefon: 08191 125-0
www.dental-wirtschaft.de
www.medtrix.group

CEO: Oliver Kramer

Geschäftsführung:

Stephan Kröck, Markus Zobel

Redaktion:

Gesamtredaktionsleitung Deutschland
Günter Nuber

Redaktion DENTAL & WIRTSCHAFT Print

Carmen Bornfleth
E-Mail: carmen.bornfleth@medtrix.group

Redaktion

dw-redaktion@medtrix.group

Ressortleiterin (V.i.S.d.P.) Online:

Marzena Sicking
E-Mail: marzena.sicking@medtrix.group

Verkauf:

Ratko Gavran
E-Mail: gavran@gavran.de
Götz Kneiseler
E-Mail: g.kneiseler@t-online.de
Andrea Lottes
E-Mail: andrea.lottes@medtrix.group

Media- und Vertriebsleitung:

Björn Lindenau

Anzeigen:

Nicole Brandt, Sylvia Sirch
E-Mail: aw-anzeigen@medtrix.group

Anzeigentarif nach Preisliste Nr. 1,
gültig ab 1.1.2023.

Produktionsleitung Deutschland:

Ninette Grabinger

Teamleitung Layout: Andrea Schmuck
Layout:

Andrea Schmuck, Beate Scholz,
Mira Vetter

Druck:

Vogel Druck und Medienservice,
Höchberg

VERTRIEBS- UND ABONNENTENSERVICE

Leserservice: Fax 08191 125-456,
E-Mail: dw-leserservice@medtrix.group
Abonnement:
www.dental-wirtschaft.de/heft-abo/

Bezugsbedingungen:

Jahresabonnement
Inland € 40,00 (inkl. MwSt. und Versand)
Einzelverkaufspreis € 7,00
(inkl. MwSt. und Versand)

Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Wiesbaden

Registergericht:

Amtsgericht Wiesbaden
HRB 12 808, USt-IdNr.: DE 206 862 684

Bankverbindung:

HVB/UniCredit Bank AG IBAN:
DE12 7002 0270 0015 7644 62
SWIFT (BIC): HYVEDEMMXXX

Mit der Einsendung eines Manuskriptes erklärt sich der Urheber damit einverstanden, dass sein Beitrag ganz oder teilweise in allen Printmedien und elektronischen Medien der MedTriX GmbH, der verbundenen Verlage sowie Dritter veröffentlicht werden kann. Mit Verfassernamen gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder.

Jetzt den
kostenlosen
Newsletter
sichern!



DENTAL & WIRTSCHAFT-Newsletter

Mit unserem Ratgeber-Newsletter erhalten Sie regelmäßig die wichtigsten Tipps zu folgenden Themen:

- Erfolgreiche Praxisführung
- Recht & Steuern
- Branchen-News
- Abrechnung & Wirtschaftlichkeit
- Praxiskauf & Übergabe
- Digitalisierung & Zahnmedizin



Jetzt kostenlos abonnieren!
Entweder hier scannen oder abonnieren unter:
www.dental-wirtschaft.de/newsletter/

permadental[®]
Modern Dental Group

PERMADENTAL.DE

0 28 22 - 71330



INSPIRATION UND INFORMATION

Der neue 60-seitige Zahnersatzkatalog für Behandler und Praxismitarbeiter



Bestellen Sie sich Ihr kostenloses Exemplar des neuen Kataloges als Printversion oder E-Paper
02822-71330-22 | kundenservice@permadental.de
kurzelinks.de/katalog-23

WEIT MEHR ALS NUR KRONEN UND BRÜCKEN