Erfolgreiche Praxisführung für Zahnärztinnen und Zahnärzte WIRTSCHAFT





Wir schützen Leben weltweit



Wir sind für Sie da.

Mit hochwirksamen und anwenderfreundlichen **Desinfektionsprodukten**. Und mit unserem kostenlosen **Hygieneplan-Service**.



Jetzt kostenlosen Hygieneplan-Service entdecken

- Schnell online erstellen
- Automatische Updates
- Tipps und Tricks



www.mein-hygieneplan.de



Carmen Bornfleth Editor-in-chief



E-Mail: carmen.bornfleth@medtrix.group

Wir sind auf dem richtigen Weg

Liebe Leserin. lieber Leser,

die Hauptthemen der IDS bestätigen, dass wir mit der DENTAL & WIRT-**SCHAFT** auf dem richtigen Weg sind. Der VDDI schreibt in seinem Abschlussbericht: "Auf der 40. Internationalen Dental-Schau 2023 waren zwei Trends deutlich erkennbar: der stringente digitale Workflow und eine verbesserte Nachhaltigkeit. So lassen sich z. B. beim digitalen Röntgen auf dem Kopf stehende Aufnahmen dank künstlicher Intelligenz ,auf die Füße stellen', wobei die verwendeten Speicherfolienscanner CO2-neutral produziert werden."

Mehr zu Künstlicher Intelligenz und den Anwendungsmöglichkeiten in der Zahnmedizin lesen Sie in unserer Titelgeschichte ab Seite 8. Nachhaltigkeits-Tipps gibt es auf Seite 41. ChatGPT ist in aller Munde und in den Medien aktuell ein großes Thema. Es stellt sich aber die Frage: "Wo sind die

Grenzen von KI in der Zahnmedizin?" Diese Frage habe ich dem Chatbot gestellt. Die Antwort kam prompt: "Obwohl KI in der Zahnmedizin viel Potenzial bietet, gibt es auch einige Grenzen, die beachtet werden müssen:

Menschliche Faktoren: KI-Systeme basieren auf Daten, die von Menschen bereitgestellt werden. Wenn die Datenqualität schlecht ist oder falsch interpretiert wird, kann dies zu falschen Ergebnissen führen.

Komplexe Entscheidungen: Obwohl KI-Systeme in der Lage sind, Daten zu analysieren und Muster zu erkennen, sind sie oft nicht in der Lage, komplexe Entscheidungen zu treffen, die menschliches Wissen und Erfahrung erfordern.

Einige Aspekte der Zahnmedizin erfordern z.B. ein tiefes Verständnis von Patientenbedürfnissen und eine umfassende Bewertung von Risiken und Nutzen.

Vertrauen und Ethik: Es ist wichtig, dass Patienten und Zahnärzte Vertrauen in die von KI bereitgestellten Informationen haben. Es ist auch wichtig, ethische Fragen zu berücksichtigen, wie z.B. den Schutz von Patientendaten und die Vermeidung von Vorurteilen und Diskriminierung.

Kosten: Die Implementierung von KI-Systemen erfordert oft eine hohe Investition in Technologie und Schulung für das Personal, Kleine Praxen oder Kliniken mit begrenztem Budget könnten Schwierigkeiten haben, diese Kosten zu tragen. Insgesamt ist es wichtig, die Grenzen von KI in der Zahnmedizin zu verstehen und die Technologie als Ergänzung zu menschlichem Wissen und Erfahrung zu betrachten, um bessere Ergebnisse für Patienten zu erzielen."

Ich finde, das ist eine ziemlich selbstkritische und realistische Einschätzung. Wir werden auch in Zukunft über das hochspannende Thema der Künstlichen Intelligenz berichten.

Jetzt wünsche ich Ihnen viel Spaß bei der Lektüre der aktuellen Ausgabe und vor allem viele neue Erkenntnisse und Anregungen, um den Erfolg Ihrer Praxis weiter zu steigern.





Trends: Digitaler Workflow und verbesserte Nachhaltigkeit Bei der 40. Internationalen Dental-Schau informierten sind rund 120.000 Besucher über neueste Trends.



Quartal in den Praxen? Seit dem 1. Januar 2023 ist das elektronische Beantragungs- und Genehmigungsverfahren in Betrieb.



Ihre Zahnarztpraxis auf Erfolgskurs Controller schwören auf den Einsatz von Kennzahlen. Für Zahnärzte gibt es auch gute Gründe auf ihre Zahlen zu schauen.

AKTUELLES

- **06** IDS 2023 in Köln Trends: Digitaler Workflow und verbesserte Nachhaltigkeit
- **07** Qualität, Effizienz, Kompatibilität Der VDDS realisiert digitales Leuchtturmprojekt
- **07** Kostenloses Ausgleichtraining "Tschüss Verspannungen -Prävention fürs Zahnarztteam"

FOKUS

- **08** Künstliche Intelligenz Die "neue" diagnostische Revolution in der Zahnmedizin
- **13** Künstliche Intelligenz KI-Revolution für die Zahnersatz-Produktion
- 14 Künstliche Intelligenz Welche Neuheiten mit KI wurden in Köln vorgestellt?





Mindestlohn: Ihre Verantwortung für eigene und externe Arbeitnehmer

Die Anhebung des Mindestlohgsn hat Konsequenzen. Minijob-Verträge müssen einer Prüfung unterzogen werden.



Steuern sparen durch den Investitionsabzugsbetrag

Damit kleinere und mittlere Unternehmen für Investitionen mehr Liquidität haben, gibt es den Investitionsabzugsbetrag.



Personalbindung: Bieten Sie Raum für persönliche Gespräche

Persönliche Kommunikation zwischen Praxisinhaber und Mitarbeiter ist wichtig, um keine Mitarbeiter zu verlieren.

ABRECHNUNG

15 Die EBZ-Einführung Wie war das erste Quartal in den Praxen?

FINANZEN

16 Die Frage aller Fragen
Wann ist der vermeintlich richtige
Zeitpunkt für eine Geldanlage?

18 Unternehmensmanagement Mit diesen Kennzahlen bringen Sie Ihre Zahnarztpraxis auf Erfolgskurs

RECHT

22 Der Mindestlohn Ihre Verantwortung für eigene und externe

Arbeitnehmer

STEUERN

24 Steuertipp
Steuern sparen durch den
Investitionsabzugsbetrag





- 29 Patientenmanagement
 Patientenreisen erkennen und
 Wunschpatienten erreichen
- 32 Personalbindung
 Bieten Sie Raum
 für persönliche Gespräche

ZAHNMEDIZIN

34 Lokalanästhesie
Die intraligamentäre
Anästhesie

FORTBILDUNG

28 Alles ausser Zähne 2023

33 Erfolgreich führen

33 Führen in der Zahnarztpraxis (IHK)

MARKT

- 36 Interview Klaus Spitznagel "Wir möchten Kunden in die digitale Zukunft begleiten"
- 38 Praxisausstattung
 Übertragungsinstrumente:
 Kleine Helfer mit wahrer Größe
- 40 Erfahrungsbericht zum EBZ
 Beachtliche Zeitersparnis und
 sichere Datenübertragung

BUCH-TIPPS

37 POSITION WOW

Durch Positionierung erfüllt und erfolgreich Ihre Arztpraxis entwickeln

37 Auf den Zahn gefühlt

Wie unsere Zähne stark und gesund bleiben

NACHHALTIGKEIT

41 Umweltbewusstsein
Nachhaltige Tipps für die
Zahnarztpraxis

RUBRIKEN

03 Editorial

42 Online-News

42 Impressum

IDS 2023 in Köln

Trends: Digitaler Workflow und verbesserte Nachhaltigkeit

Bei der 40. Internationalen Dental-Schau vom 14. bis 18. März 2023 informierten sich rund 120.000 Fachbesucherinnen und Fachbesucher aus 162 Ländern in Köln über das umfassende Angebot der 1.788 ausstellenden Unternehmen aus 60 Staaten.

Die IDS 2023 hat auch zu ihrem 100. Geburtstag bewiesen, dass sie sich immer wieder neu erfindet und weiterentwickelt. "Die Dynamik, die Innovations- und Impulskraft sind beeindruckend. Die Besucherqualität war – und das sage ich nicht nur als Vorstandsvorsitzender des VDDI, sondern auch als Aussteller der IDS – sensationell", zeigte sich Mark Stephen Pace überwältigt. Der Claim "100 years IDS – shaping the dental future" stand dabei als Synonym für die Wichtigkeit der Messe heute und in Zukunft.

Positive Besucherresonanz

60 % der Fachbesucherinnen und Fachbesucher kamen aus dem Ausland. Gewohnt stark war der Besuch aus den EU-Ländern Italien, Frankreich, Niederlande, Spanien, aber auch Belgien, Rumänien sowie Griechenland. Auch aus Asien, Südamerika, den USA und Kanada bewegte sich der Besucheranteil erneut auf hohem Level, wenn auch nicht auf Vor-Corona-Niveau. Auf einer Bruttoausstellungsfläche von 180.000 Quadratmeter stellten 433 Aussteller aus Deutschland sowie 1.355 Aussteller aus dem Ausland ihre Produkte vor. Bei der Besucherbefragung gaben rund 80 % der FachbesucherInnen an, an Einkaufs- und Beschaffungsentscheidungen ihrer Unternehmen beteiligt zu sein. Über 80 % zeigten sich mit der Veranstaltung sehr zufrieden, 83 % lobten den umfassenden Angebotsüberblick und nahezu 90 %würden die IDS ihren Geschäftspartnern weiterempfehlen. 84 % der Befragten zeigten sich zudem zufrieden mit der digitalen Plattform IDSconnect und den hiermit verbundenen zusätzlichen Angeboten. Die Produkte an den Messeständen machten deutlich, wie innovativ und zukunftsorientiert die Dentalbranche unterwegs ist. Allerdings war die Neuprodukt-Vielfalt teils etwas verhalten, was auf die bürokratischen Hürden durch die Europäische







Medizinprodukte-Verordnung (Medical Device Regulation, MDR) zurückzuführen ist. Viele interne Ressourcen mussten in der jüngsten Vergangenheit in Genehmigungsverfahren investiert werden.

Zukunftsorientierte Themen

Als Hauptthemen für die digitale Praxis kristallisierten sich auf der Messe vier Hauptfelder heraus: In Zukunft wird die Künstliche Intelligenz (KI) eine wichtige Rolle einnehmen – dies vor allem bei der Patientenkommunikation, aber auch während der Behandlung selbst.

Ein weiteres wichtiges Thema: Big Data. Darunter werden die Sammlung, Speicherung und Nutzung stetig wachsender Datenmengen sowie deren Vernetzung und sichere Verwendung verstanden.

Der 3D-Druck wird sich chairside in der Praxis und im Labor weiterentwickeln und noch mehr an Bedeutung gewinnen. Die Entwicklung neuartiger Druckmaterialien steht damit in unmittelbarem Zusammenhang.

Ein weiterer Fokus liegt auf der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit: Verbrauchsmaterial aus natürlich wachsenden Rohstoffen oder recycelbaren Materialien werden dabei immer wichtiger – nicht nur für die Verwendung in Praxis und Labor, sondern auch aus Patientensicht.

Nächste IDS im März 2025

"Es hat Freude gemacht, wie einem auf der IDS der Wind der Innovationen um die Nase wehte", so Mark Stephen Pace. Man darf heute schon gespannt sein, welche Neu- und Weiterentwicklungen die Forschungs- und Entwicklungsabteilungen in den nächsten zwei Jahren hervorbringen werden. Deshalb am besten gleich im Terminkalender notieren: Die 41. Internationale Dental-Schau findet vom 25. bis 29. März 2025 in Köln statt.

www.ids-cologne.de

Qualität, Effizienz, Kompatibilität

Der VDDS realisiert digitales Leuchtturmprojekt

Viele der im VDDS organisierten Unternehmen nutzten die Gelegenheit, sich auf der IDS 2023 zu präsentieren. Auch der VDDS selbst war vertreten und führte zudem am 17. März 2023 seine 92. Sitzung der ordentlichen Mitglieder in Köln durch.

Was bei der Gründung des VDDS mit der Anbindung digitaler Röntgensysteme begann, führte über die elektronische Abrechnung mit den KZVen, der Anbindung an die Telematik-Infrastruktur bis hin zum inzwischen realisierten digitalen Antrags-Genehmigungsverfahren.

Erfolgreiche EBZ-Einführung

Eine wichtige Rolle übernahm der VDDS bei der Einführung des EBZ-Verfahrens. In kürzester Zeit hat der VDDS eine Plattform zum Austausch von EBZ-Testdaten aufgebaut, und so eine Grundlage für die erfolgreiche EBZ-Einführung geschaffen. Deren Einführung gilt in der Branche als

digitales Leuchtturmprojekt für den Berufsstand. Diese und künftige digitale Verfahren sind ohne die VDDS-Schnittstellen und -Verbandsarbeit nur schwer vorstelloder realisierbar. Dies unterstreicht die Relevanz der gemeinsamen Arbeit in den verschiedenen VDDS-Arbeitskreisen und einer abgestimmten Positionierung der im VDDS organisierten Unternehmen.

Fünf neue Mitgliedsunternehmen

Immer mehr Unternehmen erkennen den Wert dieser VDDS-Verbandsarbeit und der offenen Schnittstellen: Bereits in den ersten Wochen des noch jungen Jahres 2023 konnte der VDDS fünf neue Mitgliedsunternehmen begrüßen: FABIUS Medical GmbH, Denteo AG, Dr. Flex GmbH, AERA EDV-Programm GmbH und die Teladenta UG. Damit erreicht die Mitgliederanzahl einen neuen Höchststand.

www.vdds.de



Sabine Zude, Vorstandsvorsitzende des VDDS e.V.

Kostenloses Ausgleichtraining

"Tschüss Verspannungen – Prävention fürs Zahnarztteam"

Charakteristisch für die zahnärztliche Tätigkeit ist die Arbeit im Sitzen an dem kleinen Objekt Zahn, in der nicht immer leicht zugängigen Arbeitsumgebung Mundhöhle, neben einem auf Komfort ausgerichtet halbliegenden Patienten.

Diese Tätigkeit verlangt eine hohe Präzision und somit eine stabile, statische Arbeitshaltung. Konflikte mit der engen Mundhöhle, dem Lichtstrahl der OP-Leuchte, der unflexibel gelagerte Kopf des Patienten, die Ausstattung der Behandlungseinheit etc. führen zu den Ergebnissen, wie sie bspw. 2020 von Ohlendorf et al. veröffentlicht wurden.¹

Berufsbedingte Schmerzen

Dabei gaben 95 % aller Teilnehmenden an, während ihres Berufslebens berufsbedingt Schmerzen zu haben. Über 90 % aller Befragten hatten innerhalb des letzten Jahres Schmerzen und 65 % sogar innerhalb der letzten Woche. Nacken,

Schultern sowie die Lendenwirbelsäule wurden am häufigsten genannt. Frauen sind etwas mehr betroffen als ihre männlichen Kollegen. Physische Ursache für diese Schmerzen ist die Arbeitshaltung



Prävention gegen Muskelverspannungen gibt es im Online-Ausgleichstraining.

während der Behandlung. Demzufolge wird die Behandlungszeit verringert, die Wartezeiten auf einen Termin werden erhöht und es können weniger Patienten behandelt werden. Neben dem Zahnarzt sind ZFAs, ZMFs, ZMPs, ZMVs und DHs gleichermaßen betroffen.

Die Arbeitsgemeinschaft Ergonomie in der Zahnheilkunde bietet ein Online-Ausgleichstraining unter dem Projektmotto "Tschüss Verspannungen – Prävention fürs Praxisteam" an, das jeden Mittwoch und Freitag um 14 Uhr für 15 Minuten per Zoom-Videokonferenz stattfindet. Das Onlineangebot ist ein Pilotprojekt und in der Probephase kostenfrei. Eine Anmeldung ist Voraussetzung und erfolgt über die Webseite https://subscribepage.io/LN8152, wo es auch auch weitere Informationen gibt.

www.agez-online.de

Ohlendorf D et all. Prevalence of Musculoskeletal Disorders among Dentists and Dental Students in Germany. Int. J. Environ. Res. Public Health 2020, 17. 8740

Künstliche Intelligenz

Die "neue" diagnostische Revolution in der Zahnmedizin

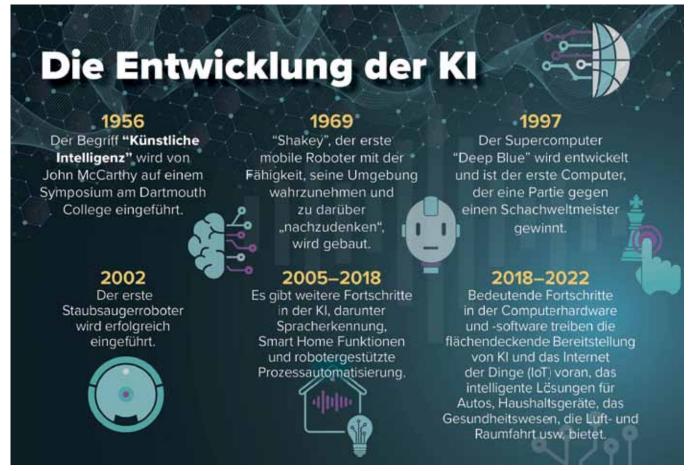
Der Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI) in der Zahnmedizin ist in vollem Gange. Die Bedeutung der KI für zahnmedizinische Diagnose, Behandlungsplanung und Praxismanagement ist tiefgreifend und wird weiter zunehmen.

Die steigende Bedeutung der KI in der Gesundheitsversorgung, einschließlich der Zahnmedizin, verläuft parallel zum Zuwachs neuartiger Lösungen in unserem täglichen Leben: KI-Produkte für Haushalt, Fahrzeuge und Unternehmen sind überall verfügbar. KI verspricht eine transformative Technologie in der Zahnmedizin zu werden und sie ist ebenso bedeutsam wie andere digitale Dentallösungen, wie etwa die digitale Röntgenaufnahmetechnik oder digitales Scannen. Die meisten Menschen werden erst jetzt auf

diese "neuartige" Technologie aufmerksam, doch tatsächlich sind zwar viele KI-Lösungen neu, die KI an sich ist es jedoch keineswegs. Was die Angelegenheit noch verwirrender macht, ist die Tatsache, dass KI als Marketingtaktik mitunter oft und fälschlicherweise an die Stelle jeder Art von Automatisierung gesetzt wird. Marketingfachleute, die diesen Begriff verwenden, verwechseln häufig digital intelligente Lösungen mit echter künstlicher Intelligenz. Das bedeutet jedoch nicht, dass die KI und ihre Bedeutung nicht tiefgreifend

wären. Im Gegensatz zu allen anderen technologischen Errungenschaften ist die KI deshalb etwas ganz Besonderes, weil sie die einzige Technologie ist, die potenziell mit dem in Wettstreit tritt, was es bedeutet, ein denkendes Wesen zu sein – und somit unsere Vorrangstellung als das intelligenteste, uns bekannte Wesen in Frage stellt.

In diesem Artikel wird erklärt, was KI wirklich ist und welche historischen Wurzeln sie hat. Außerdem werden einige der vielen aufregenden, neu entstehenden und



1) Chronik der KI von 1956 bis heute.



2) Digitales Scannen in der Zahnarztpraxis.

expandierenden klinischen und geschäftlichen Dentallösungen untersucht, die dank künstlicher Intelligenz verfügbar sind.

Wie alles begann

Überraschenderweise ist KI in der Tat nicht neu. In der Science-Fiction werden seit mindestens einem Jahrhundert hochintelligente, nichtmenschliche Wesen und Roboter erdacht – einige mit bösartigen Absichten, andere mit ferner Herkunft. Wissenschaftliche Ansätze, nach denen Computer und Roboter mehr als nur schnellzählende Maschinen sind, gibt es bereits seit beinahe 70 Jahren. Als Geburtsstunde der künstlichen Intelligenz gilt eine Konferenz am Dartmouth College im US-amerikanischen New Hampshire im Jahr 1956, auf der der Begriff künstliche Intelligenz erstmals verwendet wurde.¹

Die Anfänge der KI waren jedoch eher Science-Fiction als Wissenschaft. So zeichnete unsere Vorstellungskraft, genährt durch eine Reihe von Filmen, Magazinen und Büchern, ein phantastisches Bild davon, wozu Roboter und Maschinen dank KI fähig sind. Dabei stellen in diesen Fantasien Computer im Wesentlichen eine neue Spezies dar, während der Mensch

eine untergeordnete Rolle spielt. Hollywoods Meisterwerk aus dem Jahr 1968, 2001: Odyssee im Weltraum², ist dafür ein gutes Beispiel. Star Wars – wir sprechen zu dir, R2-D2³ – ist ein amüsanteres und jüngeres Beispiel.

Die Vorstellung von einer KI ist nicht neu, doch die Realität der KI hat die Vision (beinahe) eingeholt. Der Grund dafür ist, dass die für die Bereitstellung von KI-Lösungen benötigte enorme Rechenleistung und der hohe Entwicklungsstand der Software bereits heute vorhanden sind und – um es kurz zu machen – gemäß dem Mooreschen Gesetz⁴ immer besser werden.

Was KI wirklich ist

KI ist nicht einfach ein anderer Begriff für Computerautomatisierung, die es bereits seit Jahrzehnten in unterschiedlicher Form gibt. Bei KI handelt es sich um Computersoftware, die das menschliche Denken und die menschliche Argumentation widerspiegeln oder nachahmen kann. Sie unterscheidet sich von der Automatisierung, bei der lediglich derselbe Vorgang unablässig wiederholt wird. KI-Software nutzt ihr Wissen, um neue Probleme zu lösen, die ihr gestellt werden. Das ist der Unterschied zwischen Zahlenverarbeitung und repetitiver Automatisierung auf der einen Seite und einer Software, die neue Probleme erkennt und sie analysieren und lösen kann. Jene Komponente der KI, die der Software das Lernen ermöglicht, wird als maschinelles Lernen (ML) oder auch Deep Learning⁵ bezeichnet.

Hier ein einfaches Beispiel: Wenn wir eine ML-Engine entwickeln, die einer Software beibringt, wie ein Schaf aussieht, indem wir ihr Hunderte oder Tausende



Bruce LieberthalFoto: Henry Schein, Inc.

Bruce Lieberthal ist Chief Innovation Officer bei Henry Schein, Inc. In dieser Funktion evaluiert er Hunderte von innovativen Lösungen und Technologien, berät die medizinischen und zahnmedizinischen Geschäftsbereiche von Henry Schein zu bedeutenden neuen Entwicklungen und hilft dabei, die globalen Verkaufs-, Marketing- und Vertriebskapazitäten des Unternehmens mit wichtigen neuen Produkten zu verbinden, die den Kunden dabei helfen, ihre Praxisführung zu optimieren und eine hervorragende Patientenversorgung zu bieten.

von Bildern von Schafen zeigen, und dann diesem Software-Algorithmus ein Bild eines Schafes zeigen, das er noch nie zuvor gesehen hat, kann er das Schaf auf dem Bild korrekt identifizieren. Wird ein Bild vorgelegt, das keine Schafe enthält, erkennt die Software, dass es keine Schafe auf dem Bild gibt. Diese Mustererkennung (die sehr anspruchsvoll werden kann) wird als Computer Vision bezeichnet. Computer Vision kann zur Entwicklung von Software für das Gesundheitswesen eingesetzt werden, die als Entscheidungsunterstützungssystem bezeichnet wird und Ärzten und Zahnärzten dabei hilft, Läsionen und Pathologien wie Karies, periapikale Läsionen, parodontalen Knochenabbau usw. schneller und genauer zu erkennen.

Phase	Fähigkeiten	Beschreibung
Schwache KI ("Artificial Narrow Intelligence" bzw. ANI)	■ Fähigkeit, programmierte Aufgaben auszuführen	Die Phase, in der wir uns derzeit befinden, ist die erste und früheste. Technische Systeme können in einem engen Kontext eine begrenzte Intelligenz aufweisen. Ein bestimmtes KI-System kann beispielsweise eine bestimmte Sache tun, ist aber nicht allgemein intelligent.
Künstliche allgemeine Intelligenz ("Artificial General Intelligence" bzw. AGI)	Systeme, die ähnlich wie ein Mensch üben, lernen, verstehen und Aufgaben ausführen können	Dies ist eine Phase, die dadurch gekennzeichnet ist, dass Computer- plattformen im Allgemeinen intelligent sind und viele programmierte und erlernte Verhaltensweisen ausführen können. Die sogenannte "Singularität" ist das, was AGI und ASI voneinander trennt.
Künstliche Superintelligenz ("Artificial Super Intelligence" bzw. ASI)	 Denken und Verarbeiten jenseits menschlicher Fähigkeiten Erreichen und Überschreiten der Singularität (siehe unten) 	Dieser Zustand geht über den menschlichen Verstand hinaus. Es ist die Phase, in der die Datenverarbeitung die Singularität und Fähigkeiten von KI-Systemen hinter sich lässt. Die Filmindustrie konzentriert sich mit der Darstellung bösartiger Computer, die mit dem Menschen in Wettstreit treten, häufig auf diese Phase.

Tabelle 1) Unterschiedliche Phasen der Kl.

Die Entwicklung der KI

Obwohl wir uns in der frühesten Phase der Verwirklichung von künstlicher Intelligenz befinden, haben Wissenschaftler nicht nur jene Phase definiert, in der wir uns befinden, sondern auch zwei weitere, die in der Zukunft liegen (siehe Tabelle 1).

Wie bereits erwähnt, befinden wir uns in der ersten Phase der künstlichen Intelligenz, der schwachen KI (ANI). KI-Systeme werden durch maschinelles Lernen darauf trainiert, eine Sache sehr gut zu machen. Im Beispiel oben ging es darum, Bilder mit und Bilder ohne Schafe zu erfassen. Wenn die KI ein Bild identifiziert, auf dem keine Schafe zu sehen sind, kann sie allerdings nicht feststellen, ob es sich bei dem "Nicht-Schaf" um eine Katze oder einen Hund handelt (siehe Abbildung 3). Sie erkennt lediglich, dass es sich nicht um ein Schaf handelt.

Was nach der schwachen KI kommt

Es gibt zahlreiche Spekulationen von KI-Experten darüber, wie lange es dauern wird, bis eine allgemeine künstliche Intelligenz (Artificial General Intelligence, AGI) erreicht ist, bei der ein Algorithmus mehrere Dinge auf einmal tun kann⁶. Im folgenden Beispiel erkennt die Software, sobald der Zustand der AGI erreicht ist, nicht nur die drei Schafe, sondern auch den Hund und die Katze richtig. Die nächste Phase nach der AGI ist die künstliche Superintelligenz (wenn die KI die menschliche Intelligenz erreicht oder übertrifft⁷). Es lässt sich nur schwer vorhersagen, wann dies der Fall sein wird, aber die Prognosen reichen von 2045 bis etwa in 40 Jahren oder später, vom jetzigen Zeitpunkt an betrachtet.

Die Zukunft der KI in der Zahnmedizin

KI wird die Art und Weise, wie Zahnmediziner praktizieren und eine Praxis führen, verändern. Im Folgenden finden Sie Beispiele für die Genialität der KI und dafür, wie sie in den Alltag integriert werden kann und bereits wird.



3) Schwache KI, die Bilder mit und ohne Schafe erfasst, aber nicht erkennen kann, ob es sich bei dem "Nicht-Schaf" um eine Katze oder einen Hund handelt.



4) Allgemeine künstliche Intelligenz, welche die drei Schafe richtig identifiziert und auch den Hund und die Katze erkennt.

- Das Internet der Dinge (IoT): Viele von uns nutzen das IoT bereits im Alltag. Das Internet der Dinge ist ein Begriff, der Mitte der 1990er Jahre geprägt wurde. Er beschreibt den Vorgang, intelligente Technologie in "Dinge", häufig in Alltagsgegenstände, zu integrieren, um sie mit dem Internet zu verbinden und intelligent zu machen. Beispiele dafür sind Navigationssysteme in Fahrzeugen, Systeme zur Verarbeitung natürlicher Sprache (z. B. Amazon Alexa, Google Home, Apple Siri), intelligente/smarte Lampen in unseren Wohnungen (die sich auf Befehl oder abhängig von der Tageszeit oder anderen Bedingungen ein- und ausschalten), Kühlschränke (die den Stromverbrauch, die Frische von Lebensmitteln usw. überwachen), Türschlösser (die unsere Türen in Abhängigkeit von der Tageszeit oder davon, ob wir uns ihnen nähern oder Räume verlassen, automatisch ver- und entriegeln), Fernsehgeräte und viele andere Dinge, die mit dem Internet verbunden sind und intelligente Funktionen ausführen können. Das IoT wird auch in der Zahnmedizin immer allgegenwärtiger.
- Smarte Zahnbürsten: Elektrische und manuelle Bürsten können mit internetfähigen Sensoren ausgestattet werden, die mithilfe von KI die Zahnhygiene im Hinblick auf die Vollständigkeit und die Dauer des Putzens, die richtige Winkelung und den richtigen Druck usw. analysieren. Früher oder später werden diese Sensoren in der Lage sein, bestimmte Krankheiten zu diagnostizieren, indem sie Biomarker im Speichel erfassen oder Plaque mithilfe von Computer Vision erkennen. Die Daten können mit Erlaubnis des Anwenders auch in die Kartei der Zahnarztpraxis übertragen und auf intelligente Weise korreliert werden, um eine echte Verbindung zwischen den jeweiligen Mundhygienegewohnheiten und der allgemeinen Gesundheit herzustellen. Zahnärzte können dann in der Behandlungsstätte auf Grundlage dieser Daten Gespräche mit den Patienten führen und gemeinsam mit ihnen an der Gesundheitsoptimierung arbeiten. Außerdem können die Kostenträger sowohl Patienten als auch Leistungserbringer dafür belohnen, dass sie auf Grundlage objektiver Daten bessere Ergebnisse erzielen.
- Geräteüberwachung und Frühwarnsysteme: Eine weitere, wenn auch nicht klinische Anwendung des IoT in der Pra-



xis besteht darin, vernetzte Sensoren an oder in der Nähe von kritischen Geräten wie Kompressoren und Vakuumpumpen zu platzieren, um den Zustand der Geräte zu analysieren und ihn an die Praxis- und Wartungsteams zu melden. Diese Systeme helfen Praxen, teure Reparaturen und Ausfallzeiten zu vermeiden, indem sie Geräteausfälle abfangen, bevor sie auftreten, und noch vor dem Auftreten von Störungen prophylaktisch Komponenten austauschen.

Diagnostische Bildgebung mit Computer Vision

Meiner Meinung nach ist dies die unmittelbarste und überzeugendste Anwendung von KI für Zahnärzte. Im Folgenden finden Sie einige Begriffe, die Sie sich merken sollten:

- **Computer Vision:** Der Einsatz von KI zur präzisen Erkennung von Objekten in einem Bild. So ist etwa das Beispiel mit den Schafen Computer Vision.
- Klinische Entscheidungsunterstützung: Diese Form der KI hilft Zahnärzten dabei, eine genaue Diagnose zu stellen und die Behandlung angemessen zu planen. Der Einsatz von Computer Vi-

sion in Verbindung mit medizinischen und zahnmedizinischen Bildern beispielsweise hilft der Fachkraft dabei, echte Krankheitsbilder von gutartigen Schatten zu unterscheiden. Experten empfehlen, dass Computer die Entscheidungsfindung unterstützen, die letztendliche Entscheidung selbst jedoch vom Behandelnden getroffen wird. Zahnmediziner können diese Technologien als Hilfsmittel nutzen, doch sind wir noch weit davon entfernt, dass die Fähigkeiten dieser Systeme an jene der Kli-

niker heranreichen. Das ist vergleichbar mit den derzeit verfügbaren KI-gestützten Fahrzeugen: Die Software lenkt und beschleunigt, bremst usw. Dennoch muss der Fahrer aufmerksam bleiben. Die KI unterstützt ihn beim Fahren, fährt aber nicht selbst.

In der Medizin wird Computer Vision bereits seit einigen Jahren eingesetzt, in der Zahnmedizin kommt diese Technologie nun vermehrt zum Einsatz. Die Funktionsweise besteht darin, dass eine durch maschinelles Lernen geschulte Software eine digitale Zahnröntgenaufnahme oder ein anderes zahnmedizinisches Bild vorgelegt wird und sie schnell und präzise Orientierungspunkte und Krankheitsbilder wie beispielsweise Karies identifiziert (siehe Abbildung 6). In der Regel befindet sich die KI-Software auf einem Cloud-basierten Server. Das lokal in der Zahnarztpraxis gespeicherte Röntgenbild wird verschlüsselt, dann auf den KI-Server hochgeladen und analysiert. Die KI-Analysen werden anschließend an die Praxis zurückgeschickt und erscheinen als Kommentare auf der digitalen Röntgenaufnahme.

Der gesamte Vorgang läuft im Hintergrund ab und dauert nur wenige Sekunden. Und da es sich um KI und nicht nur um Automatisierung handelt, wird jedes Bild, das an die Engine geschickt wird, auch für deren weitere Schulung verwendet, sodass die Genauigkeit mit immer mehr hochgeladenen Bildern zunimmt. Auf Grundlage ihrer Erkenntnisse kann die KI-Software der Fachkraft auch mitteilen, wie sicher sie hinsichtlich ihrer Empfehlungen ist⁸.



6) KI in Form von Computer Vision in der Zahnmedizin (Quelle: Doug Golay, RealCloudImaging; transferiert ins Deutsche von Henry Schein, Inc.)



METAVERSUM - WAS IST DAS EIGENTLICH?

Ein weiteres wichtiges Thema ist das Metaversum. Jeder spricht vom Metaversum, aber was ist das eigentlich? Die folgenden Definitionen und Beispiele können helfen, die Möglichkeiten, die das Metaversum bietet, besser zu verstehen:

- 1. Metaversum: Dieser Begriff beschreibt eine immersive digitale Umgebung, die der Realität überlagert wird, sie ersetzt oder beide miteinander kombiniert. In dieser immersiven Welt interagieren die Menschen mit anderen - oft in Form von Avataren - und können alternative Realitäten so erleben, als wäre man wirklich dort. Im Metaversum kann man an virtuellen Konferenzen teilnehmen, die weit über die derzeitigen Zoom®-Meetings hinausgehen und an weit entfernte Orte reisen. Dort kann man beispielsweise auch Prozesse und Verfahren simulieren und trainieren und vieles mehr.
- 2. Erweiterte Realität ("Augmented Reality" bzw. AR): Hierdurch können digitale Bilder und Informationen in der physischen Umgebung dargestellt werden. Ein Beispiel ist die virtuelle Platzierung eines Artikels, den jemand kaufen möchte, in dessen Wohnung mithilfe der Kamera eines Smartphones und einer KI-Software. Ein weiteres Beispiel sind die Head-up-Displays in Fahrzeugen. AR kombiniert Reales und fügt andere Informationen darin ein oder überlagert es mit ihnen.
- 3. Virtuelle Realität (VR): Davon spricht man, wenn man sich vollständig in einer anderen Realität befindet. Es ist die immersiyste Form der alternativen Realität. Um sie zu erleben, benötigt man so gut wie immer eine spezielle Brille wie etwa

Praxismanagement

Eine wirklich spannende geschäftliche Nutzung von künstlicher Intelligenz besteht darin, sie auf die Datenbank der Verwaltungssoftware der jeweiligen Praxis anzuwenden, um Patienten zu analysieren und zu segmentieren, und diese Daten dann an intelligente Marketingund Planungstools weiterzuleiten, um die Produktivität der Praxis zu steigern. Auf Grundlage der KI-Analyse können Daten isoliert werden, um jene Patienten zu identifizieren, die am ehesten bereit sind, eine bestimmte margenstarke Behandlung wie Aligner, Bleaching oder auch Implantate anzunehmen, und diese dann anzusprechen. Andere KI-Tools können etwa bei der Terminvergabe an Patienten, beim Erstellen von Vorher-Nachher-Simulationen oder durch das Anbieten von Bots zur Beantwortung von Finanzierungsfragen usw. helfen.

Natürliche Sprachverarbeitung (NLP)

KI-Software kann lernen, geschriebene oder gesprochene Sprache zu verstehen und zu analysieren. In Praxen kann dies genutzt werden, um Arbeitsabläufe zu automatisieren, Türen zu öffnen oder zu schließen, Klimaanlagen automatisch so einzustellen, dass der Komfort optimiert und zugleich die Kosten minimiert werden, Geräte, Beleuchtung und Mediensysteme ein- und auszuschalten und so weiter. Diese KI-gestützte Automatisierung basiert auf NLP-Befehlen oder anderen Dingen wie Bewegungen oder Tageszeit. Eine Art von NLP-KI, die sogenannte konversationelle KI, ermöglicht es Patienten, mündlich oder schriftlich mit Bots zu kommunizieren und so selbst Termine zu vereinbaren, sich über Rechnungen zu informieren oder diese zu bezahlen usw.

Das Metaversum in der Zahnmedizin

AR und VR ermöglichen es, Zahnärzte und Studenten der Zahnmedizin auf wirklich neue und aufregende Weise zu schulen. So können sie beispielsweise einen Eingriff wiederholt üben und ihre Technik perfektionieren, bevor sie am Patienten arbeiten. Eine weitere Anwendung (in diesem Fall der AR) sind Lösungen, die es ermöglichen, mit einer Spezialbrille Bilder über die Zähne eines Patienten zu legen, um diese noch präziser zu präparieren, Brackets zu kleben, Operationen durchzuführen usw. Diese Variante der AR kann auch eingesetzt werden, um Praxis und Gerätetechniker bei der Installation, Diagnose und Reparatur von Ausstattungsgegenständen zu unterstützen.

- ¹ So heißt es im Al Magazine (Band 27, Nummer 4 des Jahres 2006) im Artikel The Dartmouth College Artificial Intelligence Conference: The Next Fifty Years von James Moore, das Dartmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence (DSPRAI) wurde 1956 einberufen, um zu ermitteln, wie weit die künstliche Intelligenz bereits gekommen war und wohin sie sich entwickeln würde. Den Begriff Künstliche Intelligenz ersonnen Marvin Minsky und John McCarthy in der ursprünglichen Vorlage für die Konferenz.
- ² Das klassische Vorbild für KI in Filmen ist 2001: A Space Odyssey aus dem Jahr 1968, in dem HAL 9000 - der Bordcomputer eines Raumschiffs - bemerkt, dass die Menschen ihn außer Gefecht setzen wollen, und gegen sie vorgeht.
- 3 Wussten Sie, dass R2-D2 für "Second Generation Robotic Droid Series-2" steht (siehe https://epicstream. com/article/lucasfilm-boss-reveals-the-true-meaning-
- ⁴ Das Mooresche Gesetz ist ein vom Intel-Pionier Gordon Moore erdachtes Konzept, demzufolge sich die Zahl der Transistoren auf Computerchips - die als Entscheidungspunkte dienen - etwa alle zwei Jahre verdoppelt, während sich die Kosten ungefähr halbieren (https://www.britannica.com/technology/Moores-law).
- 5 Maschinelles Lernen (ML) hezieht sich auf die Verfahren, mit denen KI-Systemen beigebracht wird, was sie zu tun haben. Beim ML wird den Rechenalgorithmen wiederholt eine große Menge an Daten vorgelegt, damit sie neue Daten betrachten und erkennen kön nen. Deep Learning bezeichnet maschinelles Lernen auf einer tieferen, weitaus anspruchsvolleren Ebene unter Verwendung von Softwaremodellen, die als neuronale Netze bezeichnet werden und die Komplexität der vielschichtigen Struktur der Neuronen in unserem Gehirn simulieren
- 6 Unter https://research.aimultiple.com/artificialgeneral-intelligence-singularity-timing/finden Sie eine interessante Diskussion über das Erreichen der Phase AGI bis etwa 2050.
- ⁷ In Zusammenhang mit KI wird der Moment, in dem Computer über ein Denkvermögen und eine Intelligenz verfügen, die der menschlichen Intelligenz gleichkommen, wird als (technologische) Singularität bezeichnet.
- 8 Das Konfidenzniveau wird anhand zweier Hauptindikatoren beschrieben:
- 1. Sensitivität: beschreibt die Wahrscheinlichkeit, dass die Software vorhandene Läsionen oder Obiekte erkennt und korrekt identifiziert. Erwünscht ist ein hoher Wert, da dies eine geringe Anzahl von falschnegativen Ergebnissen signalisiert.
- 2. Spezifität: beschreibt die Konfidenz, dass die Software keine nichtvorhandenen Läsionen oder Ohiekte anzeigt. Auch hier ist ein hoher Wert wünschenswert und deutet auf eine geringe Anzahl von Fehlmeldun-

SCHLUSSFOLGERUNG

KI ist spannend und entwickelt sich im Bereich Zahnmedizin rasant. Sie wird zunehmend klinisch eingesetzt, um die Patientenversorgung zu verbessern und Zahnärzten bei der Optimierung und dem Ausbau ihrer Praxen zu helfen.

Startup "DentalTwin"

KI-Revolution für die Zahnersatz-Produktion

Ein innovatives Startup-Team, bestehend aus der Zahnärztin Dr. Kim Kubiack und drei weiteren erfahrenen Experten aus den Bereichen IT-/KI-Entwicklung, Sales, Finanzen hat sich zum Ziel gesetzt, den Dentalsektor mit einem bahnbrechenden Konzept zu revolutionieren: DentalTwin.

Eine zum Patent angemeldete 2D-to-3D-Technologie ermöglicht es erstmals weltweit, 3D-Modelle aus früheren OPGs mit der ursprünglichen Bezahnung des Patienten zu rekonstruieren. Auf einer modernen SaaS-Plattform wird dem Zahntechniker die 3D-STL-Datei zur Verfügung gestellt, um Zahnersatz herzustellen, der einer exakten Kopie der ursprünglichen, eigenen Zähne des Patienten entspricht. Dieser innovative Prozess spart mindestens 60 % an Personal- und Materialeinsatz in Labor und Praxis und reduziert die CO₂-Emissionen um mindestens 70 % durch stark reduzierte Transportwege. Die bereitgestellte STL-Datei kann in alle gängigen CAD/CAM-Software-Lösungen für 1:1-Kopie-Verfahren importiert werden und bietet somit höchste Flexibilität.

Einsatzmöglichkeiten in verschiedenen Bereichen

Doch das ist noch nicht alles. Die DentalTwin-Datei kann auch im implantologischen Bereich für das Backward Planning sowie in "Smile-Design"-Lösungen oder für CMD-Therapien hilfreich sein. Das erleichtert den Prozess und ermöglicht einen Zahnersatz nach dem Vorbild der eigenen, natürlichen Zähne. Durch größere Vorhersagbarkeit, Qualität und Akzeptanz des Zahnersatzes durch den Patienten werden Nacharbeiten weitestgehend vermieden. DentalTwin befindet sich derzeit in der mittleren prä-klinischen Entwicklungsphase und wird in Kürze die klinische Anwendung in verschiedenen Software-Lösungen, wie z.B. Dentsply Sirona InLab und Exocad starten. Die Ergebnisse werden die Qualität der KI-basierten Rekonstruktion im Vergleich zum "Original" untersuchen und somit die Mission von DentalTwin unterstützen, den Dentalsektor zu revolutionieren. Geplant ist der Markteintritt in Deutschland zu Beginn des nächsten Jahres, gefolgt von einem zeitnahen internationalen Roll-out.

dentaltwin.de



Die weltweit erste künstliche Intelligenz zur Produktion von Zahnersatz nach dem Vorbild der eigenen, natürlichen Zähne.



EXPERTENTIPP

Die Lagerverwaltung muss zur Praxis passen

Der Wunsch nach einer effizienten Materialwirtschaft ist in Zahnarztpraxen groß. Der administrative Aufwand sollte aber möglichst gering sein. Viele wählen eine digitale Bestandserfassung, wie in einem Warenwirtschaftsprogramm. Manche erstellen zwar digitale Lagerorte, ordnen Produkte den Lagerorten zu – arbeiten ansonsten aber gerne mit einfachen optischen Markierungen in den Regalen, um die Bestände im Blick zu behalten. Egal welche Variante, eine gute Organisation der Materialwirtschaft entscheidet über einen reibungslosen Ablauf bei der Patientenbehandlung. Das richtige Material soll in ausreichender Menge zum richtigen Zeitpunkt zur Verfügung stehen. Zusätzlich müssen interne Abläufe gut durchdacht und vom Team konsequent eingehalten werden.

Von einfach bis detailliert – Ihr Lager, Ihre Bedürfnisse, Ihre Wahl

Egal wie die individuellen Anforderungen an ein Lager aussehen, die Preisvergleichs- und Bestellplattform AERA-Online bietet die für Sie passende Lösung. Die neue Lagerverwaltung mit dem AERA-Online Lager finden Sie genau dort, wo Sie auch Ihre Materialbestellungen machen: auf aera-online.de. Sie wurde direkt im Bereich "Mein AERA" integriert und steht jedem Benutzer kostenfrei, ohne Zusatzsoftware zur Verfügung.

Entscheiden Sie sich für die Bestandserfassung im AERA-Online Lager, können Sie Ihre Materialbestände und -bewegungen digital erfassen, nachvollziehen und tagesaktuell kontrollieren. Dazu reicht der Barcodescanner Ihres Apple- oder Android-Tablets oder -Smartphones in Verbindung mit der AERA-Online App. In der Artikelkonfiguration werden für eine einfache Nachbestellung Mindest- und Meldebestände hinterlegt. So erinnert das AERA-Online Lager automatisch, wann es Zeit ist, nachzubestellen. Schön, wenn Sie dann nur noch auf Nachbestellen klicken müssen, und alle benötigten Artikel landen auf dem Merkzettel, dem Herzstück des einfachen Bestellworkflows.

Nachbestellhilfen im Praxislager

Für alle, die den Aufwand möglichst geringhalten möchten, ohne jede Lagerbewegung digital zu erfassen, bietet AERA-Online praktische Nachbestellhilfen. Dabei handelt es sich um Etiketten und Lagerkarten, die online konfiguriert, ausgedruckt und im Lager angebracht werden. Wenn Sie z. B. festgelegt haben, dass immer mindestens fünf Packungen Latexhandschuhe vorrätig sein sollen, stecken Sie die Lagerkarte mit dem Etikett einfach vor die fünfte Einheit. So erkennt jeder Mitarbeiter anhand des Etiketts, wann und wieviel nachbestellt werden muss. Dann heißt es: Den Etiketten-Barcode mit der AERA-Online App scannen, das Produkt auf den Merkzettel setzen und über die Plattform nachbestellen.

Künstliche Intelligenz

Welche Neuheiten wurden in Köln vorgestellt?

Viele Neuprodukte wurden auf der IDS in Köln vorgestellt. Wir haben ein paar Innovationen rausgepickt, die passend zu unserer Titelgeschichte mithilfe Künstlicher Intelligenz eine Hilfestellung für die Zahnarztpraxis bieten können.

KI-basierte und smarte 3D-Lösungen

Mit dem RAPID DIGITALGUIDE adressierte SICAT gleich zwei Trendthemen: Künstliche Intelligenz und 3D-Druck. Auf der Basis von KI wird ein STL-Bohrschablonendesign in weniger als 20 Minuten generiert und zum Download bereitgestellt. Das Design kann anschließend unmittelbar über einen 3D-Drucker in der Praxis gedruckt und die geführte Implantologie zeitnah umgesetzt werden. Was bereits für die Implantologie sehr positive Resonanz auf dem Markt erzielte, wird künftig auch für die Endodontie



möglich sein. Als Produktneuheit kündigte SICAT die Einführung eines KIbasierten und druckfertigen STL-Bohrschablonendesigns für Guided Endo an. Verfügbar in weniger als 20 Minuten – alle Kanäle inklusive und ganz ohne manuellen Designaufwand.

www.sicat.de

Digitale Bildgebung mit smarter Software

Um eine optimale Bildqualität zu gewährleisten, sind alle Carestream Dental-Produkte mit den smartesten Softwarelösungen ausgestattet. Ein Beispiel ist AI Insights, das zahnmedizinischem Fachpersonal auf Basis Künstlicher Intelligenz ein leistungsfähiges Tool liefert, mit dem sich unvollständige Röntgenbild-Ergebnisse



zuverlässiger und genauer interpretieren lassen. Dieses Tool ist auch für Deutschland geplant. Doch auch andere Innovationen von Carestream nutzen KI, um Behandelnde noch besser bei ihrer Arbeit zu unterstützen: So der preisgekrönte CS 9600, der über eine KI-gestützte Patienten-Positionierung verfügt oder der neue virtuelle Assistent Cassidy, der KI verwendet, damit Kunden immer die passende Antwort auf ihre Fragen erhalten.

www.carestreamdental.de

Einführung von Smilecloud in Europa

Die Straumann Group lancierte eine Reihe von neuen Lösungen für den gesamten Behandlungsablauf. Im Anschluss an die kürzlich geschlossene Partnerschaft mit Smilecloud wurde eine von Zahnärzten für Zahnärzte entwickelte Design- und Kollaborations-Plattform rund um das Thema Lächeln vorgestellt. Smilecloud bietet die Möglichkeit, virtuelle Simulationen für ein Wunsch-Lächeln zu kreieren. Diese Simulationen werden mittels einer biometrischen 3D-Bibliothek unter Einsatz von KI-Technologie entworfen und tragen so zu einem bestmöglichen

Behandlungsergebnis bei. Smilecloud ermöglicht die Zusammenarbeit zwischen Zahnärzten und erlaubt es, die Kommunikation mit Patienten zu verbessern.

www.straumann.com



Personalisierte Reinigung ohne Kompromisse

In enger Zusammenarbeit mit ZahnärztInnen wird bei Philips der Ansatz verfolgt, Menschen dabei zu helfen, ihre Mundhygiene zu Hause zwischen den Zahnarztbesuchen zu verbessern. Die Philips Sonicare DiamondClean Prestige 9900 verfügt über einen A3 Premium All-in-One Bürstenkopf mit abgewinkelten Borsten, der im Vergleich zu einer Handzahnbürste bis zu 20 x mehr Plaque entfernt.* "Durch personalisierte Technologie können wir Menschen dabei helfen, zu Hause gesündere Zahnputzgewohnheiten anzunehmen. Die Sonicare DiamondClean Prestige 9900 lässt sich mit einer KI-gesteuerten Smartphone-App verbinden, die in

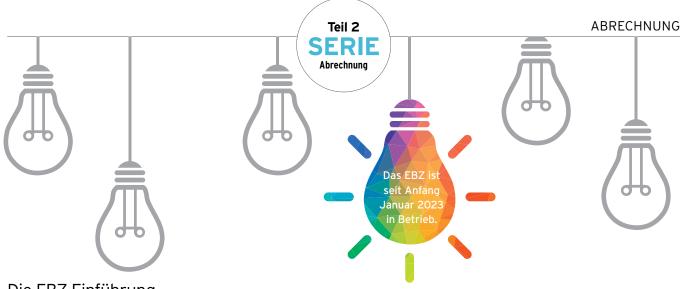
Echtzeit Anleitungen und personalisierte Empfehlungen gibt, um die Putzgewohnheiten der NutzerInnen zu verbessern", so Marlies Gebetsberger, Business Leader, Personal Health Western Europe bei Philips.

 In Bezug auf die Plaqueentfernung mit einer DiamondClean und dem A3 Bürstenkopf; im Vergleich zur Handzahnbürste.

www.sonicare.de



oto: Philips



Die EBZ-Einführung

Wie war das erste Quartal in den Praxen?

Seit dem 1. Januar 2023 ist das elektronischen Beantragungs- und Genehmigungsverfahren für Zahnärzte (EBZ), welches u.a. die auf Papier ausgedruckten Heil- und Kostenpläne (HKP) in ein elektronisches Verfahren abgelöst hat, in Betrieb. Nach anfänglichen Schwierigkeiten durch die Implementierungen in die Praxisverwaltungsprogramme (PVS) ist es inzwischen ein gut laufendes und für die Praxen arbeitserleichterndes Mittel.

war haben mit dem 01.01.2023 auch Zwar haben inn dem one Zaltgediente Programme ihren Betrieb eingestellt, bzw. die Hersteller neue Produkte auf den Markt gebracht, was für so manchen Behandler mit Mehrzeit und Kosten verbunden war, dennoch ist die allgemeine Resonanz auch bei dieser Personengruppe durchweg positiv.

Zwang zur Digitalisierung

Praxen sind mit diesem Schritt indirekt zur Digitalisierung gezwungen worden, zumindest in einem geringen Maße.

Einige Programme wurden erst auf dem letzten Drücker EBZ-fähig und Praxen wurden bis weit in das 1. Quartal sogar erst noch auf KIM umgestellt. Es gibt tatsächlich noch Praxen, die nicht digital übermitteln; geschuldet einer viel zu späten Beantragung und Überlastung der installierenden Partner.

Was zuvor durch lange Genehmigungszeiten die Behandlungen zeitlich nach hinten geschoben hat, wird heute durch ein direktes Versenden der Heilund Kostenpläne oder Kieferbruchpläne an die Krankenkassen innerhalb von fünf Minuten bis zu wenigen Stunden erledigt. Lediglich andersartige Versorgungen, Planungen die Rücksprachen erfordern und Fehler aufgrund Unvollständigkeiten, die in Kostenplänen enthalten sind, brauchen wesentlich länger.



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.

Für die Patienten entfällt unter anderem auch der Weg zur Krankenkasse. Der Bonus sollte vorher bekannt sein und gleich richtig auf dem Heil- und Kostenplan angegeben werden. Der erhebliche Zeitaufwand entstand im Prozessablauf. Die Praxen hatten einen Verwaltungsaufwand von der Erstellung über den Versand bis zum Erhalt der Pläne.

Hinzu kam, dass Patienten Fragen stellten, ob der Kostenplan schon eingereicht oder von der Krankenkasse genehmigt zurückgekommen ist, sofern dieser nicht direkt an den Patienten gesandt wurde.

Es gibt auch Nachteile

Leider ist es bei einer Therapieplanänderung oder FZ-Änderungen im Nachhinein nicht mehr möglich, mal schnell bei der Krankenkasse eine Kulanzentscheidung per Telefon zu erhalten. Abgelehnte oder veränderte Pläne müssen komplett neu erstellt und eingereicht werden.

Praxen, die noch nicht EBZ-fähig sind, müssen ihre Kostenpläne wie zuvor bei den Krankenkassen mit dem Vermerkt: "PVS noch nicht EBZ-fähig" in Papierform einreichen. Allerding ziehen hier einige Krankenkassen und leider auch KZVen in bestimmten Bundesländern nicht mit und die Heil- und Kostenpläne bleiben unbeantragt in den Praxen liegen. Es wird für die Verwaltung ein hoher Aufwand werden, dies nach digitaler Einrichtung aufzuar-

Manche Programme bieten einem die Möglichkeit auch noch die vor der EBZ-Einführung erstellten Pläne als e-HKP zu erstellen und zu signieren. Bei vielen anderen Programmen müssen die alten Planungen umständlich als e-HKP neu erstellt werden, was leider für alle Beteiligten in der Verwaltung und Abrechnung zeitaufwendig ist.

Fazit

anoch haben wir von PASiDENT die ihrung gemacht und auch die Rückdungen von Partnern und externen legInnen bekommen, dass der Grunder im ersten Quartal positiv ist.

Bianka Herzog-Hock www.pasident.de | info@pasident.de Dennoch haben wir von PASiDENT die Erfahrung gemacht und auch die Rückmeldungen von Partnern und externen KollegInnen bekommen, dass der Grundtenor im ersten Quartal positiv ist.



Wenn Anleger überlegen, ob sie beginnen sollten, am Aktienmarkt zu investieren, dann stellen sie sich meistens folgende Frage: Ist "jetzt" der richtige Zeitpunkt für einen Einstieg? Die Antwort, die sie sich selbst in der Regel geben, lautet: Nein.

Hinter diesem Nein steht, je nach Marktphase, eine von zwei Ängsten, die sich im Laufe der Jahre fast ständig und sehr zuverlässig abwechseln. Eine innere Stimme warnt dann überzeugend davor, zu handeln.

Die Angst, zu früh einzusteigen

Die innere Stimme warnt: "Wir befinden uns ganz sicher in einer starken Abwärtsphase. Der endgültige Crash ist nur eine Frage der Zeit. Jetzt ist der falsche Zeitpunkt, Aktien zu kaufen. Warte, bis erkennbar ist, dass der Trend wieder spürbar aufwärts dreht. Im Moment fehlen dafür noch überzeugende Belege."

Die Angst, zu spät einzusteigen

Die innere Stimme warnt: "Die Aktienmärkte sind nach all dem, was ich höre, sehr teuer. Das kann nicht richtig sein. Si-

cherlich kommt es bald zu einem Crash. Das ist viel zu heiß. Warte lieber, bis die Märkte wieder billiger sind, und steige erst dann ein."

Hinter diesen beiden Ängsten verbirgt sich ein mangelndes Verständnis dafür, wie Märkte historisch funktionieren, ein mangelhaftes Verständnis von Risiko und der



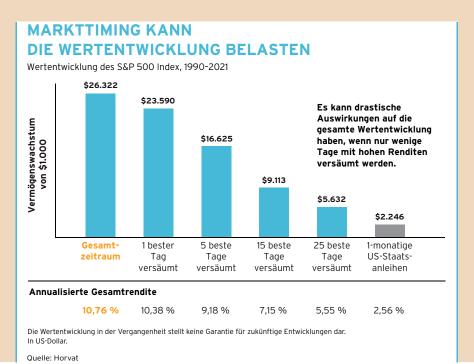
Davor HorvatFoto: Privat

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. mit beiden Wissensdefiziten zusammenhängende Irrtum von Market Timing. Market Timing bedeutet nichts anderes als der Versuch, den besten Zeitpunkt für den Kauf und Verkauf von Wertpapieren zu finden.

Das Problem

Es gibt eine ganze Reihe von Theorien darüber, wie dieser Zeitpunkt zu finden sei. Dafür werden verschiedene historische Erfahrungen herangezogen und Indexberechnungen durchgeführt. Aus wissenschaftlicher Sicht gibt es jedoch keinen überzeugenden Beweis dafür, dass der Versuch, irgendeine der vielen Market-Timing-Techniken anzuwenden, tatsächlich auf Dauer funktioniert.

Im Gegenteil liegen sehr viele überzeugende Erkenntnisse darüber vor, dass Market Timing Schaden verursachen kann. Das zeigt etwa das Beispiel in der



oberen Graphik im Zusammenhang mit der Entwicklung des amerikanischen Index S&P 500, der die Wertentwicklung der 500 größten US-amerikanischen Unternehmen wiedergibt.

Der Index hat in den Jahren 1990 bis 2021 durchschnittlich 10,76 Prozent jährlich an Wert zugelegt. Wenn Sie in dieser Zeitspanne nur die 25 besten Tage am Aktienmarkt verpasst hätten, dann wäre Ihre durchschnittliche Jahresrendite auf gerade einmal die Hälfte gesunken. Und dass nur, weil Sie vielleicht versucht haben, den richtigen Zeitpunkt zu finden, ein- und wieder auszusteigen. Die Erfahrung zeigt, dass es in der Regel bei Anlegern, die Market Timing betreiben, nicht bei nur 25 Tagen bleibt, die sie verpassen.

Das ist einer der Hauptgründe dafür, dass die wenigsten Investoren die mögliche Rendite erreichen, die ihnen der Aktienmarkt bietet. Die Lehre, die wir daraus ziehen, heißt: Market Timing funktioniert nicht, auch wenn Fondsmanager und Vermögensverwalter suggerieren, sie seien dazu in der Lage. Schlimmer noch:

Market Timing kostet nicht nur das Geld der Anleger, sondern belastet diese zudem auch noch emotional.

Wenn also Market Timing nicht funktioniert, ist jeder Zeitpunkt so gut wie der nächste. Ob der Zeitpunkt gut oder schlecht war, zeigt sich erst im Nachhinein. Hierfür spricht, dass die Kapitalmärkte nicht zu prognostizieren sind und Bewegungen sehr konzentriert auftreten.

Portfolio-Risiko konstruieren

Somit bleibt als Handlungsempfehlung nur, das Vermögen entsprechend der persönlichen Risikoneigung zu investieren. Also ein Portfolio-Risiko zu konstruieren, welches Anleger auch in schwierigen Marktphasen noch ruhig schlafen lässt.

Mit anderen Worten, das richtige Portfolio ist entscheidend und bestimmt über den Anlageerfolg und nicht der richtige Einstiegszeitpunkt. Anleger sollten sich von dem Gedanken lösen, etwas kontrollieren zu wollen, was sie nicht kontrollieren können. Sie sollten stattdessen ihre Energie lieber in die Zusammenstellung eines optimalen Portfolios stecken. Denn das können sie beeinflussen.

Diejenigen, die mit der vorgeschlagenen Einstiegsstrategie gar nicht zurechtkommen, können den Betrag, denn sie anlegen möchten, auf mehrere Zeitpunkte verteilen. Eine solche zeitliche Diversifikation, über mehrere Monate oder Jahre verteilt, hat das Ziel, Spitzen zu nivellieren, um einen attraktiven mittleren Kurs zu erhalten.

Diese Strategie bedeutet aber nicht nur, die Risiken fallender Kurse zu kompensieren, sondern kann ebenso bedeuten, bei steigenden Kursen teurer einzukaufen. Zudem wird der Betrag, der noch nicht investiert worden ist, niedrig verzinst auf dem Konto liegen. Meist entstehen zudem auch noch zusätzliche Anlagekosten. Ob diese Strategie erfolgreicher ist, ist am Ende wiederum eine Frage des Zufalls. Und Zufall ist sicherlich keine erfolgreiche Strategie.

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

Unternehmensmanagement

Mit diesen Kennzahlen bringen Sie Ihre Zahnarztpraxis auf Erfolgskurs

Führungskräfte, Controller und Geschäftsentwickler schwören auf den Einsatz von Kennzahlen im Unternehmensmanagement. Sie schaffen betriebswirtschaftliche Transparenz, ermöglichen den Vergleich mit "Best Practices" der Mitbewerber und helfen bei der Entscheidungsfindung. Wie auch Zahnärztinnen und Zahnärzte Kennzahlen in ihrer Praxis etablieren und für sich nutzen können, erklärt uns Michael Otto, Berater und Partner der Praxisberatung Kock + Voeste GmbH.

Warum sollten sich Inhaberinnen und Inhaber von Zahnarztpraxen mit betriebswirtschaftlichen Kennzahlen beschäftigen?

Michael Otto: Auch wenn es primär um die Patientenversorgung geht und um die Erbringung von medizinischen Leistungen, sollte man nicht vergessen, dass eine Zahnarztpraxis auch ein Unternehmen ist, welches sich im wirtschaftlichen Umfeld befindet. Das bedeutet: Personal stellt Anspruch auf Gehalt. Materialien, Räumlichkeiten und Technik müssen bezahlt werden. Und als Inhaberin bzw. Inhaber hat man auch seinen Lebensunterhalt zu bestreiten. Des Weiteren verändern sich Marktbedingungen permanent. Besonders in der aktuellen Zeit steigen die Kosten enorm, sodass ein Ignorieren dieser Umstände zu Liquiditätsschwierigkeiten führen kann. Somit ist eine Auseinandersetzung mit den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen aus meiner Sicht unabdingbar. Praxiskennzahlen helfen InhaberInnen dabei, betriebswirtschaftliche Transparenz zu schaffen und risikobehaftete Entwicklungen frühzeitig zu erkennen. Wenn bestimmte Kennzahlen regelmäßig erhoben und ausgewertet werden, hat man einen Kompass für die Praxisentwicklung an der Hand, mit dessen Hilfe Maßnahmen zur Existenzsicherung oder zum Heben von Praxispotenzialen abgeleitet werden können.



Michael OttoFoto: Kock + Voeste GmbH

Berater und Partner der Praxisberatung Kock + Voeste GmbH. Als Bankbetriebswirt und zertifizierter Finanzberater Gesundheitswesen verfügt er über die nötige Qualifikation für die Beratung von Zahnärzten und Z-MVZs.

Welche Kennzahlen sind für Inhaberinnen und Inhaber einer Zahnarztpraxis am wichtigsten?

Michael Otto: Bei der Erhebung von betriebswirtschaftlichen Kennzahlen können verschiedene Perspektiven auf das Unternehmen "Zahnarztpraxis" eingenommen werden: Die Helikopterperspektive, die Praxisperspektive oder die Detailperspektive (Seite 20, Anm. der Red.). Je nach Perspektive können Stärken und Schwächen analysiert und verschiedene Kennzahlen und Potentiale abgelesen werden.

Was können Zahnärztinnen und Zahnärzte aus einzelnen Kennzahlen ableiten?

Michael Otto: Nehmen wir zum Beispiel das Verhältnis Patient zu ZFA: Wird der Ruf nach mehr Personal laut, lässt sich an



Vergleichswerten ablesen, ob in der Praxis ausreichend Kapazitäten für eine gute Behandlung vorliegen. Werden tatsächlich weitere Assistenzen benötigt oder liegt es eher an der Organisation? Diese Kennzahl kann bei der Entscheidungsfindung hilfreich sein.

Wie sieht es mit der Zuzahlungsquote aus?

Michael Otto: Die Kosten einer Zahnarztpraxis werden durch Kasseneinnahmen allein nicht mehr gedeckt. Selbst- und Zuzahlerleistungen sind deshalb elementare Faktoren, die eine Praxis erst rentabel werden lassen. In unseren Analysen sehen wir immer häufiger, dass sich Praxen im Umsatz positiv entwickeln, jedoch in Konstellationen mit mehreren angestellten Zahnärztinnen und Zahnärzten zum Teil Fallwertschwankungen von bis zu 100 Euro pro Patient zwischen den einzelnen Behandlerinnen und Behandlern bestehen. Um tatsächlich Skalierbarkeit zu schaffen, ist es aus unserer Sicht hilfreich, an einer Leistungshomogenität zu arbeiten. Alle Zahnärztinnen und Zahnärzte mit demselben Behandlungsspektrum sollten sich

auf ein möglichst einheitlich hohes Niveau in der Zuzahlungsquote entwickeln. Wirkungsvoll zeigen sich hierbei unsere Coachings zum Thema "Patientenkommunikation."

Gibt es weitere Beispiele?

Michael Otto: Interessant sind auch die HKP-Quoten bzw. HKP-Abschlussquoten: Nicht selten erleben wir in unserer Beratung, dass für Patienten in einem Versorgungsfall zwei bis vier Kostenvoranschläge oder sogar HKPs erstellt werden. Als Begründung wird häufig genannt, dass man dem Patienten verschiedene Optionen aufzeigen und gut aufklären möchte. Dies kann aus unserer Sicht auch erreicht werden, ohne die Kapazitäten der ZMV derart zu beanspruchen. Denn final kann nur ein HKP umgesetzt werden und je nach Vorgang wird bis zu einer Stunde Arbeitszeit bei der Mitarbeiterin für einen HKP gebunden. Dies sorgt für schnelle Auslastung ohne entsprechenden Umsatz.

Welche Orientierungswerte gibt es für die Auswertung und Einordnung der Praxiskennzahlen?

Michael Otto: Es gibt die klassischen Fachgruppenvergleiche, die man von der Steuerberatung oder der Kassenzahnärztlichen Vereinigung bekommt. Diese können schon mal eine gute Orientierung bieten. Man sollte jedoch immer selbst reflektieren, inwiefern die eigene Praxisstruktur auch diesen Fachgruppenbeispielen entspricht. Für eine wirklich präzise Vergleichbarkeit haben wir bei Kock + Voeste über viele Jahre hinweg einen eigenen Datenpool aufgebaut. Von der Einzelpraxis bis zum Z-MVZ mit mehreren Standorten haben wir darin verschiedene Vergleichszahlen unterschiedlicher Praxisgrößen und Praxisstrukturen dokumentiert. Diese Zahlen findet man sonst leider nirgendwo. Erst auf Grundlage einer solch detaillierten Datenbasis ist es möglich, konkrete Aussagen über die Leistungsstärke und Entwicklungspotenziale zu treffen. Abhängig von Behandlungseinheiten, Räumlichkeiten, Personalstruktur etc. vergleichen wir die Kennzahlen unserer Mandantinnen und Mandanten mit den Benchmarks der umsatz- bzw. gewinnstärksten Praxen ähnlicher Größe und Struktur (Tabelle Seite 20).

Wie regelmäßig sollten Praxiskennzahlen überprüft werden?

Michael Otto: Die Kennzahlen der Helikopterperspektive monatlich. Mit einem Blick auf die BWA, Umsatz, Kosten und Gewinn behält man einen guten Überblick. In der Praxisperspektive kann der Abruf des Wochenhonorars hilfreich sein, um den Status quo im Bereich der Leistungserbringung im Blick zu behalten. Die detaillierteren Kennzahlen empfehlen wir quartalsweise zu prüfen, um ausreichend Transparenz zu erhalten und auch Gegenmaßnahmen ergreifen zu können.

Woher bekommt man diese Kennzahlen?

Michael Otto: Einige Informationen erhalten Praxisinhaberinnen und -inhaber von ihrem Steuerberater in der BWA – Umsatz, Kosten und Gewinn. Die Leistungsstatistiken der Behandlerinnen und Behandler, z. B. die Honorarzusammensetzung, stellen die verschiedenen Praxissoftwareanbieter zur Verfügung. Detaillierte und individualisierte Kennzahlen erstellen wir für unsere Mandantinnen und Mandanten – das ist Manufakturarbeit.

Die verschiedenen Perspektiven auf das Unternehmen "Zahnarztpraxis"

Die Helikopterperspektive

Für einen schnellen Blick zur Gewinnung von Transparenz und Sicherheit ist man mit der Betrachtung von Umsatz, Kosten und Gewinn auf dem richtigen Weg.



Die Praxisperspektive

Möchte man Stärken und Schwächen einer Praxis analysieren und gegebenenfalls Vergleiche zu anderen Praxen anstellen, sogenanntes Benchmarking betreiben, ist eine genauere Betrachtung der Praxisleistung

Folgende Kennzahlen sollten dazu regelmäßig dokumentiert werden:

- Fallzahlen im Quartal
- Kassenhonorar je Patient
- Privathonorar je Patient
- Zuzahlungsquote
- Laborquote
- bei angestellten Zahnärztinnen/ Zahnärzten: Umsatz je Behandlerin/ Behandler.

Die Detailperspektive

Damit Umsatzpotenziale gehoben werden können, müssen Stellschrauben zur Leistungssteigerung identifiziert werden. Das gelingt, indem eine Detailperspektive eingenommen wird und die erhobenen Kennzahlen mit "Best-Practice-Zahnarztpraxen" verglichen werden.

Wo Skalierungspotenziale schlummern, kann beispielsweise an folgenden Kennzahlen abgelesen werden:

- Umsatz je Stunde
- Umsatz je Behandlungseinheit
- Verhältnis Patienten/ZFA
- PZR-Auslastung
- HKP-Abschlussquoten
- bei angestellten Zahnärztinnen/ Zahnärzten: Umsatzzusammensetzung der Behandlerin/Behandler
- Neupatientenquote

Wie werden die richtigen Maßnahmen daraus abgeleitet?

Michael Otto: Wie aus Kennzahlen passende Maßnahmen abgeleitet werden, würde ich gern an einem Beispiel erklären: Häufig haben wir Praxisinhaberinnen und -inhaber in unserer Beratung, die von ihrem Steuerberater darauf hingewiesen werden, dass ihre Personalkosten zu hoch sind. Diese liegen dann meist über 28 % vom Umsatz. Daraus ergeben sich verschiedene Fragestellungen, die erste Frage ist oft: Wen soll ich kündigen? Auf wen kann ich eigentlich verzichten? Die Frage, die wir uns jedoch zunächst stellen: Auf welcher Basis sind die Personalkosten zu hoch? Sind sie real zu hoch? Oder sind die Umsätze vielleicht zu niedrig? Wie ist eigentlich die Auslastung des Personals? Wie ist die Vergütungsstruktur in der Praxis geregelt? Häufig stellen wir fest, dass die Aussage, die Personalkosten seien zu hoch, faktisch richtig ist, die Maßnahme Reduzierung der Personalkosten – jedoch nicht immer der logische Schritt ist. Nicht selten führt das Ausdünnen der Personaldecke zu verringerten Kapazitäten, sodass sich auch der Umsatz rückläufig entwickeln kann. Dann haben wir im Folgejahr die gleiche Problematik...

Was raten Sie dann?

Michael Otto: Bei der Analyse einzelner Kennzahlen ist es notwendig, immer mehrere Praxisaspekte in die Bewertung einfließen zu lassen. Wichtig ist, das Unternehmen als Ganzes zu betrachten, und nicht auf Grundlage einer abweichenden Kennzahl in blinden Aktionismus zu verfallen. Denn gegebenenfalls stimmen die Preise einfach nicht, oder es wird nicht gut und richtig abgerechnet. Vielleicht fehlen aber auch Patienten. Dann schließt sich die Frage an: Welche Marketingmaßnahmen werden eigentlich für Neupatienten bemüht? Und da werden erfahrungsgemäß in vielen Praxen längst nicht alle Potentiale ausgeschöpft.

Wozu raten Sie unseren Leserinnen und Lesern abschließend?

Michael Otto: Kennzahlen bieten insgesamt eine gute Orientierung, müssen aber immer im Kontext betrachtet werden. Wer seine Kennzahlen regelmäßig überprüft, kann Fehlentwicklungen vorbeugen und zeitnah Gegenmaßnahmen einleiten. Mit einem kontinuierlichen Controlling behalten Zahnärztinnen und Zahnärzte ihre Praxisentwicklung im Blick. So lassen sich Liquiditätsengpässe vermeiden und Potenziale zur Umsatzsteigerung identifizieren.

Michael Otto www.kockundvoeste.de info@kockundvoeste.de

Fur eine Mehrbehandierpraxis konnen folgende Orientierungswerte herangezogen werden (Quelle: Kock + Voeste)						
Kennzahl	Sehr gut	Gut	Überprüfen	Kritisch		
Umsatzrendite	35 %	30 %	< 30 %	20 %		
Umsatz je Arbeitsstunde	> 450 Euro	390 Euro	< 300 Euro	< 250 Euro		
Neupatientenquote	> 30 %	30 %	15 %	< 15 %		
Laborkostenquote	< 15 %	18 %	> 20%	> 25 %		
Zuzahlungsquote	> 40 %	> 30 %	< 30 %	< 25 %		
Rendite PZR-Abteilung	> 70 %	> 60 %	< 60 %	< 50 %		





DTX Studio[™] Clinic von Menschen betrieben durch Al unterstützt

Effizienzsteigerung und intuitiver Einsatz Ihrer digitalen Diagnostik und Ihres Workflows, unterstützt durch Assistierende Intelligenz (AI).

DEXIS™ Imaging eröffnet unbegrenzte Möglichkeiten durch DTX Studio Clinic, der nächsten Generation der DEXIS Software.

In Kombination mit dem marktführenden DEXIS Röntgenportfolio offeriert die Al-basierte, preisgekrönte DTX Studio Clinic Software eine Vielzahl von intelligenten, vollständig integrierten Funktionalitäten um Ihren klinischen Alltag und Ihre Workflows effizienter und einfacher zu gestalten, sowohl für Ihre 2D-, 3D- und klinische Bildgebung.



DTX Studio Clinic ermöglicht Al-gestützte(s):

- Zahnerkennung und -nummerierung sowie Orientierung und Sortierung von intraoralen 2D Röntgenbildern
- Erkennung und Markierung von möglichen Anomalien auf intraoralen 2D Röntgenbildern
- Fusionierung von DVT-Bildern mit digitalen
 Abdrücken von intraoralen Scannern
- Einzeichnen des Nervus Mandibularis auf DVT Volumina
- Gruppieren von klinischen Fotos mit den korrespondierenden intraoralen 2D Röntgenbildern

Entdecken Sie die innovative, digitale Welt von DEXIS!



Der Mindestlohn

Ihre Verantwortung für eigene und externe **Arbeitnehmer**

Die erneute Anhebung des Mindestlohns auf 12 Euro im Oktober 2022 hat auch Konsequenzen für zahnärztliche Arbeit- und Auftraggeber. Nicht nur sollten die bestehenden Minijob-Verträge einer Prüfung unterzogen werden. Es lohnt auch ein Blick auf die Vereinbarung mit dem externen Dentallabor.

Teil 2 SERIE Recht

Grenze für geringfügige Beschäftigung

Der gesetzliche Mindestlohn ist für alle Arbeitnehmer maßgeblich, insbesondere auch für Minijobber. In der zahnärztlichen Praxis sind dies häufig Reinigungskräfte, die Hilfe in der Buchhaltung, studentische Aushilfen oder Botenfahrten ins Labor, da sich bei diesen Mitarbeitern die Erhöhung des Mindestlohns niederschlagen kann. Mit dem Anspruch auf den höheren Stundenlohn von 12 Euro wurde auch die Geringfügigkeitsgrenze auf 520 Euro angehoben, sodass eine Arbeitszeit von bis zu 43,3 Stunden im Monat, also rund 10 Wochenstunden möglich bleibt. Bestehende Arbeitsverträge sollten - falls noch nicht geschehen - schnellstens auf das neue Niveau angepasst werden, um nicht versehentlich die Grenze der Geringfügigkeit mit teils erheblichen Folgekosten zu überschreiten.

Gerade im Bereich der Minijobber fehlt es häufig an einem schriftlichen Arbeitsvertrag. Dieser sollte besser schnell nachgereicht werden. Der Arbeitgeber ist gemäß §2 des Nachweisgesetzes (NachwG) verpflichtet, spätestens ein Monat nach dem vereinbarten Beginn des Arbeitsverhältnisses, die wesentlichen Vertragsbedingungen schriftlich niederzulegen, die Niederschrift zu unterzeichnen und dem Arbeitnehmer auszuhändigen. Falls das Arbeitsverhältnis lediglich in mündlicher Form geschlossen worden ist, wird nach dem NachwG zugunsten des Arbeitnehmers eine wöchentliche Arbeitszeit von 20 Stunden fingiert – mit den entsprechenden Mindestlohnansprüchen des Arbeitnehmers. Plötzlich wird dann ein Monatslohn von 960 Euro geschuldet, obwohl der Arbeitgeber ursprünglich eine geringfügige Beschäftigung vereinbaren wollte.



Nadine Ettling Foto: Lyck+Pätzold healthcare.recht

Nadine Ettling 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.

Haftung für beauftragte Dentallabore

Arbeitgeber haften allerdings nicht nur für die Einhaltung des Mindestlohns bei eigenen Arbeitnehmern, sondern unter Umständen auch für von ihnen beauftragte Unternehmen. Im zahnärztlichen Alltag kann dies vor allem die Mitarbeiter von gewerblich tätigen Dentallaboren betreffen.

§13 des Mindestlohngesetzes (MiLoG) und §14 des Arbeitnehmer-Entsendegesetzes regeln, dass ein Unternehmer, der einen anderen Unternehmer mit der Erbringung von Werk- oder Dienstleistungen beauftragt, für die Verpflichtungen dieses Unternehmers zur Zahlung des Mindestentgelts an dessen Arbeitnehmer haftet.

Prüfen Sie jetzt zeitnah Ihre

Intention dieser Regelung ist, dass sich ein Unternehmer nicht seinen eigenen Verpflichtungen aus dem MiLoG entziehen können soll, indem er andere Unternehmen mit der Werk- oder Dienstleistung beauftragt.

Hieraus resultiert, dass die Vorschriften lediglich dann Geltung entfalten sollen, wenn sich der Unternehmer zur Erfüllung eigener Pflichten, die er gegenüber Dritten hat, an Nachunternehmen wendet. Soweit Werk- oder Dienstleistungen vorliegen, die dem Eigenbedarf des Unternehmers dienen, ist dies nicht der Fall.

Für Zahnärztinnen und Zahnärzte bedeutet dies, dass diese nicht für die Einhaltung des Mindestlohns bei der beauftragten Reinigungsfirma haften, wohl aber für die Vergütungsregelungen beim externen Dentallabor, da bei der Beauftragung eines gewerblichen Labors in der Regel werkvertragliche Pflichten bestehen, die die Zahnärztin bzw. der Zahnarzt gegenüber den Patienten übernommen haben.

Fazit

Zahnärztliche Arbeitgeber sollten im Hinblick auf die Erhöhung des Mindestlohns zeitnah ihre bestehenden Arbeitsverträge prüfen. Im Hinblick auf das ebenfalls im vergangenen Jahr neu gefasste Nachweisgesetz kann dies gut zum Anlass genommen werden, eine fachkundige Überarbeitung der verwendeten Vertragsmuster vornehmen zu lassen und langfristig bestehende Risiken zu minimieren. Auch schadet ein Blick auf die Geschäftsbeziehung zum jeweiligen Dentallabor und dem vereinbarten Haftungsausschluss nicht.

> Nadine Ettling www.medizinanwaelte.de ettling@medizinanwaelte.de &

Listerine Prophylaxe-Tipp Nr. 2

Nachhaltige Praxiswirtschaft in Zeiten der Inflation

Derzeitige Problemfelder, wie die Inflation, der Energie- und Rohstoffmangel und neue gesundheitspolitische Regulierungen könnten die Klimakrise in den Hintergrund rücken. Dabei kann der notwendige, nachhaltige Wandel durchaus wirtschaftliches Potenzial entfalten. Oft bringen hier schon kleinere Veränderungen spürbare Vorteile.



Die aktuelle Situation kann als Chance zum Aufbruch genutzt werden, um die zahnmedizinische Versorgung zu modernisieren und zukunftssicherer aufzustellen. So gilt bei umweltbewusstem Handeln, genauso wie bei der Prophylaxe: Vorsorge ist besser als Nachsorge.

Vereinbarkeit von Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit

Vorab hilft es, zu identifizieren an welchen Stellschrauben angesetzt werden kann. So könnte Abfall vermieden werden, wenn bei Materialbestellungen auf Sammelbestellungen und Großpackungen geachtet wird. Der Check, welche Elektrogeräte tatsächlich benötigt werden und welche auch während des Betriebs bei Nichtgebrauch abgeschaltet werden können, spart Energie. Mit einer nachhaltig aufgestellten Praxis stellen Sie die Weichen für den

Erfolg der Praxis - auch in Krisenzeiten. Dadurch können Sie sich wieder mehr auf das übergeordnete Ziel der Zahnarztpraxis konzentrieren.

Die Kosten vernachlässigter **Prophylaxe**

Die oberste Priorität einer nachhaltig und wirtschaftlich gut aufgestellten Zahnarztpraxis bleibt die Förderung und der Erhalt der Mundgesundheit der PatientInnen. Doch auch bei den PatientInnen hat sich eine erhöhte Preissensibilität eingestellt. So beabsichtigen einer aktuellen Umfrage zufolge 41 % der jüngeren Deutschen an der Professionellen Zahnreinigung zu sparen.1 Vertrauen in die Wahl der Prophylaxe-Hilfsmittel ist in Zeiten der Inflation wichtiger denn je. Mit über 150 wissenschaftlichen Studien ist der Marktführer Listerine die meisterforschte tägliche Mundspülung



weltweit.2 Auch Ihr Kollegium ist bereits überzeugt: Listerine® ist die aktuelle Nr. 1 bei den Zahnärzten in Empfehlung und Eigenverwendung.3

Fazit

Die anhaltende Inflation fordert Patient-Innen und Versorger zugleich heraus. Für die Praxis zahlt sich ein Investment in Nachhaltigkeit und Effizienz auf lange Sicht aus. Einsparungen bei Energieverbrauch und Co. sind ein doppelter Gewinn für Finanzen und Umwelt. Die wichtigste Botschaft an Ihre PatientInnen ist, nicht an der Mundhygiene zu sparen, da die Folgekosten weit höher sein können. Das zweimal tägliche Spülen mit Listerine® bietet eine einfach umsetzbare Maßnahme zur Verbesserung der Mundhygiene zusätzlich zur mechanischen Reinigung.

D&W-LITERATUR

- https://www.zwp-online.info/zwpnews/ dental-news/branchenmeldungen/41-prozentder-deutschen-wollen-bei-der-pzr-sparen
- Nielsen Market Tracker, LEH+DM, Listerine. Market Share Value, October 2022
- J&J, Dentist Tracker Results 2022. DocCheck, n=152 Dentists, n=44 Dental Hygienists.



Steuertipp

Steuern sparen

durch den Investitionsabzugsbetrag

Damit kleine und mittlere Unternehmen für Investitionen mehr Liquidität haben, gibt es im Steuerrecht den Investitionsabzugsbetrag (IAB). Dadurch ist es für kleinere und mittlere Unternehmen möglich, Steuern zeitlich bereits vor der Investition zu sparen.

Was ist der Vorteil des Investitionsabzugsbetrages

Steuern können zeitlich bereits vor der durchzuführenden Investition gespart werden.

Wer ist für den IAB anspruchsberechtigt? Einen IAB kann bilden, wer aus einem aktiven Betrieb Ein-

künfte erzielt. Weiterhin sind die betrieblichen Gewinne entweder durch Einnahmenüberschussrechnung oder durch Bilanz zu ermitteln.

Was sind die Größenmerkmale für den Investitionsabzugsbetrag (IAB) und wie hoch ist dieser?

Der Gewinn im Wirtschaftsjahr der Bildung des Investitionsabzugsbetrages ist entscheidend. Der Gewinn darf 200.000 Euro nicht überschreiten. Der IAB sind 50% der voraussichtlichen Anschaffungskosten, auch wenn dadurch ein Verlust entsteht. Soweit der Steuerpflichtige Vorsteuer ziehen kann, sind die Anschaffungskosten ohne Umsatzsteuer maßgebend. Im laufenden und den drei vorangegangenen Wirtschaftsjahren stehen insgesamt maximal 200.000 Euro für Investitionsabzugsbeträge zur Verfügung. Daraus folgt ein maximal förderfähiges Anschaffungsvolumen von 400.000 Euro in diesem Zeitraum. Weiterhin kann gleichzeitig die Sonderabschreibung für bewegliche Wirtschaftsgüter von 20 % genutzt werden. Zusätzlich wird die degressive Abschreibung oder die normale lineare Abschreibung je nach Wahl-

recht angesetzt, wenn die Voraussetzungen erfüllt sind.



Sabine Banse-Funke Foto: Mirja Diederich

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

Welche Besonderheit gibt es bei Personengesellschaften?

Es wird auf den Gewinn der Gesellschaft inklusive des Sonderbetriebsbereiches und der Ergänzungsbilanzen, Ergänzungsrechnungen der Gesellschafter abgestellt.

Beispiel für die Größenmerkmale des Investitionsabzugsbetrages:

Eine Zahnärztin hat einen Gewinn von 230.000 Euro. Damit ist die Grenze 200.000 Euro überschritten. Die Ärztin kann keinen Investitionsabzugsbetrag bilden.

Was ist für den IAB begünstigt?

Es wird die beabsichtigte Anschaffung oder Herstellung von beweglichen abnutzbaren Wirtschaftsgütern des Anlagevermögens gefördert. Begünstigt ist die Anschaffung von neuen oder gebrauchten Wirtschaftsgütern. Für Grundstücke, Gebäude,



Umlaufvermögen und Rechte kann kein Investitionsabzugsbetrag gebildet werden. Die Bildung erfolgt nur für Anschaffungen, die nach dem Abschlussstichtag erfolgen. Für Investitionen im laufenden Wirtschaftsjahr kann ein Abzugsbetrag generell nicht beansprucht werden.

Muss die Absicht der Anschaffung für den Investitionsabzugsbetrag nachgewiesen werden?

Nein. Es ist nicht erforderlich, einen konkreten Investitions- oder Finanzierungsplan oder eine Bestellung vorzulegen.

🦳 In welchem Zeitraum muss die Investition erfolgen? Es wird ein Zeitraum von drei Wirtschaftsjahren eingeräumt. Die Frist beginnt mit Ablauf des Wirtschaftsjahres des Abzugs des Investitionsabzugsbetrages. Erfolgte keine Investition in den drei Jahren, wird der Abzug rückgängig gemacht. Der Gewinn des Abzugsjahres erhöht sich dann rückwirkend. Bereits erlassene

Bescheide werden wieder geändert. Ist die Abschreibungsbemessungsgrundlage

beeinflusst?

Diese mindert sich um den Investitionsabzugsbetrag (IAB).

Welche Verbleibensfristen und Anforderungen gibt es noch?

Im Wirtschaftsjahr der Anschaffung und im gesamten darauffolgenden Wirtschaftsjahr muss das Wirtschaftsgut ausschließlich oder fast ausschließlich betrieblich genutzt werden (mindestens 90 Prozent). Bei einem Verstoß wird der IAB rückgängig gemacht. Auch bei Veräußerung, Überführung oder Übertragung in einen anderen Betrieb oder einer Entnahme in das Privatvermögen innerhalb des genannten Zeitraumes, liegt eine schädliche Verwendung des Wirtschaftsguts vor.

Zusammenfassung: Investitionsabzugsbetrag

Durch Investitionsabzugsbeträge (IABs) können Steuern zeitlich bereits vor der durchzuführenden Investition gespart werden. Durch Kombination des Investitionsabzugsbetrages mit der Sonderabschreibung für bewegliche Wirtschaftsgüter lassen sich beim IAB von 50 Prozent bis zu maximal 60 Prozent der Anschaffungskosten als Abschreibung zeitlich vorziehen und von der Steuer absetzen. Dadurch tritt die Steuerersparnis schon früher ein. Die Steuerersparnis lässt sich noch durch den Ansatz der degressiven Abschreibung (für die Anschaffungsjahre 2020, 2021 und 2022) für die Wirtschaftsgüter weiter erhöhen.



Weitere Erläuterungen, Vertiefungen und Berechnungen zur Thematik gibt es im Blog von Vesting & Partner.

ZUSAMMENFASSENDES BEISPIEL

Wir gehen davon aus, dass alle Voraussetzungen für den IAB und die Sonder-AFA für bewegliche Wirtschaftsgüter vollständig erfüllt sind: Ein Zahnarzt plant im Jahr 2023 eine große Investition für ein Wirtschaftsgut in Höhe von 100.000 Euro. Der Abschluss 2022 ist noch nicht erstellt. Für 2022 kann ein Investitionsabzugsbetrag von 50% genommen werden. Bei 100.000 Euro Anschaffungskosten sind das 50.000 Euro IAB. Beim Spitzensteuersatz von 42 % Einkommensteuer beträgt die Steuerersparnis im Jahr 2022 21.000 Euro. Zusätzlich kann noch Solidaritätszuschlag und Kirchensteuer gespart werden. Der Unternehmer hat daher bereits 21.000 Euro Steuern gespart, bevor die eigentliche Investition in 2023 stattfinden soll. Wegen der Herabsetzung der Anschaffungskosten um 50.000 Euro beträgt die Bemessungsgrundlage für die Abschreibung nur noch 50.000 Euro.

Bei einem 50 % IAB beträgt die Sonder-AFA im Investitionsjahr 2023 ebenfalls 20 % der Abschreibungsbemessungsgrundlage von 50.000 Euro, also 10.000 Euro. Beim Spitzensteuersatz von 42% Einkommensteuer beträgt die Steuerersparnis in diesem Fall 4.200 Euro für 2023 für die Sonderabschreibung. Auch hier gilt, dass die Steuerersparnis unter Berücksichtigung von Solidaritätszuschlag und Kirchensteuer noch höher ausfällt.

Der Unternehmer erhält zusammengefasst durch den Investitionsabzugsbetrag in 2022 50.000 Euro Gewinnabzug und für 2023 10.000 Euro Sonderabschreibung, also zusammen 60.000 Euro. Zusätzlich wird ab dem Anschaffungsjahr 2023 die normale lineare Abschreibung oder je nach ausgeübtem Wahlrecht die degressive Abschreibung (nur für Anschaffungsjahre 2020-2022) gewährt. Die Steuerersparnis beträgt beim Spitzensteuersatz von 42% für 2022 für den Investitionsabzugsbetrag 21.000 Euro und für 2023 für die Sonderabschreibung 4.200 Euro. Zusammengefasst werden daher 25.200 Euro Einkommensteuer gespart.

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



Sichtbar werden in der Region

Mehr Sichtbarkeit zur Gewinnung von Patienten und Mitarbeitern

Digitales Praxismarketing zur Gewinnung von Patienten und Mitarbeitern ist in aller Munde. Strategien und Maßnahmen sind vielfältig, aber teils unübersichtlich. Dabei wird oft ein wichtiges und vor allem effizientes Mittel unterschätzt oder gar vernachlässigt – die lokale Suchmaschinenoptimierung (Local SEO).

Noch immer liefert die Google-Suche den wichtigsten Kontaktpunkt sowohl in der Patientenreise als auch bei der Suche eines potenziellen Bewerbers nach einem neuen Arbeitgeber. Da für die Auffindbarkeit das Google Unternehmensprofil und die Praxiswebseite sehr eng miteinander verbunden sind, finden Sie hier konkrete und einfache Tipps für eine schnelle Steigerung Ihrer Sichtbarkeit.

Tipps zur schnellen Steigerung der lokalen Sichtbarkeit

1. Optimieren Sie das Google Unternehmensprofil vollumfänglich

Wenn sie noch kein Google Unternehmensprofil für Ihre Praxis haben, sollten sie schleunigst eines eröffnen. Aber auch für den Fall, dass Sie bereits über ein Profil verfügen, ist es wichtig, dass Sie die von Google gewünschten Daten möglichst lückenlos zur Verfügung stellen. So spielt



Sascha Maynert
Foto: Privat

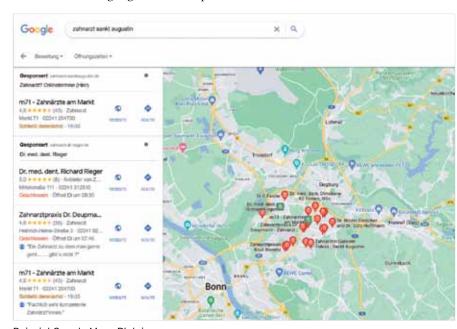
Online-Marketing Berater und Experte für digitales Praxismarketing.

der Name des Profils bereits eine entscheidende Rolle. Dieser sollte exakt dem Namen Ihrer Praxis entsprechen. Auf eine Anreicherung von zusätzlichen Keywords sollte verzichtet werden, weil dies gegen die Richtlinien verstößt.

Wählen Sie die für Ihre Praxis am besten passende Kategorie als primäre aus. Bei der Wahl weiterer passender Kategorien ist darauf zu achten, dass wirklich nur diese gewählt werden, die auch eindeutig auf sie zutreffen. Also wählen Sie z. B. als

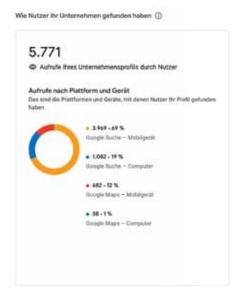
primäre Kategorie Zahnarzt, Zahnklinik, Parodontologie, Kieferorthopädie oder Kinderzahnarzt aus. Je nachdem, was am ehesten zutrifft. Erst bei den weiteren Kategorien wählen Sie zusätzlich passende aus.

- Die Angabe Ihrer standortspezifischen Daten, wie Adresse und Telefonnummer, sollten exakt so gewählt werden, wie die Daten auch auf Ihrer Webseite z. B. im Impressum oder im Footer der Seite zu finden sind. Diese Konsistenz sollte sich auch entsprechend im Namen wiederfinden.
- Fügen Sie neben Ihrem Logo und einem Titelbild möglichst aktuelle und ansprechende Fotos zu Ihrem Profil hinzu. Dies können u.a. Außen- und Innenaufnahmen Ihrer Praxis sein. Zudem Fotos, die Impressionen Ihrer Arbeit vermitteln. Teamfotos verhelfen zu einem persönlichen Eindruck und erhöhen das Vertrauen. Außerdem können Sie auch Videos hochladen. Da dies nur sehr selten genutzt wird, können Sie sich hier besonders schnell abheben.
- Zwingend sind korrekte Öffnungszeiten. Neben den allgemeinen sollten Sie auch alle Sonderöffnungszeiten, wie z.B. an Feiertagen oder zu Ihren Urlaubszeiten, angeben.
- Außerdem sollten Sie das Einzugsgebiet Ihrer Praxis im Profil genau hinterlegen. Sie können dies auf Basis einer PLZ oder eines konkreten Ortes angeben. Achten Sie darauf, dass Sie nur wirklich relevante Regionen angeben und keine, die mehr als zwei Autostunden entfernt sind.
- Besonders wirkungsvoll ist auch eine gute Beschreibung. Hier stehen aktuell 750 Zeichen zur Verfügung, die sie voll ausschöpfen und vor allem auch im Hinblick auf eine bessere Auffindbarkeit mit relevanten Begriffen anreichern sollten. Hier lohnt sich oft die Zuhilfenahme eines versierten Texters.



Beispiel Google Maps Platzierung.

Foto: Screenshot Google

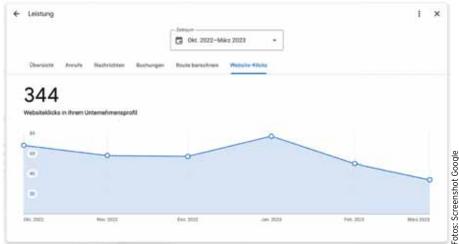


Beispieldaten Google Unternehmensprofil.

- Google bietet Ihnen zudem die Möglichkeit, konkrete Leistungen und Produkte vorzustellen. Eine Präsentation Ihres Behandlungsspektrums inkl. umfassender Beschreibungen (aktuell 300 Zeichen), sowie konkreter Produkte (hier sind gar 1.000 Zeichen und ein Foto plus Link möglich), wie z.B. PZR oder Bleaching, schaffen weitere Aufmerksamkeit.
- Neben Ihrem Webseiten-Link können Sie auch noch einen Link direkt zu Ihrer Terminbuchung einfügen und erleichtern den Nutzern somit den Weg zu einer schnellen Buchung.

2. Generieren Sie fortlaufend neue positive Bewertungen

Ohne Bewertungen wird Ihr Google Unternehmensprofil und damit Ihre lokale Sichtbarkeit in Zukunft kaum eine Chance haben, im Local Pack gefunden zu werden. Natürlich erhöhen viele, gute und authentische Bewertungen die Wahrscheinlichkeit, dass potenzielle Patienten und Mitarbeiter sich für Ihre Praxis entscheiden. Hier sollten Sie aktiv werden, und es Ihren zufriedenen Patienten möglichst einfach machen, den Weg zur Bewertungsfunktion von Google zu finden. An möglichst vielen Kontaktpunkten in der Praxis, auf Printmaterialien und auf der Webseite oder in E-Mails sollten Links zum Bewertungsformular kommuniziert werden. Einen praktischen Kurz-Link können Sie beguem in Ihrem Profil abrufen. Wichtig ist zudem eine positive und



Beispieldaten Google Unternehmensprofil -Webseitenklicks.

aktive Ansprache Ihrer Patienten. Fragen Sie nach der Zufriedenheit mit der Behandlung und weisen Sie auf die Möglichkeit und Bedeutung einer Bewertung für Sie und auch für andere Patienten hin. Binden Sie Ihr Team ein und schaffen klare Prozesse für diese Vorgehensweise. Nur so erhalten Sie kontinuierlich und planbar neue Bewertungen.

3. Halten Sie das Google Unternehmensprofil aktuell und aktiv

- Google liebt Daten und will sicherstellen, dass in der Suche präsentierte Ergebnisse relevant und aktuell sind. Stellen Sie sicher, dass die Daten stets auf dem neuesten Stand sind und fügen Sie auch z.B. regelmäßig neue Bilder und Videos hinzu.
- Promoten Sie aktuelle Inhalte über die Beitragsfunktion in Ihrem Profil regelmäßig. Hier können Sie analog Facebook und Instagram regelmäßig kleine Beiträge wie News, Angebote oder Veranstaltungen inkl. Text, Foto und Link präsentieren. Teilen Sie z.B. auch Inhalte, die Sie in Ihren Sozialen Netzwerken bereits geteilt haben.
- Aktivieren Sie die Nachrichten-Funktion. So können Nutzer Ihnen Nachrichten senden, die sie regelmäßig lesen und möglichst schnell beantworten sollten. Eine niedrige durchschnittliche Antwortzeit wird belohnt und macht ihr Profil attraktiv.
- Ebenfalls sollten Sie sowohl auf positive oder auch auf negative Bewertungen

schnell reagieren. Bedanken Sie sich für wertschätzende Worte und zeigen Sie Interesse auch bei kritischen Bewertungen. Bei ungerechtfertigten oder gar falschen Bewertungen sollten Sie im Zweifel vor einer Antwort einen Anwalt konsultieren.

Eine fast unbekannte Funktion ist der "Fragen & Antwort"-Bereich Ihres Profis. Nutzer können hier öffentlich Fragen stellen. Diese sollten schnell und fachgerecht beantwortet werden. Allerdings haben Sie auch die Möglichkeit, selbst Fragen und auch eigene Antworten in diesem Bereich zu platzieren. Es bietet sich an, häufige Fragen, die Ihnen in der Praxis begegnen oder zu denen Sie Ihre Patienten schon vor einem Besuch aufklären möchten, hier gezielt einzustellen. Das macht das Profil nützlicher und somit interessanter für Nutzer und für Google.

4. Sorgen Sie für konsistente Daten Ihrer Praxis im Internet

Um weiteres Vertrauen in Ihre Praxis und in Ihre Profile zu erhöhen, sind konsistente Daten Ihrer zentralen Unternehmensdaten (Name, Adresse, Telefon) im gesamten Internet äußerst hilfreich. Stellen Sie sicher, dass die im Google Unternehmensprofil erstellten Daten sowohl auf Ihrer Webseite als auch auf möglichst vielen anderen Webseiten (Verzeichnisse, Portale, Navigationssystem, Social Media Profile) möglichst identisch sind. Veraltete und fehlerhafte Daten sollten schnellstmöglich korrigiert werden. **>>**

5. Erstellen Sie lokale, relevante Inhalt auf Ihrer Webseite

Sowohl die Nutzer aber auch Google müssen verstehen und sich sicher sein, in welcher Region Ihre Praxis sich befindet. Neben den wichtigen Unternehmensdaten können Sie auch die Inhalte Ihrer Praxis auf lokale Auffindbarkeit optimieren. Zum einen sind dazu entsprechende Anpassungen an den sog. Meta-Daten (Seitentitel und Seitenbeschreibung) durch das Hinzufügen der richtigen lokalen Begriffe (wie Zahnarzt + Ort) nötig. Des Weiteren sollten Überschriften und Texte auf Ihrer Webseite auch entsprechende Begrifflichkeiten wie Ortsangaben enthalten. Auch Bilder können durch optimierte Dateinamen zu einer besseren Auffindbarkeit führen. Die Einbindung einer Google-Karte und ausführliche Informationen zur Anfahrt sind zudem zu empfehlen. Die Anreicherung der Seite durch regelmäßige Beiträge (z. B. Events in der Praxis, Ausflüge des Teams, Informationen über Sponsoring in der Region) und Videos

(z. B. Praxisrundgang, Teamvorstellungen, Patienten Testimonials) kann die Auffindbarkeit massiv unterstützen.

6. Nutzen Sie Zahlen, Daten, Fakten aus Ihrem Profil

Ihr Google Unternehmensprofil ist voll von hilfreichen Daten. Sie sehen im Leistungsbereich, wie viele Interaktionen (Anrufe, Nachrichten, Aufruf von Wegbeschreibungen, Klicks zur Webseite) es auf Ihrem Profil in den letzten sechs Monaten gegeben hat. Daran können Sie messen, ob sich die Optimierungsmaßnahmen auszahlen. Besonders spannend sind die Daten dazu, wie Nutzer Ihr Unternehmen gefunden haben. Sie sehen, in welchen Bereichen und über welche Endgeräte (Mobil, Desktop) die Aufrufe Ihres Profils entstanden sind. Google stellt zudem Daten zu den Suchanfragen, bei denen Ihr Unternehmensprofil unter den Ergebnissen war, zur Verfügung. Dies ist sehr wertvoll, weil Sie hier genau sehen, für welche Begriffe Sie weitere Optimierungen vornehmen

sollten und für welche es bereits sehr gut läuft. Sehen Sie überwiegend Suchanfragen nur zu Ihrem Praxisnamen und kaum zu relevanten, generischen Suchen, dann ist es höchste Zeit, Ihr Profil weiter zu optimieren. Denn für neue Nutzer sind sie dann eher unsichtbar.

■ Schließlich sollten Sie auch weitere Daten aus Ihrer Webanalyse zu Rate ziehen. Über welche Begriffe und aus welchen Regionen fanden die Nutzer zu Ihrer Webseite? Die hier gewonnenen Erkenntnisse können Sie in die Optimierung z.B. der Texte des Unternehmensprofils einsetzen.

Fazit

Das sind bei weitem nicht alle relevanten Faktoren, die es zu optimieren gilt. Allerdings stellen die genannten Tipps die Stellschrauben dar, mit denen Sie einfach und mit hoher Wahrscheinlichkeit sehr schnell Ihre Rankings verbessern werden.

Sascha Maynert https://praxismarketing.digital info@praxismarketing.digital



ALLES AUSSER ZÄHNE begeistert zum achten Mal

5. und 6. Mai 2023 im Hotel Sofitel Munich Bayerpost in München

Um eine Zahnarzt-Praxis langfristig erfolgreich am Markt zu etablieren, erfordert es mehr, als nur eine gute Zahnärztin oder ein engagierter Zahnarzt zu sein. Es erfordert auch unternehmerische Entschlossenheit. AAZ ist der dentale Fachkongress, der PraxisinhaberInnen motiviert, neue Wege zu gehen und von anderen Branchen zu lernen. Der Kongress wird begleitet von einer Ausstellung, in der sich u.a. Dentaldepots, Abrechnungsdienstleister, Implantathersteller und dentale Start-Ups präsentieren.

"Unsere Speaker sind keine Zahnmediziner. Sie sind Dirigent oder Omnibrand-Managerin, Buchautor, Berater, Diplom-Psychologe und Marketingexperte", sagt Carsten Schlüter, Geschäftsführer des Veranstalters M:Company und selbst als Referent auf der Bühne. "Als UnternehmerIn ist es enorm wichtig, sich immer wieder neu zu erfinden und sich weiterzuentwickeln. AAZ erzählt besondere Erfolgsgeschichten, die motivieren, inspirieren und der Startschuss für einen erfolgreichen Veränderungsprozess in der Praxis sein können."

Die Keynote-Vorträge bieten Zeit und Raum für Denkanstöße und neue Blickwinkel: Mit Christian Gansch wurde ein international ausgezeichneter Dirigent und Musikproduzent als Speaker engagiert. "Vom Solo zur Sinfonie – wie aus Vielfalt Einheit entsteht" lautet sein Vortragstitel.

Die Schweiz ist seit vielen Jahren die berufliche Heimat von Elke Guhl. Sie verfügt über langjährige Erfahrungen in den Bereichen Markenführung, Omnibrand-Management sowie digitale Transformation.

Wie man die richtigen Entscheidungen trifft und diese auch noch erfolgreich umsetzt, ist das Thema des Autors Dr. Till Tolkemitt und des Diplom-Psychologen Jens Corssen.

Am zweiten Kongress-Tag stehen zusätzlich die "Quick Wins" im Fokus. Vier bekannte Hosts führen durch jeweils achtminütige Kurzvorträge ihrer Gäste, die allesamt Experten der dentalen Branche sind. Natürlich bleibt den Teilnehmenden auch ausreichend Zeit, um untereinander ins Gespräch zu kommen: Am Freitagabend findet ein Dinner mit anschließender Party statt.

Lpm

dm www.alles-ausser-z<u>aehne.de</u>

Patientenmanagement

Patientenreisen erkennen und Wunschpatienten erreichen

Der richtige Patientenmix ist für Zahnarztpraxen wichtig. Während große Praxen allgemein mehr Patienten benötigen, wünschen sich kleinere Praxen lieber zum individuellen Profil passende Patienten. Achim Wagner, Geschäftsführer bei conamed Praxismarketing GmbH, verdeutlicht diese unterschiedlichen Patientenreisen an den Beispielen "Schmerz- und Notdienst", "Implantate und Zahnersatz" und "Zahnarztangst".

roße Praxen brauchen sich keine Sorgen um die Auslastung ihrer Spezialisten im Team zu machen, wenn genügend Neupatienten gewonnen werden. Kleinere bzw. spezialisierte Praxen profitieren, wenn sie Ihre Zielgruppe möglichst direkt erreichen.

In beiden Fällen lohnt es sich, die Wunschzielgruppen und deren unterschiedliche Patientenreisen näher zu beleuchten.

Bei einer vorwiegend praxiszentrierten Außendarstellung hilft oft ein Perspektivenwechsel. Wenn wir die Patientenreise kennen, lassen sich an vielen Touchpoints Brücken bauen.

An den folgenden drei Beispielen lässt sich das gut verdeutlichen.



Schmerz- und Notfallpatienten

Allgemeine Suchanfragen zu "Zahnarzt" und "Ort" sind sehr häufig mit Suchwörtern aus dem Begriffsraum "Notdienst" kombiniert.

Im Grunde handelt sich um eine klassische lokale Suchanfrage. Wie wichtig



Achim Wagner Foto: conamed

Achim Wagner ist Geschäftsführer der conamed Praxismarketing GmbH in Ansbach.

dabei die Präsenz auf Google Maps ist, soll die nachfolgende Statistik aus einem unserer Kundenprojekte verdeutlichen (Abb. 1). Bei einer Suchanfrage nach einer Zahnarztpraxis in einem lokalen Einzugsbereich dominiert eindeutig das Suchergebnis von Google Maps, obwohl in der natürlichen Suche auch die Webseite und weitere Ergebnisse auf Seite 1 sichtbar sind. Während werktags zu normalen Sprechzeiten eine gute Chance besteht, in der Stammpraxis kurzfristig behandelt zu werden, ist die Suche nach einem Behandlungstermin am Wochenende sichtbar intensiver (Abb. 2).

Die Internetrecherchen zur Zahnarztsuche zeigen stärkere Aktivitäten zu Tagesbeginn. Die Statistik zur Verteilung der Telefonanrufe bestätigt die "Prime Time" in der Zeit von 8.00 bis 9.00 Uhr (Abb. 3).

Aus diesen Daten folgern wir, dass akute Zahnprobleme unter der Woche häufig zu normalen Sprechzeiten in der Stammpraxis der Patienten gelöst werden. Am Wochenende ist die Praxis mit erweiterten Öffnungszeiten im Vorteil. Wer hier punkten möchte, sollte folgende Aspekte beherzigen:

Praxis-Tipp: Schmerz- und Notdienstpatienten sind auf der Suche nach einer zeitnahen Behandlungsmöglichkeit in der Nähe zu Wohnung oder Arbeitsplatz. Die Zugriffsstatistiken zeigen, dass ein Großteil der Suchanfragen über Google Maps erfolgt. Mit einem gut gepflegten Profil und einem prominenten Ranking im Google-Kartendienst haben Sie sich bereits gut positioniert. Auf der Praxiswebseite ist es wichtig, Informationen zu Öffnungszeiten und Schmerzbehandlungen prominent bereitzustellen.

Da mehr als 70 % der Suchanfragen über das Smartphone erfolgen, empfiehlt sich die Bereitstellung von mobilen Interaktionsmöglichkeiten, z.B. Anruf, Online-Terminvereinbarung oder ein Kontaktformular in prominenter Position. Trustmerkmale, z. B. Bewertungen auf Google Maps, Gütesiegel und aktuelle Bilder von Behandlern, Team und Praxis erleichtern die Entscheidung.



Abb. 1: Vergleich Google-Suche: Google Maps versus Suchanfrage, Jan-Dez 2022.

Zahnersatz und Implantate

Internetrecherchen zum Themenbereich "Zahnersatz und/oder Zahnimplantate" geht in aller Regel ein entsprechender Befund und Beratungsgespräch voraus.



Abb. 2: Exemplarische Anzeigenkampagne Zahnarztsuche allgemein, Klicks nach Wochentagen, Zeitraum Jan-Dez 2022.



Abb. 3: Google Ads, exemplarische Anzeigenkampagne Zahnarztsuche allgemein, Klicks nach Uhrzeit, Jan-Dez 2022.

Eine Versorgung mit Zahnersatz und/ oder Zahnimplantaten ist für Patienten ein komplexes Thema, welches in einer Beratungssitzung oft nicht aufgelöst werden kann. Patienten sind auch nicht immer in der Lage, ihre Fragen direkt und ehrlich zu artikulieren. Neben Informationen zur Behandlung selbst ist eine Versorgung für Normalverdiener auch eine Frage der finanziellen Möglichkeiten. Dementsprechend haben über 70 % der Suchwortkombinationen einen Bezug zum Thema "Kosten und Erstattung". Diese Recherche erfolgt vorwiegend auf Webseiten und Fachportalen. Wer Besucher auf seiner Praxishomepage mit relevanten Inhalten binden kann, ist im Vorteil.

Im Gegensatz zur Akutbehandlung hat ein provisorisch versorgter Patient mehr

Zeit zur Entscheidungsfindung. Sein Entscheidungsverhalten lässt sich an einem geänderten Suchverhalten erkennen.

Die Entscheidung für eine Zahnersatzversorgung ist kostenintensiv und will vom Patienten gut überlegt sein. Dementsprechend ist der Sonntag der Wochentag mit dem höchsten Suchaufkommen (Abb.

Das Suchaufkommen verteilt sich stärker über den Tag und hat einen Schwerpunkt am Abend. Die Recherchen werden "in Ruhe" durchgeführt (Abb. 5).

Praxis-Tipp: Zahnersatz- und Implantatversorgungen sind für Patienten große Einschnitte - sowohl in der Therapie als auch in den Kosten. Im Vorteil ist deshalb die Praxis, die ihre Behandlungskompetenz patientenverständlich darlegen und die Fragen der jeweiligen Zielgruppe beantworten kann. Statt allgemeiner Therapiebeschreibungen empfiehlt es sich, eigene Vorgehensweise und Erfahrung in den Vordergrund zu stellen. Idealerweise bekommt der Besucher Informationen, ob er in der Praxis budgetorientierte Versorgungen oder anspruchsvolle Behandlungskonzepte wie Backward Planning erwarten kann. Damit lassen sich falsche Erwartungshaltungen und Enttäuschungen vermeiden.

Angstpatienten

Mit Angstpatienten definieren wir eine Gruppe mit erheblichem Sanierungsbedarf. Häufig führt erst ein hoher Leidensdruck zu Interaktionen. Diese Patienten





Abb. 4: Google Ads, exemplarische Anzeigenkampagne Zahnimplantate, Klicks nach Wochentagen, Jan-Dez 2022.



Abb. 5: Google Ads, exemplarische Anzeigenkampagne Zahnimplantate, Klicks nach Uhrzeit, Jan-Dez 2022.

benötigen in der Praxis Geduld und ein angepasstes Kommunikationsverhalten, welches im normalen Praxisbetrieb oft als Belastung empfunden wird.

Wer sich auf diese Zielgruppe spezialisiert, darf mit überregionalem Patientenzulauf und komplexen Sanierungsfällen rechnen. Angstpatienten fallen durch eine überdurchschnittlich hohe Rate an Internetrecherchen auf. Die Webseite ist ein wesentlicher Faktor bei der Arztwahl.

Angstpatienten recherchieren ausgeprägt und bevorzugt werktags mit einem Fokus auf den Wochenbeginn (Abb. 6).

Im Tagesverlauf kulminieren sich die Suchanfragen zum Abend (Abb. 7).

Am Ende führen Sie bei entsprechendem Leidensdruck zur Kontaktaufnahme – sofern die Praxis eine Kontaktmöglichkeit außerhalb der Praxisöffnungszeiten anbietet.

Praxis-Tipp: Wir haben gelernt, dass Patienten mit ausgeprägter Zahnarztangst intensiv im Web recherchieren. Nach unseren Erfahrungen ist es sinnvoll, dieser Zielgruppe über die Webpräsenz Möglichkeiten zum Vertrauensaufbau zu geben. Die klare Beschreibung des Therapieablaufs, ggf. inklusive Vermittlung von Exit-Optionen, Informationen zur Schmerzausschaltung und Trust-Merkmale, z.B. über Erfahrungsberichte und Rezensionen von behandelten Angstpatienten, erleichtern die Bereitschaft zur Kontaktaufnahme. Da die Recherche vorwiegend abends erfolgt, empfiehlt sich eine Interaktionsmöglichkeit auch außerhalb der Öffnungszeiten. Dabei ist es sinnvoll, die Entscheidung zur Kontaktaufnahme auf nur eine Option zu beschränken. Mit einem Rückrufservice lassen sich Brücken bauen und ein positives Kontakterlebnis sicherstellen.

PATIENTENREISE FÜR ALLE ZIELGRUPPEN

Separat analysieren und entsprechend handeln

Anhand der drei vorgenannten Beispiele lässt sich erkennen, dass eine Webseite unterschiedliche Bedürfnisse gleichzeitig erfüllen muss. Auch alternative Online-Plattformen wie Google Maps, Online-Terminportale oder Soziale Kanäle dürfen nicht unberücksichtigt bleiben. Wenn alle Informationen und Leistungsversprechen auf diesen Plattformen in der täglichen Praxis auch gelebt werden, wird sich daraus eine positive Eigendynamik entwickeln.

Achim Wagner www.conamed.de achim.wagner@conamed.de



Abb. 6: Google Ads, exemplarische Anzeigenkampagne Zahnarztangst, Klicks nach Wochentagen, Jan-Dez 2022.



Abb. 7: Google Ads, exemplarische Anzeigenkampagne Zahnarztangst, Klicks nach Uhrzeit, Jan-Dez 2022.



Neben der Kommunikation im Team zählt die persönliche Kommunikation zwischen Praxisinhaber und Mitarbeitern zu den Gründen, wieso qualifizierte Fachkräfte sich in einer Praxis wohlfühlen - oder sie verlassen. Mit welchen einfachen Mitteln Sie vertrauensvolle Einzelgespräche schaffen, die Ihren Mitarbeitern mehr Wertschätzung und Verständnis schenken und sie an Ihre Praxis binden, ist Thema im zweiten Teil der Serie.



Regelmäßige Team-Meetings

Eine gute Gelegenheit für persönlichen Austausch sind regelmäßige Team-Meetings mit der gesamten Belegschaft: Treffen Sie sich lieber wöchentlich zu einem halbstündigen Termin statt nur monatlich oder sogar seltener für eine längere Zeit. So haben Ihre ZFAs regelmäßig und planbar die Gelegenheit, mit Ihnen zu sprechen und potenzielle Konflikte können zeitnah gelöst werden bevor sie zu einem größeren Problem werden. Denn je länger ein Mitarbeiter sich über eine Situation ärgert und keine Gelegenheit hat, diesen Ärger anzusprechen, desto schlechter wird seine Stimmung. Das beeinflusst die Atmosphäre im gesamten Team und kann sogar dazu führen, dass der Mitarbeiter sich nach einer neuen Stelle umsieht.



Individuelle Sorge und Wünsche berücksichtigen

Nehmen Sie sich neben den regelmäßigen Team-Meetings auch Zeit für die persönliche Kommunikation zwischen Ihnen und

Ihren Mitarbeitern. Denn vertrauensvolle Gespräche geben Ihren ZFAs das Gefühl, geschätzt und verstanden zu werden. Jeder Mitarbeiter hat ganz individuelle Sorgen und Nöte, die sie manchmal lieber unter vier Augen statt im Team-Meeting ansprechen wollen. Bieten Sie Ihren Mitarbeitern deshalb die Möglichkeit, in einem persönlichen Gespräch ihre Sorgen zu thematisieren und gemeinsam mit Ihnen eine Lösung zu finden.



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.

Wichtig ist, dass Sie die Zeit für diese Gespräche fest einplanen: Denn die meisten Praxisinhaber haben mit einem vollen Terminplan zu kämpfen und es ist schwer, kurzfristige Termine wahrzunehmen. Das kann selbstverständlich einmal dazu führen, dass der Wunsch nach einem persönlichen Gespräch verschoben wird oder sogar ganz in Vergessenheit gerät. Natürlich geschieht das nicht mit Absicht, doch wird ein Termin wiederholt abgesagt oder findet das Gespräch nur zwischen Tür und Angel statt, führt dies zu Frustration auf Seiten des Mitarbeiters. Er fühlt sich nicht gehört und schlimmstenfalls mit seinen Sorgen nicht ernst genommen. Kommt das öfter vor, bröckelt das Vertrauen in Sie und der Mitarbeiter fühlt sich Ihnen und Ihrer Zahnarztpraxis weniger verbunden.



Feste Zeiten für Mitarbeitergespräche

Die einfachste Lösung ist es, dass Sie feste Zeiten für den persönlichen Austausch mit Ihren Mitarbeitern einplanen. Bieten Sie Ihren ZFAs eine Plattform, in der sie regelmäßig die Möglichkeit haben, vertraulich mit Ihnen zu sprechen.

Optimalerweise finden hierfür vier persönliche Mitarbeitergespräche pro Jahr statt: Diese bestehen aus einem großen Jahresgespräch am Ende des Jahres, für das Sie sich mindestes eine Stunde Zeit nehmen sollten. Zentrale Punkte, die besprochen werden sollten, sind die persönlichen Ziele Ihres Mitarbeiters für das kommende Jahr und die Mitarbeiterbeurteilung. Planen Sie darüber hinaus in der Mitte des Jahres ein Halbjahresgespräch, welches in der Regel eine halbe Stunde bis Stunde dauert.

Neben diesen beiden großen Gesprächen sollten zudem zwei kürzere und informellere Vierteljahresgespräche stattfinden. Dabei geht es vor allem darum, Ihren Mitarbeitern einen planbaren Raum zu bieten, in dem sie persönlich mit Ihnen sprechen können: Beispielsweise können Sie den Alltag, die persönlichen Ziele oder Konflikte aus der Vergangenheit thematisieren und sicherstellen, dass diese rückblickend für beide Seiten gelöst sind.

Praxismanagerin als Hilfe

Sie haben einen zu vollen Terminkalender und regelmäßige Einzelgespräche sind für Sie einfach nicht umsetzbar? Dann ist eine kompetente Praxismanagerin die ideale Lösung für Sie. Als Bindeglied zwischen Ihnen und Ihren Mitarbeitern organisiert sie die Team-Meetings, übernimmt die persönlichen Einzelgespräche und verantwortet die Mitarbeiterplanung. Sie sorgt dafür, dass alle Abläufe in Ihrer Zahnarztpraxis reibungslos funktionieren, und kümmert sich um die Belange der einzelnen Mitarbeiter. Darüber hinaus ist sie als Feel-Good-Managerin nicht nur die ideale Ansprechperson im Alltag, sondern plant auch die Team-Events. Eine Praxismanagerin entlastet Sie im Alltag, sorgt für ein harmonisches Miteinander und eine Wohlfühlatmosphäre in Ihrer Zahnarztpraxis.

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

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.





Erfolgreich führen

9.-10. Juni 2023 in Hamburg

Ein entscheidender Faktor für den Erfolg Ihrer Praxis ist eine sorgsam entwickelte Praxiskultur. Diese zu beeinflussen und zu gestalten ist ein langer und fortdauernder Prozess. Im Zentrum dieses Prozesses stehen Menschen mit individuellen Fähigkeiten, Eigenschaften und Bedürfnissen. Der "Faktor Mensch" macht den Unterschied aus zwischen Erfolg und Misserfolg sowie zwischen Einzelkämpfern und einem funktionierenden Team. Dabei kommt Ihnen als Praxisinhaber eine besondere Rolle zu, denn an Ihrem Verhalten orientieren sich Mitarbeiter und Partner.

Im Rahmen dieser Fortbildung setzen Sie sich mit menschlichen Eigenschaften und Gefühlen auseinander und gewinnen neue Erkenntnisse, um diese konstruktiv in Ihr Führungsverhalten zu übertragen. Sie bekommen Hintergrundwissen, Erfahrungen und konkrete Werkzeuge zum besseren Umgang mit Fehlern und den Dingen, die nicht so gut laufen. Ebenso zu Gefühlen im Arbeitsalltag und zu Entscheidungen - insbesondere unter Stress.

Führen in der Zahnarztpraxis (IHK)

3 Module in Seeheim-Jugenheim

Machen auch Sie die Erfahrung im Praxisalltag, dass Ihnen der Austausch mit anderen Führungskräften fehlt? Dass Ihre eigentliche Kernaufgabe - für Ihre Patienten da zu sein - in den Hintergrund tritt? Dass Sie den individuellen Bedürfnissen und Erwartungen Ihrer Mitarbeitenden nur schwer gerecht werden können? Dass Mitarbeiterführung nur unter enormem Energie- und Zeitaufwand zu leisten ist? Dass es schwer ist, die MitarbeiterInnen konstant für die Praxisziele zu begeistern? Wer in den Strukturen von morgen erfolgreich sein will, braucht außergewöhnliche Orientierungs- und Führungsinstrumente. Sie und Ihre Mitarbeiter in leitender Position haben die Chance, sich dafür fit zu machen. Die Werkzeuge dazu bietet das Seminar "Führen in der Zahnarztpraxis (IHK)" in drei Seminarblöcken. Beim Seminar steht nicht die kurzfristige Begeisterung im Vordergrund, sondern ein Denk- und Entwicklungsprozess, durch den Sie sich in Ihrer Rolle als Führungskraft weiterentwickeln und Ihre Persönlichkeit stärken.



Lokalanästhesie

Die intraligamentäre Anästhesie

Zeit ist bei den organisatorischen Abläufen in einer Zahnarztpraxis ein entscheidender Faktor. Vor einer zahnmedizinischen Maßnahme steht die Schmerzausschaltung. Neben der Infiltrationsanästhesie und der intraoralen Leitungsanästhesie gewinnt eine weitere Variante der dentalen Lokalanästhesie zunehmend an Akzeptanz – die intraligamentäre Anästhesie.¹

Line der ersten Veröffentlichungen über die Möglichkeit einer Einzelzahnanalgesie durch Injektion von Lokalanästhetika in das Ligamentum circulare erschien 1925 als Promotionsarbeit von Charles-Louis Bourdin: "L'Anesthésie par l'injection intraligamentaire pour l'extraction des dents".²

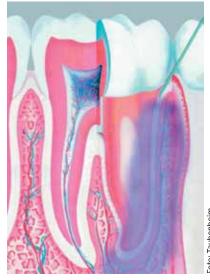
Bourdin kam bereits 1925 zu folgenden Schlussfolgerungen:

- Die Anästhesie durch intraligamentale Injektion ist die logischste, da sie die Anästhesieflüssigkeit genau an den Eingriffsort bringt.
- Sie ist weniger toxisch, da nur wenige Tropfen Anästhetikum für jede Intervention ausreichen.
- Da nur Gewebe infiltriert werden, die im Verlauf der Operation (der Extraktion) zerstört werden, bietet sie keine Ansatzpunkte für Risiken von Infektionen.
- Die Wirkung der intraligamentären Anästhesie tritt rasch ein und ist von kurzer Dauer.

Die Technik der intraligamentalen Injektion wurde erstmals von Chompret (1920) im Detail beschrieben:³

"Folgendermaßen operiere ich: Ich benutze eine Spritze mit einem Zylinder und einem vollkommen dichten Kolben... Ich nehme eine Kanüle so dünn wie möglich, beispielsweise eine auswechselbare Kanüle mit einer Länge von etwa 1 cm, deren Anschliff kurz und spitz ist, damit sich einerseits die Spitze nicht verbiegt und andererseits keine zu lange Penetration ohne Verdrängung von Flüssigkeit in das Gewebe erforderlich ist. Dann injiziert man je einen Tropfen Anästhesielösung an der mesialen und distalen Seite des zu extrahierenden Zahnes. Auf diese Weise ist das Ligamentum circulare schnell analgesiert und die Wirkung des Anästhetikums umfasst sowohl die gingivale wie die alveoläre Seite.

Nun beginnt die zweite Phase, während der die Anästhesielösung ins intraalveoläre Ligament injiziert wird. Dafür hält man die Spritze fast senkrecht, d.h. sie bildet zur Achse des Zahnes einen Winkel von kaum mehr als 20°. Die Kanüle wird mit der Spitze am Zahnhals angesetzt, entweder mesial oder distal, durch das Ligamentum circulare geführt und allmählich ganz gleichmäßig so weit wie möglich in den Zahnhalteapparat Richtung Apex gedrückt, ohne dabei den Kontakt zum Zahn zu verlieren. Wenn kein weiterer Vorschub mehr möglich ist, wird die Injekti-



Zur Injektion wird die Kanülenspitze etwa 1-2 mm (bis max. 3 mm) in den Parodontalspalt eingeführt.

on vorgenommen, die immer nur eine winzige Menge Anästhetikum erfordert. Auf diese Weise wird erst eine Einspritzung auf der mesialen Seite des Zahnes durchgeführt, gefolgt von einer auf der distalen Seite. Dies reicht vollständig für Schneidezähne, Eckzähne und Prämolaren. Bei den Molaren erfolgt ebenfalls eine Injektion ins alveoläre Ligament und zwar auf der vestibulären und auf der lingualen Seite. Dabei spielt der Applikationspunkt der Einspritzung keine große Rolle, sofern die Kanüle 2-4 mm in den Zahnhalteapparat (ins Parodontium) eindringen kann."

Die verwendeten Spritzen und Injektionsnadeln erforderten vom ILA-Anwender ein hohes Maß an Sensibilität und Kraft zur intraligamentalen Injektion von Anästhetikum ins Ligamentum circulare. Erst mit der Entwicklung von sogenannten Druckspritzen, mit denen die vom Behandler aufgebrachte Kraft über ein mehrstufiges,

integriertes Hebelsystem verstärkt wurde, war es möglich, die Anästhesielösung gegen den Widerstand des Desmodontalgewebes mit geringer Kraftaufwendung in das Ligament zu applizieren.

Material und Methode

Bis Ende des letzten Jahrhunderts war der Stand der Technik der IL-A die Dosierhebelspritze, die Anfang der 1980er Jahre angeboten worden war. Seit Beginn dieses Jahrhunderts wurden für die klinische Anwendung und Bewertung der "intraligamentären Anästhesie" die neu entwickelten Dosierrad-Spritzen SoftJect verwendet. Als Kanülen wurden systemadaptierte ILA-Injektionsnadeln definiert, die einen Durchmesser von 0,3 mm, eine Länge von 13 mm und einen extrakurzen Anschliff haben.



Lothar Taubenheim Foto: Privat

Lothar Taubenheim begleitet seit 40 Jahren die medizin-technische Entwicklung der dentalen Lokalanästhesie.

Wegen der gewünschten Gefäß verengenden Wirkung⁸ sollte als Anästhetika-Substanz Articain mit Adrenalin 1: 200'000 verwendet werden, was auch üblicherweise für Leitungs- und Infiltrationsanästhesien appliziert wird. Pro Zahnwurzel sind laut aktuellem Stand der Wissenschaft ~0,2 ml dieser Substanz in > 20 Sekunden zu applizieren. ^{1,6} Der interstitielle Widerstand muss bei der intraligamentalen Injektion adäquat überwunden werden. Das Anästhetikum diffundiert ins Ligamentum circulare und wird vom Desmodontalgewebe resorbiert; die anästhetische Wirkung tritt unverzüglich ein. ¹⁶ Dies ist von organisatorischer Relevanz, da Zeit gespart wird.

Die ILA-Methode ist vollständig aufgeklärt und in der internationalen Literatur detailliert beschrieben. Das intraligamental injizierte Anästhetikum wird vom Desmodontalgewebe resorbiert und breitet sich intraossär aus. Sehr schnell erreicht es das Foramen apicale – die anästhetische Wirkung triff ein (s. Abbildung).

Einsatzbereiche

Die Lokalanästhesie-Methode der intraligamentären Anästhesie ist für alle Patientengruppen, egal ob jung, alt und mit oder ohne Vorerkrankungen problemlos anwendbar. Bei Patienten mit hämorrhagischer Diathese oder unter Antikoagulantien-Therapie ist die IL-A die Methode der Wahl, denn im Desmodontalspalt sind keine Gefäße, die durch die Kanüle verletzt werden können. Leitungs- und Infiltrationsanästhesien sind bei diesen Patienten kontraindiziert.¹

Bei allen üblichen zahnmedizinischen therapeutischen Maßnahmen ist mithilfe der ILA-Spritze eine punktgenaue und minimalinvasive Einzelzahnanästhesie möglich:

- Zahn erhaltende Maßnahmen an allen Zähnen^{5,20}
- endodontische Behandlungen auch Vitalexstirpationen^{18,19}
- parodontologische Therapien (geschlossenes Vorgehen)^{1,13}
- Extraktionen und Osteotomien.^{8,10}

Bei lang dauernden und großflächigen dento-alveolären chirurgischen Maßnahmen kann die IL-A die Anforderungen hingegen nicht erfüllen. Hier sind Leitungs- und Infiltrationsanästhesie indiziert.

Diskussion

Ein Vorteil der IL-A, die begrenzte lokale Ausdehnung der Betäubung, wird als Möglichkeit zur diagnostischen Abklärung von nicht lokalisierbaren pulpitischen Schmerzen aufgezeigt. ^{12,14} Zugal et al. (2005) beschreiben die Methode und den Diagnose-Erfolg. ²⁰ Wichtig war, das injizierte Volumen möglichst gering zu halten, um eine lokale Ausbreitung der Wirkung auf benachbarte Zähne zu vermeiden.

Durch die direkte Kraftverstärkung und -übertragung vom Dosierhebel bzw. -rad auf die Zahnkolbenstange ist der Anwender in der Lage, die anatomischen Gegebenheiten des Patienten in seinem Zeigefinger oder Daumen zu fühlen und Injektionsdruck und -zeit präzise anzupassen. ¹ Drucknekrosen können so nicht generiert werden. ¹²

Die schnelle und unproblematische Durchführung der Lokalanästhesie ist für Patient und Behandler gleichermaßen von großer Bedeutung. Die Form der Spritze und der folgende Einstichschmerz können Auslöser für die Entwicklung einer "Angst vor der Spritze" sein, die sich bis zu einer Spritzenphobie steigern kann. Das Aussehen der Injektionsgeräte wird von den Patienten positiv wahrgenommen; die grazile, nicht spritzenähnliche Form wurde als nicht furchteinflößend empfunden.⁴

Schlussfolgerung

In mehr als vierzig Jahren praktischer Anwendung haben sich die Dosierhebel- und die Dosierradspritze für intraligamentale Injektionen uneingeschränkt bewährt. Sie ermöglichen es, vollständig von der Leitungs- und der Infiltrationsanästhesie auf die Einzelzahnanästhesie umzustellen – mit Nutzen für Behandler und Patienten. Bei der IL-A braucht der Patient nicht, wie im Patientenrechtegesetz (BGB § 630) vorgegeben, über die Risiken und Komplikationen der konventionellen Lokalanästhesie-Methoden aufgeklärt zu werden, sie sind bei der IL-A nicht gegeben. ¹⁰

Abrechnung der IL-A

Die intraligamentäre Anästhesie ist nach BEMA Nr. 40 abrechnungsfähig. Werden im Ausnahmefall zwei nebeneinanderstehende Zähne intraligamentär anästhesiert, so kann die Nr. 40 je Zahn einmal berechnet werden.

Lothar Taubenheim lt.lothar.taubenheim@t-online.de

D&W-LITERATUR

Auf Anfrage beim Verlag



Ein Service des DZR — Deutsches Zahnärztliches Rechenzentrum

Dokumentieren Sie die Infiltrationsanästhesie korrekt?

Die **GOZ 0090** ist je getrennter Anästhesie (auch mehrfach pro Zahn) berechnungsfähig. Bei vier vergessenen Leistungen pro Woche entsteht pro Jahr (bei 44 Arbeitswochen p. a.) ein Honorarverlust von **1.365,76 Euro**.

Intraorale Infiltrationsanästhesie (GOZ 0090) wird im allgemeinen Bundesdurchschnitt (Jan. 22 – Dez. 22) mit dem **Faktor 2,5** berechnet. Um das GKV-Niveau zu erreichen, muss mit dem **2,71-fachen Faktor** abgerechnet werden. Die druckkontrollierte intraligamentäre Anästhesie, bei der das Anästhetikum direkt in den Zahnhalteapparat injiziert wird, kann nach GOZ 0090 einmal je Zahn berechnet werden. Die Gebührenhöhe erfolgt gemäß § 5 Abs. 2 der GOZ. Die gilt auch für die computergesteuerte Anästhesie.

Das Material für das Anästhetikum kann als gesondertes berechnungsfähiges Material gemäß § 4 Abs. 3 GOZ in Rechnung gestellt werden. Kosten für Kanülen, Einmalspritzen oder Schlauchsysteme sind dagegen nicht gesondert berechnungsfähig.

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

Interview mit Klaus Spitznagel

"Wir möchten Kunden in die digitale Zukunft begleiten"

Hochwertiger Zahnersatz in hervorragender Qualität zu erstaunlich günstigen Preisen, so das erklärte Ziel der Permadental GmbH. Das Unternehmen mit Sitz in Emmerich am Rhein ist einer der größten Zahnersatzanbieter in ganz Deutschland und bietet Zahnersatz, Implantate, Aligner, Intraoralscanner, Bleaching und mehr. Wir hatten im Rahmen der IDS Gelegenheit, uns mit Geschäftsführer Klaus Spitznagel zu unterhalten.

Monatelange wurde auf die IDS hin gefiebert – jetzt ist die Messe schon wieder vorbei. Welches Fazit können Sie am Ende ziehen?

Klaus Spitznagel: Kunden und Geschäftspartner wieder auf der IDS treffen zu können, war für mein Team und mich ein besonders positives Erlebnis. Man konnte sich in nur wenigen Tagen einen aktuellen Überblick über Meinungen, Wünsche, Innovationen und Trends verschaffen. Digitaler Austausch ist heute nicht mehr wegzudenken, persönliche Treffen bleiben aber für mich essenziell.

Hat sich nach Ihrer Erfahrung etwas an der Besucherstruktur oder am Messeverhalten verändert?

Klaus Spitznagel: Abgesehen von einer spürbaren Lust daran, das Messe-Event IDS wieder zu erleben, haben sich Entwicklungen aus den Vorjahren fortgesetzt. Einzelne "dentale Fachleute", aber auch ganze Praxisteams haben sich zu verschiedenen Branchenlösungen informiert, und wohl auch noch mehr verglichen. Ein so umfassender Überblick über die komplette Dentalbranche ist eben nur in Köln auf der IDS in dieser kompakten Form möglich.

Welche Produkte oder Dienstleistungen wurden am häufigsten nachgefragt?

Klaus Spitznagel: Im Austausch mit Kollegen habe ich hier erfahren, dass der Trend zu digitalen Lösungen und modernen Workflows viel diskutiert und nachgefragt wurde. Hochmoderne IOS-Systeme, mit einer Vielzahl von Indikationsmöglichkeiten im täglichen Praxisablauf, stehen ganz oben auf der Wunschliste der Praxen. Unser IOS-Produktspezialist ist



mittlerweile ganzjährig mit Aufstellungen und Einweisungen beschäftigt. Nachdem wir digital gefertigten Zahnersatz bereits sehr erfolgreich überall dort anbieten, wo es Sinn macht, erleben wir in unserem Kundenkreis seit Jahren einen eindeutigen Trend hin zu mehr Digitalisierung. Aber auch das Interesse an Alignern wächst. Unsere TRIO-Clear Experten waren am konzerneigenen Aligner-Stand auf der IDS an allen Messetagen in vielen Gesprächen sehr gefragt. Zahnärzte werden meiner Meinung nach den Bereich mit Zahnkorrekturschienen immer mehr besetzen und ihr Portfolio hiermit ausbauen.

37 Jahre Erfahrung mit schönen Zähnen ist auf Ihrer Homepage nachzulesen. Eine lange Zeit. Was ist das Erfolgsgeheimnis von Permadental?

Klaus Spitznagel: Wir hören unseren Kunden zu und setzen Wünsche um, wo



Klaus Spitznagel im Gespräch mit Carmen Bornfleth im Rahmen des Business-Frühstücks zum Abschluss der IDS 2023.

es möglich ist. Webinare und Digitale Stammtische werden von unseren Kunden gerne zum Erfahrungsaustausch genutzt. Wie Sie selbst sehen, ist unser traditionelles Business-Frühstück am IDS-Samstag hier im Osman30 zum wiederholten Mal ausgebucht. Die IDS untermauert wieder, eine gute Plattform zu sein für viele gute Gespräche. Die Basis für all diese positiven Entwicklungen bleibt aber unser komplettes Angebot an qualitativem Zahnersatz. Und schlussendlich haben wir nie die Bodenhaftung verloren. Das macht unser Team einzigartig!

Was bieten Sie Zahnärzten konkret an, damit diese mit ihrer Praxis erfolgreich sein können?

Klaus Spitznagel: Wir wissen, dass häufig erst unsere Qualität – gepaart mit günstigen Preisen – eine Realisierung von manchen Heil- und Kostenplänen ermöglicht. Zufriedene und glückliche Patienten sind das beste Marketing für eine zahnärztliche oder kieferorthopädische Praxis. Dazu kommt unsere über Jahre gewachsene Expertise für fast jedes praxisrelevante Thema. Wir möchten Kunden in die digitale Zukunft begleiten oder - wenn gewünscht - sogar leiten.

Das Portfolio von Permadental ist in den letzten Jahren stark gewachsen. Was treibt Sie an?

Klaus Spitznagel: Als Teil der weltweit agierenden Modern Dental Group haben wir natürlich früh Zugang zu innovativen und neuen Materialien bei ZE-Lösungen. Unsere Kunden erwarten von einem Komplettanbieter wie Permadental immer ein hochmodernes und aktuelles Angebot. Als logische Folge bildet unser Produkt-Portfolio in der Regel alles für die Praxis ab, was in den Praxisworkflow integriert werden kann. Darauf können sich unsere Kunden auch in Zukunft verlassen.

Welches sind Ihre nächsten Ziele? Können Sie heute schon einen Ausblick geben?

Klaus Spitznagel: Schon seit einigen Jahren investieren wir in hochmoderne Produktionsverfahren und bauen unseren Fertigungsanteil in Europa aus. Die Digitalisierung ermöglicht viele neue Möglichkeiten. Unsere EVO-fusion Prothese wird z.B. digital und komplett in Deutschland hergestellt. Wir haben unser TRIO Clear Aligner Portal überarbeitet und bieten so jedem Zahnarzt die Möglichkeit, mit einfachen Schritten seine Aligner-Planungen durchzuführen. Immer mit der Möglichkeit, auf einen Experten zum jeweiligen Thema zurückgreifen zu können oder einen unserer Zahntechnikermeister in die Praxis zu bestellen. Wir werden weiterhin am Ausbau unserer Serviceleistungen arbeiten.

Welche Rolle spielt das Thema «Künstliche Intelligenz» bei Ihren Planungen?

Klaus Spitznagel: Ohne zu viel zu verraten, kann ich berichten, dass es bereits Kooperationen gibt. Unser Konzern wird auch in diesem wichtigen Zukunftsfeld für Zahnärzte und Kieferorthopäden weltweit eine wichtige Rolle spielen. Die Möglichkeiten, die hierdurch entstehen, werden unsere derzeitigen Vorstellungen sprengen!

Vielen Dank für diese interessanten Einblicke und weiterhin viel Erfolg.



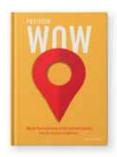
POSITION WOW

Durch Positionierung erfüllt und erfolgreich Ihre Arztpraxis entwickeln

Was bei Unternehmen als Selbstverständlichkeit gilt - nämlich das Angebot nach dem Markt und der Zielgruppe auszurichten - wird bei Praxen noch häufig vernachlässigt. Fokussierung und eine starke Positionierung bieten nicht nur die Möglichkeit, Ihre Patienten besser zu versorgen und gleichzeitig mehr zu verdienen, sondern vor allem dem Hamsterrad zu entkommen. Vanessa Kohnert erklärt, wie und weshalb es sich für Praxisinhaber lohnt, sich mit der eigenen Positionierung auseinander zu setzen. Und wie jeder mit nur 25 einfachen Übungen seine ganz individuelle Position finden

kann. Das von der Autorin entwickelte Modell "Architektur der Wirkung" stellt vereinfacht dar, wie Praxen sich von ihren Wettbewerbern wirkungsvoll differenzieren können.

Vanessa Kohnert Taschenbuch oder Kindle, 138 Seiten VYSIBLE communication https://vysible.de/positionwow_buch kontakt@vysible.de



Auf den Zahn gefühlt

Wie unsere Zähne stark und gesund bleiben

Prof. Dr. Stefan Fickl klärt auf über Risiken und Nebenwirkungen der wichtigsten Zahnbehandlungen. Er gibt konkrete Tipps, wie sich Patienten im Notfall selbst helfen können, und exklusive Einblicke in das Leben als Zahnarzt. Zähne sind im Dauereinsatz – nicht nur zum Essen, auch beim Sprechen, beim Lächeln und beim nächtlichen Knirschen spielen sie die zentrale Rolle. Da ist es kein Wunder, dass sie ab und zu auch Sorgen bereiten. Wie Patienten Schmerzen und im besten Fall auch den deswegen drohenden Zahnarztbesuch vermeiden können, zeigt dieses Buch.

Mit viel Humor, aber auch mit der nötigen Strenge, bringt Stefan Fickl Patienten ihre Zähne näher und zeigt, was sie tatsächlich selbst für ihre Gesundheit tun können, damit niemand mehr Angst vor dem Zahnarztbesuch haben muss.

Prof. Dr. Stefan Fickl Paperback oder E-Book, 400 Seiten ISBN: 978-3-462-30351-3 Kiepenheuer & Witsch, Köln







Praxisausstattung

Übertragungsinstrumente: Kleine Helfer mit wahrer Größe

Unternehmerisch steht fest, dass aktiver Werterhalt die Kosteneffizienz einer Zahnarztpraxis steigern kann - hierzu tragen auch bewusste Produktentscheidungen bei. Dr. Joachim Schmalz-Mainka aus Sinzig hat sich für Hand- und Winkelstücke aus dem Hause W&H entschieden und damit für absolut zuverlässige Praxisbegleiter.

ehr als 10 Millionen Hand- und Winkelstücke von W&H wurden seit dem Gründungsjahr 1890 verkauft und finden sich weltweit in Behandlungszimmern wieder. Besonders beliebt ist die Serie "Synea" mit ihren zwei Ausstattungslinien. Diese feiert in diesem Jahr 25-jähriges Produktjubiläum. Schon immer steht die Marke für schlanke Formen, elegantes Monobloc-Design und zuverlässige Performance in der Zahnarztpraxis. Durch ihre kontinuierliche Weiterentwicklung ist sie damals wie heute als innovativ und leistungsstark zu bezeichnen.

Alle Instrumente werden ausschließlich im österreichischen Stammwerk in Bürmoos gefertigt und sind damit "Made in Austria" mit einer sehr hohen Fertigungstiefe. Dass diese Maßgabe heute nicht mehr selbstverständlich ist, das weiß auch Zahnarzt Dr. Joachim SchmalzMainka aus eigener Erfahrung zu berichten: "Kürzlich hatte ich die Möglichkeit, das Werk in Bürmoos zu besuchen und mehr über die dortige Herstellung zu erfahren. Die Instrumente werden vor Ort mit viel Liebe und Herzblut gefertigt, nahezu alles aus Eigenherstellung bzw. via Zulieferung durch lokale Partner. Probleme mit Lieferketten und entsprechenden Verzögerungen sind folglich nicht zu erwarten. Das ist in der heutigen Zeit beeindruckend und natürlich unternehmerisch wichtig", schwärmt der Inhaber der Sinziger Praxis DentalHochDrei®.

Erfahrung macht den Unterschied

In der auf ganzheitliche Zahnheilkunde ausgerichteten Praxis von Dr. Schmalz-Mainka sind aktuell 55 Handstücke, Winkelstücke und Turbinen von W&H im Umlauf sowie verschiedene Kupplun-



Pro Zimmer sind drei blaue Winkelstücke, zwei rote Winkelstücke, vier Turbinen und zwei Handstücke von W&H im Umlauf sowie Instrumente für die Implantologie und Chirurgie.

Fotos: praxiskom



Familienpraxis: Das Behandlerteam um Praxisgründer Dr. Joachim Schmalz-Mainka wird vervollständigt durch Gattin Dr. Ilona Mainka, Tochter Miriam Mainka sowie Sohn Nicklas Mainka.

bietet W&H Turbinen sowie Winkel- und Handstücke zu einem ausgezeichneten Preis-/Leistungsverhältnis. Vierfach-Sprays und eine ergonomische Oberfläche zählen dabei ebenso zum Standard wie das Monobloc-Design bei den Handund Winkelstücken oder Keramikkugellager bei den Turbinen. Letztere überzeugen auch durch die vielen Vorteile von LED+, wie das stärkere Kontrastsehen durch einen hohen CRI-Wert oder das perfekt neutrale Licht.

gen. Ein Praxisumzug im Jahr 2018 mit Vergrößerung von drei auf fünf Stühle zog eine vollständige Neuanschaffung der Ausstattung mit sich. "Seit mehr als 10 Jahren arbeite ich mit Hand- und Winkelstücken von W&H. Durch Austesten und Ausprobieren bin ich zu diesem Hersteller gekommen. Immer, wenn ein Instrument meiner alten Ausstattung kaputt war, habe ich mich umgeschaut, was der Markt zu bieten hat - ich war offen für Neues. Schon immer lag mein Augenmerk auf Premiumprodukten. Im Laufe der Zeit musste ich aber feststellen, dass ein Premiumpreis nicht immer auch Premiumqualität bedeutet. Anders bei W&H - hier stimmt das Preis-Leistungsverhältnis. Beim Umzug in die neue Praxis entschieden wir uns fast ausschließlich für Übertragungsinstrumente dieses Herstellers", berichtet der erfahrene Zahnarzt,

der sich zunächst 1988 in einer Einzelpraxis niederließ und heute unter der Marke DentalHochDrei® gemeinsam mit seiner Frau sowie seinen zwei Kindern moderne Zahnmedizin auf hohem Versorgungsniveau anbietet.

Service und Gesamtkonzept tragen zum Werteerhalt bei

Der Qualitätsanspruch von W&H spiegelt sich neben der grundsätzlichen Produktqualität auch im umfassenden Serviceversprechen wider, das unter anderen die ausschließliche Verwendung von Originalersatzteilen vorsieht sowie eine entsprechende Zertifizierung aller Servicepartner.

In der Praxis von Dr. Schmalz-Mainka ist dies jedoch aktuell kein Thema, denn seit mittlerweile fünf Jahren gibt es im Bereich Instrumente keinen Reparaturbedarf. "Früher, in der alten Praxis, mit anderen Instrumenten und anderer Hygieneausstattung, hatten wir immer wieder Ausfälle, Defekte und Instrumente mit Reparaturbedarf. Seit fünf Jahren nicht mehr."

Hierzu trägt laut Schmalz-Mainka das W&H-Gesamtkonzept bei: "Wir verwenden für die Aufbereitung der Übertragungsinstrumente die Lisa sowie Assistina. Die Hygienekosten in einer Praxis sind heute ohnehin schon hoch, neben Anschaffungskosten müssen immer auch Folgekosten berücksichtigt werden wie beispielsweise für Geräte mit Validierungsbedarf. Dass alle Instrumente derzeit wie am ersten Tag funktionieren, führe ich auf die grundsätzliche Produktqualität des Herstellers zurück, alles ist aufeinander abgestimmt", erklärt der Sinziger Praxisinhaber abschließend.

> Christin Hiller www.wh.com

ÜBER SYNEA VISION

Das Synea Vision Hand- und Winkelstück-Sortiment bietet für jede Anwendungssituation die richtige Kopfgröße und damit beste Zugangsmöglichkeiten zum Behandlungsfeld. Gleichzeitig überzeugen sie durch einen ruhigen, vibrationsfreien Lauf basierend auf einer innovativen Verzahnungstechnologie. Die Hand- und Winkelstücke der Synea Vision Reihe glänzen mit spezieller kratzfester Oberflächenbeschichtung für noch mehr Ästhetik, Hygiene und Langlebigkeit. Highlight der Reihe ist das 5-fach Ring LED+, das eine 100% schattenfreie Ausleuchtung der Präparationsstelle ermöglicht sowie die Microturbine TK-100.

Erfahrungsbericht zum EBZ

Beachtliche Zeitersparnis und sichere Datenübertragung

"15 Minuten pro Plan", so quantifiziert Dr. Markus Sagheri die Zeitersparnis durch das Elektronische Beantragungs- und Genehmigungsverfahren – Zahnärzte (EBZ). Die komplett digitalisierte Zahnärztliche Gemeinschaftspraxis von Dr. Sagheri und Dr. Christian Pilz verfügt bereits seit Oktober 2021 über die Voraussetzung für den Anschluss an das verschlüsselte E-Mail-Verfahren KIM (Kommunikation im Medizinwesen). Wie die Praxis von der Zeitersparnis profitiert und diese beurteilt, lesen Sie hier.



Wir sind zum 1. Juli 2022 mit dem CGM EBZ-Modul ZE gestartet. Zum 1. Januar kam dann das CGM Modul EBZ-PA dazu", berichtet Dr. Sahgeri. "Auf das KB-Modul können wir hier in Aachen verzichten, denn Kieferbruch-Pläne sind im KZV-Bereich Nordrhein nicht genehmigungs- oder anzeigepflichtig", erklärt er.

Seit 1. Januar 2023 ist der Einsatz von EBZ für alle Zahnarztpraxen Pflicht: Das digitale Verfahren muss – bis auf wenige begründete Ausnahmen – angewandt werden und bringt für alle Beteiligten, für Praxen und für Patienten, aber ebenso für die Kostenträger, nur Vorteile: Zu den konkreten Benefits zählen neben der beachtlichen Zeitersparnis eine schnellere Genehmigung, eine sichere Datenübertragung und -verarbeitung sowie eine optimierte Terminplanung.

Schneller, sicherer, zuverlässiger und preiswerter

Verschiedene Vorteile kann Dr. Sagheri aus seiner EBZ-Erfahrung begründen: "Wir sind schneller, weil eine Genehmigung teilweise innerhalb von Minuten vorliegt. Das Verfahren ist sicherer, weil die Zustellung und Rücksendung gezielt an die richtigen Adressen gehen, und zuverlässiger, da keine Unterlagen auf dem Postweg oder intern verloren gehen. Da Papier und Porto gespart werden, ist es auch preiswerter."

Erwartungen absolut erfüllt

Wie keine andere digitale Anwendung der Telematikinfrastruktur erhielt das EBZ-Verfahren im Vorfeld bereits reichlich Lorbeeren – entsprechend hoch waren die Erwartungen an seine Alltagstauglichkeit. "Mit den CGM-Modulen sind meine Erwartungen absolut erfüllt worden. Die Module sind einfach aufgebaut, tief in die aktuellen Abläufe integriert und selbsterklärend", konstatiert Dr. Sagheri.

Digital gewinnt immer

Auf die Frage, wie in seiner Praxis der Faktor "Zeitersparnis" eruiert wurde, hat der digital-affine Zahnarzt eine ebenso nachvollziehbare wie überzeugende Antwort: "15 Minuten ergeben sich bei uns dadurch, dass niemand Umschläge füllen und kleben, zum Briefkasten flitzen oder andersherum die ankommende Post durchgehen, einscannen, im Praxis-Archiv ablegen, zuordnen und den Plan als "genehmigt" markieren muss.

Perfekt konfiguriert

Seit ihrem Umstieg im Jahr 2018 von CGM Z1 auf CGM Z1.PRO arbeitet die Gemeinschaftspraxis Pilz & Sagheri komplett digital – sowohl in der Behandlung als auch in der Verwaltung. Auf die Tätigkeitsschwerpunkte Implantologie, Parodontologie und Endodontie abgestimmte hoch aktuelle Expertenmodule unterstützen die Patientenbehandlung. Zusätzlich optimieren exakt auf die Praxisanforderungen zugeschnittene Spezialmodule die Praxisorganisation, -verwaltung und das Praxismanagement. Ob Qualitätsmanagement, Controlling, Marketing, Archivierung oder Finanzen, die von Dr. Sagheri ausgewählten Software-Konfigurationen sind perfekt auf die beiden Zahnärzte und ihr neunköpfiges Team abgestimmt.

Nach gut einem halben Jahr Einsatz des CGM EBZ-Moduls ZE und einigen Wochen Erfahrung mit dem CGM EBZ-Modul PA steht für Dr. Markus Sagheri fest, dass "EBZ ein einfaches, effizientes und modernes Verfahren für die Beantragungen bei den gesetzlichen Krankenkassen ist.

Gemeinschaftspraxis Dr. Christian Pilz und Dr. Markus Sagheri www.pilz-sagheri.de Umweltbewusstsein

Nachhaltige Tipps für die Zahnarztpraxis 📜

Nach uns nicht die Sintflut

Nachhaltigkeit ist auf der IDS 2023 spürbar angekommen. Das betrifft auch umweltbewusste Rahmenbedingungen im Produktionsprozess. Langlebigkeit, Wartungsfreundlichkeit, Materialauswahl, CO₂-Relevanz - der Fokus auf nachhaltige Anwenderbedürfnisse wird neu bewertet. Gesundheit und Nachhaltigkeit gehören zusammen. Beim IDS-Auftritt der Initiative «Die Grüne Praxis» gab es besonders nachhaltige Produkte wie Zahnputztabletten, natürliche Aligner und für den Thermodesinfektor geeignete plastiksparende Mehrweg-Mundspülbecher zu entdecken. Viele interessierte Praxisteams bekamen Inspirationen und konkrete Handlungsempfehlungen für einen nachhaltigen Praxis-Workflow.



www.grüne-praxis.com



Nachhaltige Flächendesinfektion

Bei Verbrauchsmaterialien ist es sehr wichtig, dass nachhaltig hergestellte Angebote verfügbar werden. Der Materialbedarf ist in allen Praxen hoch - verbunden mit einer sehr kurzen Nutzungszeit. Da Nachhaltigkeit für viele Praxen ein wichtiges Kriterium ist, bietet Dürr Dental nachhaltige Produkte für die Flächendesinfektion und macht damit die Praxishygiene nach-



haltiger und effizienter. Die natürlichen Tuchfasern der auf der IDS präsentierten FD green Desinfektionstücher enthalten kein Plastik, basieren auf nachwachsenden Rohstoffen und werden mit einem umweltschonenden Produktionsprozess hergestellt. Das Tuchmaterial enthält kein Plastik und besteht aus klimaneutralen Fasern. Als Tuchbasis dienen ausschließlich

Naturfasern aus zertifizierter Forstwirtschaft. Bei der Herstellung der Tücher werden CO₂-Emissionen reduziert und der Produktionsprozess ist umweltschonend, da die Prozessenergie aus erneuerbaren Quellen bezogen wird. Mit dem gebrauchsfertigen Tuch können 2,60 m² desinfiziert werden (anstatt 0,54 m² mit einem Vergleichsprodukt).



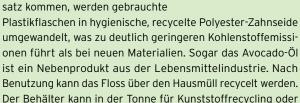
www.duerrdental.com

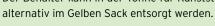


Recycelte Plastikflaschen für die Interdentalraumreinigung

Nachhaltigkeit wird bei TePe großgeschrieben. Das TePe Dental Floss für die tägliche wirksame Reinigung der Zahnzwischenräume wird aus recycelten Wasserflaschen hergestellt, hat einen Behälter aus recycelten Materialien und eine Umverpackung aus FSC-Papier. Das Floss ist frei von PFAS und mit pflanzlichem Wachs und

Avocado-Öl beschichtet. Die effektive und angenehme Zahnseide überzeugt mit einem frisch-minzigen Geschmack. Die Zahnseide dehnt sich während des Gebrauchs durch die mechanische Reibung aus, was die Reinigungswirkung verstärkt. Durch einen fortschrittlichen Produktionsprozess, bei dem keine Chemikalien zum Ein-







www.tepe.com



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







Natürliche Hausmittel für die Zähne: gefährlich oder sinnvoll?



In dieser Folge ihrer Kolumne "Bitte lächeln" sprechen die niedergelassenen Zahnärztinnen Dr. med. dent. Juliane Becker und Dr. med. dent. Schamiem Stumpfe über Sinn und Unsinn zahnmedizinischer Hausmittel und natürlicher Produkte.



Unser Podcast zu Wirtschaftlichkeit. Organisation und Digitalisierung in der Praxis.

Staatliche Förderung für Weiterbildung von ZFAs



Die beruflichen Rahmenbedingungen für ZFAs ändern sich in schnellem Tempo. Vor diesem Hintergrund unterstützen Bund und Länder ihre Weiterbildung. Die vielfältigen Fördermöglichkeiten sind jedoch vielen Zahnarztpraxen nicht ausreichend bekannt.



⁻otos: Pixel-Shot - stock.adobe.com, Sonja Birkelbach - stock.adobe.com. Dan Race - stock.adobe.com, Yeti Studio - stock.adobe.com



Zahnärztinnen überholen die Männer bei den Praxisgründungen

Die Selbstständigkeit ist eine Männerdomäne? Das stimmt schon lange nicht mehr. Erstmals verzeichnen die Statistiker in Deutschland nun sogar mehr Zahnärztinnen als Zahnärzte unter den Praxisgründern. Gewisse Unterschiede zwischen den Geschlechtern bleiben aber bestehen.



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: 08191125-0 www.dental-wirtschaft.de www.medtrix.aroup

CEO: Oliver Kramer

Geschäftsführung:

Stephan Kröck, Markus Zobel

Redaktion:

Gesamtredaktionsleitung Deutschland

Günter Nuber

Editor-in-chief (extern)

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 Nikuta-Meerloo E-Mail: andrea.nikuta-meerloo@medtrix.group

Obiektleitung Sales:

Andrea Lottes E-Mail: andrea.lottes@medtrix.group

Media- und Vertriebsleitung:

Biörn Lindenau

Media:

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.



Bestellcoupon

Einfach ausfüllen und per Post an uns zurückschicken oder als Fax an 08191 30555 92 senden!

Bitte vergessen Sie nicht, Ihre E-Mail-Adresse anzugeben!

An den Leserservice von dental-wirtschaft.de

Justus-von-Liebig-Straße 1 86899 Landsberg

☐ Ja, ich will den 14-tägig erscheinenden, kostenlosen dental-wirtschaft.de-Newsletter abonnieren.			
E-Mail-Adresse	(Bitte in Druckbuchstaben ausfüllen)		
Name Paum für Stampel			
Raum für Stempel			
Absender (Praxisstempel), Datum, Unterschrift			



BOUTIQUE WHITENING Schonende Zahnaufhellung

Nutzen Sie die Vorteile eines Komplettanbieters.

Das Plus für Ihre Praxis: Als Anbieter von **A**lignern/**B**leaching/**C**omposite-Lösungen (A-B-C) verfügt die Modern Dental Group über die Erfahrung aus vielen Tausend erfolgreich abgeschlossenen Patienten-Fällen.





Gültig bis Ende Mai.