

Erfolgreiche Praxisführung
für Zahnärztinnen
und Zahnärzte

DENTAL & WIRTSCHAFT

Abrechnung

**Kostenvoranschläge
effektiv nachfassen** S. 14

Recht

**Praxisbezeichnung:
Was ist erlaubt?** S. 24

Praxismanagement

**Gelungene interne
Kommunikation** S. 26

Stabilität in der Praxis

**Mitarbeiter-
bindung für
den Erfolg** S.10

A close-up portrait of a man with dark hair and brown eyes, wearing a dark blue sweater over a white collared shirt. The background is a blurred city street. Handwritten text in white cursive is overlaid on the top right of the image.

*Unabhängigkeit ist einfach alles
für mich! Für meine Patienten bin
ich so ganz klar am besten.*

Was ist wichtig in Ihrem Leben?

Was immer Sie beschäftigt, sprechen Sie mit uns.

 apobank.de/die-zeit-ist-jetzt

 **apoBank**
Bank der Gesundheit



Carmen Bornfleth
Editor-in-chief



E-Mail:
carmen.bornfleth@medtrix.group

Praxisführung durch unternehmerisches Geschick

**Liebe Leserin,
lieber Leser,**

die zahnärztliche Praxis bedeutet längst mehr als nur die Versorgung von Zähnen - sie ist ein Balanceakt zwischen zahnmedizinischer Patientenversorgung auf höchstem Niveau und erfolgreicher Praxisführung durch unternehmerische Kompetenz.

Die aktuellen wirtschaftlichen Herausforderungen machen die niedergelassene Praxis zu einem spannenden, aber auch dynamischen Feld: Abrechnung, Steuern, Recht, Finanzen, Praxismanagement und Praxismarketing stehen auf der einen Seite, Patientenmanagement und regulatorische Anforderungen auf der anderen. Um attraktiv und up-to-date zu bleiben, sind Investitionen und neue Technologien ein weiteres Thema. Darüber hinaus sind Fortbildungen und Qualifizierungen für den Praxisbetreiber wichtig, nicht nur in zahnmedizinischen Fachthemen, sondern vor allem auch zu betriebswirtschaftlichen Fragestellungen.

Auch in dieser Ausgabe von DENTAL & WIRTSCHAFT finden Sie wieder relevante Themen und praktische Hinweise zu den wirtschaftlichen Aspekten der Zahnmedizin. Wir hoffen, dass Ihnen diese Informationen helfen, Ihre Praxis erfolgreich zu führen und gleichzeitig die hohe Qualität der zahnmedizini-

schen Versorgung zu erhalten.

Sicherlich kennen Sie die Situation, dass Sie Heil- und Kostenpläne verschicken und die Patienten sich nicht mehr melden. Abrechnungs-Expertin Bianca Herzog-Hock hat ab Seite 14 neun Tipps zusammengestellt, die Ihnen helfen können, Kostenpläne erfolgreich nachzufassen. Scheuen Sie sich nicht, denn in der Regel haben Sie bereits Zeit in das Patientengespräch investiert und die Erstellung des Kostenplans war für Ihr Team mit Aufwand verbunden. Es lohnt sich also, den Patienten von der Behandlung zu überzeugen. Neben dem steigenden Kostendruck verschlingt die Suche nach neuen Mitarbeitern heute viel Geld. Umso wichtiger ist es, langjähriges Personal an das Unternehmen zu binden. Investieren Sie rechtzeitig in Ihre MitarbeiterInnen und sorgen Sie dafür, dass diese sich bei Ihnen wohl fühlen. Fünf Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung stellt Jonas Kock auf Seite 12 vor.

Wichtig ist in diesem Zusammenhang auch, dass die interne Kommunikation zwischen Praxisteam und Zahnarzt funktioniert. Nur so kann eine hohe Servicequalität und eine optimale Patientenversorgung gewährleistet werden. Der Beitrag von Sabine Kittel ab Seite 16 zeigt erprobte Strategien auf, die helfen können, die Kommunikation zu perfektionieren.

Viel Spaß bei der Lektüre wünscht

C. Bornfleth



STEUERN 20
Als Arbeitgeber Kosten sparen
 Um Mitarbeiter zu halten, lohnt es sich, mehr Netto vom Brutto zu bezahlen - durch eine Nettlohnoptimierung wird das Einkommen des Arbeitnehmers erhöht.



RECHT 22
Was muss ich über ein MVZ wissen?
 Rechtsanwalt Ralph Leibecke gibt einen Überblick über die Voraussetzungen für die Gründung eines MVZ und die damit verbundenen Vor- und Nachteile.



PRAXISMANAGEMENT 30
Award „Dentpreneurin 2022“
 Für Astrid Tabellion aus Offenburg ist ihr Beruf gleichzeitig Berufung. Wir haben mit ihr gesprochen und mehr über ihr persönliches Erfolgsrezept erfahren.

AKTUELLES

- 08 Aktionsbündnis gesundes Implantat **PMI Science als neuer Partner**
- 08 DGI legt neue Leitlinie vor **S3-Leitlinie: Implantologische 3D-Röntgendiagnostik**

FOKUS

- 10 Mitarbeiterbindung **Sorgen Sie für Stabilität in Zeiten des Kostendrucks**

ABRECHNUNG

- 13 Vorbeugung von Prüfverfahren **So verhindern Sie Abrechnungskontrollen**
- 14 Kostenpläne nachfassen **Was tun, wenn der Patient nicht reagiert?**

FINANZEN

- 17 Geldanlage **In 6 Schritten zur einfachen Geldanlage**

STEUERN

- 20 Als Arbeitgeber Kosten sparen **Mitarbeiterbindung durch die Nettlohnoptimierung**

RECHT

- 22 Medizinrecht **MVZ: Was muss ich für die Gründung wissen?**
- 24 Werberecht **Praxisbezeichnung: Was ist zulässig?**



PRAXISMANAGEMENT

- 25 Eine Praxismarke braucht Charakter **Praxismarketing bedeutet immer Inhaberentwicklung**
- 26 Interne Kommunikation - das magische Dreieck **Effektive Strategien für ein reibungsloses Praxismanagement**
- 30 Dentpreneurin 2022: Astrid Tabellion aus Offenburg **„Wenn der Beruf gleichzeitig Berufung ist“**
- 32 Personalbindung in der Zahnarztpraxis **Steigerung der Personalbindung mit einer leistungsgerechten Bezahlung**
- 34 Starke Führungskräfte **„Warum ist Geldverdienen in der Mehrbehandlerpraxis schwieriger?“**



STUDIEN

- 36 Blick in die Wissenschaft **Wie wirken sich Piercings auf parodontale Strukturen aus?**
- 37 Blick in die Wissenschaft **3D-Bildgebung als präoperatives Hilfsmittel in der Furkationschirurgie**

FORTBILDUNG

- 19 Infomesse 2023 - Verband Deutscher Dental-Softwareunternehmen (VDDS)
- 29 Symposium „Dentale SynOptic“
- 29 Praxisperspektive Zukunft
- 33 Führen in der Zahnarztpraxis
- 33 Die Praxis anders gedacht - Ischgl 2024

BRANCHEN-NEWS

- 38 Instrumentenaktion „Clean & Clear“ **Kompromisslose Hygiene und Sicherheit**
- 39 EVO fusion Prothesen **Eine Erfolgsstory „Made in Germany“**
- 39 Eigentümerwechsel **Flemming Dental stellt sich mit neuem Investor Oakley auf**

40 Neue Prophylaxe Soft Pulver
Das perfekte Zusammenspiel von Komfort und Wirksamkeit

40 „Mittendrin statt nur dabei“
BEGO hat zum Tag der offenen Tür eingeladen

NACHHALTIGKEIT

41 Umweltbewusstsein
Nachhaltige Tipps für die Zahnarztpraxis

RUBRIKEN

- 03** Editorial
- 42** Online-News
- 16** Impressum

TITELGESCHICHTE

10

Mitarbeiterbindung als Erfolgsrezept
Im Beitrag erfahren Sie, wie Investitionen in die Mitarbeiterbindung dazu beitragen, die Personalsituation zu stabilisieren und dabei Kosten zu reduzieren.



Weniger Zahnknirschen
Mehr Erfolg bei der Praxisführung

Der D&W-Newsletter
Ihr Dental-Ratgeber mit aktuellen News & praktischen Tipps zu Recht, Steuern, Finanzen, Abrechnung & Digitalisierung

JETZT SICHERN!



Fotos: AleksandarGeorgiev/Gettyimages, Studio-Pro/Stock



Mehr erfahren & kostenfrei abonnieren
dental-wirtschaft.de/newsletter

Zahnersatz von Flemming International

Global im Know-How, lokal im Service.



Erleben Sie den Unterschied.
Wir stehen Ihnen in der Praxis
beratend zur Seite.

Jetzt 25 %
Kennenlern-
Rabatt auf die
erste Arbeit
sichern!*

**Flemming International vereint internationalen
Zahnersatz und Inlandsservice.**

Hochwertig, digital, bezahlbar.

* Das Angebot gilt für einen Erstauftrag und bezieht sich auf alle zahntechnische Leistungen der Flemming Dental International GmbH (Preisliste Stand 01/2022), Material ist ausgenommen. Die Rabattaktion kann nicht mit anderen Angebotspreisen von Flemming International kombiniert werden und richtet sich an alle in Deutschland niedergelassenen Zahnärztinnen und Zahnärzte. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.



Ihr Partner in der Praxis: Global im Know-How, lokal im Service.



Internationaler Zahnersatz in Premium-Qualität

Profitieren Sie von Flemming Internationals hochwertigem Zahnersatz, gefertigt mit modernster Technologie und höchsten Qualitätsstandards.



Lokaler Service, der Sie überzeugt

- Persönliches Kennenlerngespräch direkt in Ihrer Praxis: Unsere Experten stehen Ihnen beratend zur Seite.
- Sie haben Fragen im Tagesgeschäft? In unserem Servicecenter in Leipzig erhalten Sie telefonische Unterstützung von erfahrenen Zahntechniker:innen.



Warum Flemming International?

- Deutscher Qualitätsstandard
- Umfangreiche Endkontrolle durch erfahrene Zahntechniker:innen in Deutschland
- Digitales 24/7-Kundenportal
- Zertifizierung nach aktuellen ISO-Normen
- Verwendung von ausschließlich CE-zertifizierten Materialien namhafter Hersteller



**Vereinbaren Sie jetzt ein kostenfreies,
unverbindliches Beratungsgespräch in Ihrer Praxis.**

Genießen Sie während des Gesprächs einen frisch gebrühten Kaffee aus einem exklusiven Flemming-Kaffee-Set.

 **0341 4469250**



Vertrauter Partner, günstige Preise.

 **FLEMMING**
INTERNATIONAL

Aktionsbündnis gesundes Implantat

PMI Science als neuer Partner

Im Aktionsbündnis setzen sich Industrieunternehmen, Verbände, Verlage sowie namhafte Wissenschaftler und Experten für die Förderung der Implantatgesundheit ein. Mit PMI Science als Forschungs-Abteilung von Philip Morris, unterstützt nun ein Tabak-Konzern die Arbeit des Aktionsbündnis für die langfristige Gesunderhaltung von Zahnimplantaten.

„Wir freuen uns, als Industriepartner die großartige Arbeit des Aktionsbündnisses gesundes Implantat zu unterstützen. Wir sind uns der negativen Auswirkungen des Rauchens auf die Mund-, Zahn- und Implantatgesundheit bewusst – aus diesem Grund hat Philip Morris bereits mehr als 10 Milliarden Euro in die Erforschung verbrennungsfreier Alternativen investiert, um den Transformationsprozess in



eine rauchfreie Zukunft mitzugestalten“, so Carsten Schwindt – Senior Executive Scientific & Medical Affairs bei Philip Morris Deutschland.

Jan-Philipp Schmidt, Geschäftsführer des Aktionsbündnis ergänzt hierzu: „Wir freuen uns auf Philip Morris als einen Tabak-Konzern im Wandel als engagierten Industrie-Partner. Wir möchten das Thema „Tobacco Harm Reduction“ (Schadensminderung beim Rauchen) begleiten und die Bestrebungen hin zu einer rauchfreien Gesellschaft, insbesondere im Hinblick auf die Implantatgesundheit, unterstützen.“

www.gesundes-implantat.de



Jan-Philipp Schmidt freut sich auf die Zusammenarbeit mit PMI Science für die langfristige Gesunderhaltung von Implantaten. Foto: Privat

DGI legt neue Leitlinie vor

S3-Leitlinie: Implantologische 3D-Röntgendiagnostik

Vor einer Implantation ist eine radiologische Untersuchung der umgebenden Knochengewebe erforderlich. In fünf Empfehlungen haben Fachleute von 17 Fachgesellschaften und Organisationen unter Federführung der DGI und der DGZMK in einer S3-Leitlinie formuliert, wann eine 3D-Diagnostik empfohlen wird und was dabei beachtet werden sollte.

Die AutorInnen haben sieben Indikationen aufgelistet, bei denen eine 3D-Röntgendiagnostik hilfreich sein kann. Auch spezielle Therapiekonzepte können eine Untersu-

chung mit DVT nötig machen. In der ersten Empfehlung der Leitlinie formulieren die Fachleute die Notwendigkeit einer ausreichenden radiologischen Diagnostik des Implantatbettes vor einer Implantation. Lassen sich die notwendigen Informationen für Diagnostik, Therapieentscheidung und die Durchführung der Behandlung mit einer zweidimensionalen Untersuchung nicht gewinnen, sollte die 3D-Diagnostik erfolgen. Wird eine Therapie computergestützt geplant, wird in der Regel ein DVT empfohlen. Eine starke Empfehlung haben die Fachleute zum

Thema Strahlenbelastung formuliert: „Für die dreidimensionale Röntgenbildgebung soll das der Indikation entsprechende Verfahren mit der geringsten Strahlenbelastung gewählt werden. Bei der Einstellung des DVT soll das, entsprechend der Fragestellung, kleinstmögliche Field of View (Aufnahmevermögen) verwendet und eine adäquate Ortsauflösung gewählt werden, die zu einer möglichst geringen Strahlenexposition führen.“

Zwei Empfehlungen gibt es zu den Grenzen der DVT: Die Diagnostik der periimplantären Umgebung im DVT ist zwar möglich, im unmittelbaren Nahbereich sei diese jedoch nur eingeschränkt beurteilbar. Daher empfehlen die Autoren die Kontrolle des periimplantären Knochens zunächst durch eine zweidimensionale Bildgebung. In Empfehlung Nr. 5 geht es um die Beachtung möglicher Messungenauigkeiten der DVT bei der Implantation. Zu wichtigen anatomischen Strukturen, wie z. B. dem Nervus alveolaris inferior und dem Foramen mentale sollte stets ein Sicherheitsabstand von zwei Millimeter eingehalten werden.

www.dgi-ev.de



Die neue Leitlinie gibt wichtige Empfehlungen zur 3D-Diagnostik.

Foto: DGI

Innovative Bildgebung für höchste Ansprüche.

Entdecken Sie die Möglichkeiten mit OP 3D LX.

- Hochauflösende und non-stiching Scans dank flexiblen FoV Optionen von **5 x 5** bis **15 x 20cm**
- Neue, **erleichterte Patientenpositionierung** und **intuitive Benutzeroberfläche**
- Gesteigerte Effizienz durch **kurze Scanzeiten**
- **Cloudbasierte** Wartungskommunikation

Erfahren
Sie mehr



Nahtlose Integration mit
AI-basierte, preisgekrönte
DTX Studio™ Clinic Software



Kontaktieren Sie Ihren DEXIS Ansprechpartner.

Mitarbeiterbindung

Sorgen Sie für Stabilität in Zeiten des Kostendrucks

Personalmangel und steigender Kostendruck bedrohen zunehmend die Existenz unserer Zahnarztpraxen. Händeringend sucht die ambulante Versorgung nach Fachkräften und fragt sich gleichzeitig, wovon sie diese noch bezahlen soll. Wie Investitionen in die Mitarbeiterbindung dazu beitragen können, die Personalsituation zu stabilisieren und Kosten zu reduzieren, erläutert Jonas Kock, Geschäftsführer der Praxisberatung Kock + Voeste.

Die neuen Sparmaßnahmen des Bundesgesundheitsministeriums setzen Zahnarztpraxen weiter unter Druck. Während die wiedereingeführte Budgetierung vertragszahnärztliche Leistungen massiv deckelt, die Inflation zuschlägt und Marktpreise weiter steigen, kämpfen Praxisinhaberinnen und -inhaber gegen die roten Zahlen: Zinsen, Mieten, Material und Energie, alles ist teurer geworden.

Besonders aber schlägt der Personalbereich zu Buche. Inzwischen sind Löhne über dem Tarif die Regel. Gleichzeitig verschärft der Mangel an qualifizierten Fachkräften die Situation. Gutes Praxispersonal ist rar und jede Neueinstellung kostet mehr Geld. In diesem Spannungsfeld kommt der Mitarbeiterbindung eine immer größere Bedeutung zu, um nicht nur die Qualität der Patientenversorgung aufrechtzuerhalten, sondern auch die unternehmerische Stabilität Ihrer Zahnarztpraxis zu sichern.

Personalmanagement heißt, über das Recruiting hinauszudenken

Ob Personaldienstleister, Marketingagenturen, Ihre Mitbewerber oder Ihre Praxis selbst: Alle werben um zahnmedizinische Fach- und Führungskräfte. Beim Erstellen von Anzeigen und Recruiting-Kampagnen oder der Pflege eines ansprechenden Außenauftritts geht der Blick für das vorhandene Personal schon mal verloren. Nach dem Motto: „Läuft doch!“ werden Optimierungsmaßnahmen und Teamentwicklung in der bestehenden Belegschaft vernachlässigt.

Unzufriedenheit entwickelt sich jedoch oft schleichend. Werden Mitarbeiterbedürfnisse nicht gehört und berücksichtigt, steigt die Frustration – bei einzelnen

Angestellten oder gar im ganzen Team. Ist erst der Zustand der „inneren Kündigung“ erreicht, zeigen Ihre Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer keine Eigeninitiative mehr, leisten nur noch „Dienst nach Vorschrift“ und verlassen eher früher als später die Praxis.

Jedes Ausscheiden eines Teammitglieds erhöht für andere die Arbeitsbelastung. Das Stresslevel steigt, die Atmosphäre ist angespannt und im schlechtesten Fall folgt eine Kündigungs-Kettenreaktion. Denn selten schwelt die Unzufriedenheit nur in einer einzelnen Person. Missmut wird in der Kaffeeküche weitergetragen und verstärkt – andere Mitarbeitende lassen sich womöglich aufstacheln und am Ende folgt einer Kündigung die nächste.

Wer die Mitarbeiterorientierung in den Fokus nimmt, kann personelle Krisenentwicklungen vermeiden und die wichtigste Arbeitsgrundlage einer Zahnarztpraxis – das Personal – langfristig sichern. Widmen Sie Ihren Mitarbeitenden die Aufmerksamkeit und Wertschätzung, die es bedarf, um eine verlässliche Personalstruktur zu schaffen. Denn Mitarbeiterwechsel wirken sich destabilisierend auf Ihr Unternehmen aus, sind nervenaufreibend und teuer.

Mitarbeiterbindung versus Kosten der Fluktuation

Es mag auf den ersten Blick verwunderlich erscheinen, ausgerechnet die Mitarbeiterbindung in den Fokus zu nehmen, in Zeiten, in denen viele Zahnarztpraxen unter einem enormen Kostendruck ächzen. Bei genauerer Betrachtung wird jedoch deutlich, wie stark die Mitarbeiterfluktuation die Kostenstruktur einer Praxis beeinflusst. Neue Mitarbeitende müssen nicht nur gefunden werden. Es braucht



Jonas Kock

Foto: Kock + Voeste GmbH

Inhaber und Geschäftsführer der Praxisberatung Kock + Voeste GmbH. Als studierter Betriebswirt, systemischer Coach und Fachberater für das ambulante Gesundheitswesen unterstützt er niedergelassene MedizinerInnen bei der Organisationsentwicklung und Praxisoptimierung.

Sorgen Sie dafür, dass sich Ihre Mitarbeitenden wohl fühlen - die finanziellen Belastungen durch Fluktuation sind immens.

auch Zeit, diese anzulernen und in die speziellen Abläufe und Anforderungen der medizinischen Einrichtung einzuarbeiten. Die finanziellen Belastungen durch Mitarbeiterwechsel sind vielfältig. Durch den Verlust erfahrener Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter sinkt zunächst die Produktivität in Ihrer Praxis. Bis ein neues Teammitglied in die Fußstapfen der Vorgängerin oder des Vorgängers hineingewachsen ist, braucht es viele zeitliche und monetäre Ressourcen.

Der Rekrutierungsprozess erfordert ein nicht unerhebliches Marketingbudget und bindet Kapazitäten für Auswahlverfahren, Bewerbungsgespräche und administrative Tätigkeiten. Gehälter werden höher verhandelt und oftmals braucht es Schulungen und Einarbeitungsphasen, die zusätzliche Kosten verursachen.

Abgesehen von den direkten Aufwendungen, entstehen auch sogenannte indirekte Kosten. Eine hohe Mitarbeiterfluktuation bringt Unruhe in Ihr Team. Sie gefährdet den reibungslosen Arbeitsablauf und hat Auswirkungen sowohl auf die Mitarbeitermotivation als auch auf die Patientenbeziehung. Verlässlichkeit und Vertrauen sind wichtige Währungen im unternehme-

rischen und vor allem im medizinischen Kontext. Häufig wechselnde Ansprechpartner in der Praxis schwächen die Patientenbindung und können sich negativ auf den Behandlungserfolg auswirken. Die Folge sind schlechte Praxisbewertungen, weniger Patienten und ausbleibende Bewerberinnen und Bewerber.

Mitarbeiter- vor Patientenorientierung?

Noch immer steht in vielen Zahnarztpraxen die Patientenorientierung vor der Mitarbeiterorientierung. Für ein aufwendig gestaltetes Wartezimmer wird gern einmal viel Geld in die Hand genommen. Der Patient soll sich schließlich wohl fühlen und die Praxis etwas hermachen. Der Pausenraum für Mitarbeitende ist dagegen oft nicht mehr als eine lieblos und spärlich eingerichtet Abstellkammer. „Reicht doch“, denkt man sich, „den bekommen Externe eh nicht zu Gesicht.“

Social-Media-Agenturen werden beauftragt, um die Online-Kanäle mit attraktivem und informativem Content für die Patienten-Zielgruppe zu bespielen. Es werden Patienten-Veranstaltungen organisiert und Infoabende durchgeführt.

Für die Mitarbeitenden gibt es jedoch weder ein ansprechendes Intranet noch interne Informationsveranstaltungen. Auch Team-Events kommen oft zu kurz und in Praxisfortbildungen geht es immer noch mehr um die Patientenkommunikation als um die Gesprächskultur innerhalb der Praxis.

Praxisinhaberinnen und -inhaber vergessen oft, dass die Mitarbeiterorientierung die Grundlage für die Patientenorientierung bildet. Nur wenn sich auch Ihre Angestellten wohlfühlen, werden die Patientinnen und Patienten ein gutes Praxiserlebnis haben.

Patientenorientierte Marketingmaßnahmen können noch so gut sein, wenn sich der Eindruck in der Praxis nicht bestätigt – oder die Unzufriedenheit schon durch den Telefonhörer schwappt. Patientinnen und Patienten bestätigen immer wieder, dass sie sehr feine Antennen für die Stimmung in einer Zahnarztpraxis haben. Daher ist es auch für die Patientenbindung entscheidend, sich erst auf die Zufriedenheit der Praxismitarbeitenden zu konzentrieren, bevor man sich der Patientenorientierung widmet.

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die zufrieden, engagiert und loyal sind, bleiben Ihrer Praxis nicht nur längerfristig erhalten, sie sind auch am besten in der Lage, Patienten zu begeistern und zu binden. Ebenso, wie Sie sich das Vertrauen Ihrer Patienten verdienen müssen, damit diese wiederkommen, müssen Sie als Führungskraft auch das Vertrauen Ihres Praxisteams gewinnen, damit dieses bleibt. Das Verhältnis zwischen Arbeitgebenden und Arbeitnehmenden ist eine wechselseitige Beziehung, die auf Geben und Nehmen beruht. Für die Mitarbeiterorientierung bedeutet das, dass die Arbeitsbeziehung vor allem wertschätzend, involvierend und transparent gestaltet werden sollte.

Mit welchen Maßnahmen das gelingen kann, haben wir hier für Sie auf der nächsten Seite zusammengetragen.

Mit Mitarbeiterbindung die Krisen-Resilienz der Praxis stärken

In einer Zeit, in der Kostendruck und Fachkräftemangel die medizinische Landschaft prägen, kann eine gezielte Mitarbeiterbindung einen entscheidenden Unterschied machen. Sie wirkt nicht nur den finanziellen Auswirkungen »



der Fluktuation entgegen, sondern fördert die Arbeitsqualität und Beständigkeit Ihrer Praxis. Mitarbeitende, die sich mit ihrem Arbeitsplatz und ihrem Team verbunden fühlen, sind in der Regel motivierter, produktiver und weniger anfällig für einen Wechsel. Dies reduziert nicht nur die Kosten für die Einarbeitung neuer

Mitarbeitender, sondern sichert auch die Kontinuität in der Patientenversorgung. Mit innerem Zusammenhalt und einem stabilen Mitarbeitergefüge stärken Sie die Krisen-Resilienz Ihres Unternehmens. In turbulenten Zeiten oder bei unerwarteten Herausforderungen können gut eingespielte Teams effektiver zusammenarbeiten

und flexibler auf Veränderungen reagieren. Die Investition in Mitarbeiterbindung ist somit eine strategische Maßnahme, die langfristig die Stabilität und Qualität Ihrer Zahnarztpraxis sicherstellen kann.

*Jonas Kock
info@kockundvoeste.de
www.kockundvoeste.de*

Top 5 Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung in der Zahnarztpraxis

1 Zeit für Gespräche

Mitarbeitergespräche spielen eine entscheidende Rolle bei der Stärkung der Mitarbeiterbindung. Ob Feedback-, Entwicklungs- oder Motivationsgespräch: Nutzen Sie die Gelegenheit, sich die Bedürfnisse, Anliegen und Ziele Ihrer Mitarbeitenden anzuhören. Ein regelmäßiger Austausch zeigt Wertschätzung für die individuellen Beiträge und fördert das Gefühl der Zugehörigkeit. In solchen Gesprächen können Karriereentwicklungen, betriebliche Herausforderungen und persönliche Themen der Praxismitglieder besprochen werden. Wichtig ist, dass die Gespräche offen, transparent und respektvoll geführt werden. Als Arbeitgeberin oder Arbeitgeber sollten Sie aktiv zuhören, auf die Anliegen Ihrer Mitarbeitenden eingehen und konkrete Schritte zur Lösung von Problemen oder zur Unterstützung der beruflichen Entwicklung anbieten.

2 Attraktive Arbeitsorganisation und -umgebung

Schaffen Sie eine Umgebung und eine Atmosphäre, in der man gut und gerne arbeiten kann und möchte. Dazu gehören flexible Arbeitsmodelle, die den Bedürfnissen Ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entgegenkommen: Jobsharing, Teilzeit oder (nach Möglichkeit) mobiles Arbeiten sind vor allem für Eltern und Pflegende überzeugende Bindungsargumente. Darüber hinaus wissen Mütter und Väter auch Angebote zur Kinderbetreuung oder eine Beteiligung an den Kita-Kosten zu schätzen. Ihre angestellten Zahnärztinnen, Zahnärzte und ZFA erwarten professionelles und zeitgemäßes Praxisequipment für die medizinische Versorgung. Zudem nehmen eine verlässliche Praxisorganisation und eine funktionierende, digitale Infrastruktur weiter an Bedeutung zu. Sorgen Sie daher für eine moderne und mitarbeiterfreundliche Praxisausstattung, in der auch die Pausenzeiten an Wertschätzung gewinnen: Stellen Sie Getränke, Obst und ansprechende Rückzugsräume zur Verfügung.

3 Gezielte Weiterbildung und Stärkung individueller Fähigkeiten

Investieren Sie in die Weiterentwicklung Ihrer Praxismitarbeiterinnen und -mitarbeiter. Fortbildungen und Schulungen nicht nur zur fachlichen Spezialisierung, sondern auch zur persönlichen Entwicklung tragen dazu bei, das Engagement zu stärken. Zeigen Sie Ihrem Praxispersonal, dass Ihnen an der individuellen Förderung gelegen ist, indem Sie den Kompetenzerwerb mit

Coaching- und Mentoringprogrammen unterstützen. Führen Sie Zielvereinbarungsgespräche, um Leistungsanreize zu schaffen und zu bewirken, dass sich Ihre Mitarbeitenden mit der Gestaltung ihres eigenen beruflichen Fortkommens auseinandersetzen. Stellen Sie Aufstiegschancen oder Gehaltssteigerungen in Aussicht. Sorgen Sie – auch für den Fortbestand Ihrer Praxis – für einen strategisch geplanten Wissenstransfer innerhalb des Teams und nutzen Sie zum Beispiel das Prinzip der Jobrotation, um Ihre Mitarbeitenden genau dort einzusetzen, wo sie mit ihren Kompetenzen und Fähigkeiten am besten aufgehoben sind. Wenn individuelle Potenziale gesehen und gefördert werden, fühlen sich Mitarbeitende stärker im Unternehmen verankert.



4 Werte und Wertschätzung

Zahnarztpraxen, die ihre kommunizierten Werte auch leben, bieten ihren Mitarbeitenden Identifikationsfläche und tragen dazu bei, dass diese ihre Arbeit und ihren Beitrag als sinnhaft erachten. Etablieren Sie eine Kultur, in der eine offene Kommunikation und ein wertschätzender Umgang gepflegt werden. Regelmäßige Anerkennung für die Leistung der Mitarbeitenden fördert nicht nur das Selbstwertgefühl, sondern stärkt auch die emotionale Bindung an die Praxis.

Organisieren Sie Team-Events und Teambuilding-Maßnahmen, um den Zusammenhalt und das Zugehörigkeitsgefühl zu unterstützen. Eine harmonische Arbeitsatmosphäre und ein starker Teamgeist zählen zu den stärksten Argumenten für den Verbleib in einem Unternehmen.

5 Finanzielle Anreize und langfristige Perspektiven

In Bezug auf das Thema Mitarbeiterbindung gibt es natürlich auch einige finanzielle Anreize, die unterstützend eingesetzt werden können. Ob Gehaltserhöhungen oder Benefits in anderer Form: Umsatzbeteiligungen, Bonuszahlungen, Zuschüsse oder Vorsorgeaufwendungen setzen weitere Bindungsanreize für Ihr Praxispersonal. Bieten Sie Ihren Mitarbeitenden eine langfristige Perspektive in der Praxis, indem Sie Karrierepfade entwickeln und Stufenmodelle für die Gehaltsentwicklung etablieren. Auch Partizipation und Mitsprachemöglichkeiten binden Ihr Personal stärker an die Praxis. Ermöglichen Sie Ihren Teammitgliedern, sich aktiv an Entscheidungsprozessen zu beteiligen. Dies fördert das Wir-Gefühl und stärkt das Interesse, langfristig an einer erfolgreichen Unternehmensentwicklung teilzuhaben.

Vorbeugung von Prüfverfahren

So verhindern Sie Abrechnungskontrollen

Kenntnisse der Abrechnungsvorschriften sind entscheidend, um eine korrekte Bezahlung für erbrachten Leistungen sicherzustellen und unwirtschaftliche Behandlungsanschuldigungen zu vermeiden.

Manchmal ist es ratsam, frühzeitig präventiv zu handeln, um dem Vorwurf der Unwirtschaftlichkeit vorzubeugen und Prüfverfahren zu vermeiden. Besonders relevant wird dies, wenn veraltete Vorschriften nicht der wissenschaftlichen und rechtlichen Entwicklung entsprechen. Nach dem Patientenrechtegesetz und aktuellen Gerichtsurteilen muss der Patient nach Risikoaufklärung über alle Behandlungsformen einschließlich möglicher Alternativen mit unterschiedlichen Risiken selbst entscheiden, welche der Behandlungsalternativen er für sich wünscht. Diese Entscheidung sollte zwingend dokumentiert werden. Dies betrifft auch die Lokalanästhesie vor zahnärztlichen Eingriffen. Wenn der Patient nur die risikoärmste Lokalanästhesiemethode akzeptiert, dürfen keine anderen Methoden angewendet werden, da es sich sonst um Körperverletzung handelt. Eine Alternative ist die Intraligamentäre Anästhesie (ILA). Sie gilt heute als wissenschaftlich und von den Gerichten anerkannte gleichwertige Form der Lokalanästhesie und zudem als die risikoärmste.

Die Abrechnung der ILA muss korrekt dokumentiert werden. Obwohl es keine eigene Abrechnungsposition dafür gibt, ist die korrekte Abrechnung nach BEMA Pos. 40 wichtig. Ein Formular, das den ausdrücklichen Wunsch des Patienten zugunsten der intraligamentären Anästhesie bestätigt, kann helfen. Die Angst vor Prüfverfahren sollte nicht zu fehlerhafter Abrechnung führen, da diese aufgedeckt und als Betrug geahndet werden kann.

Richtiges und wirtschaftliches Abrechnen ist gefordert. Eine Analyse zeigt, dass die nach BEMA korrekte Abrechnung der ILA (nicht nur als Ausnahme) weder Mehrkosten noch Budgetbelastungen verursacht.

Wenn der Patient als Lokalanästhesiemethode die ILA wünscht, muss dieser Wunsch respektiert und die Anästhesie korrekt abgerechnet werden. Alternative Abrechnungen sind nicht erlaubt und führen zu Problemen.

*Dr. Wolfgang Bender
dr.w.bender@gmx.de*



Dr. Wolfgang Bender

Zahnarzt, Medizinjournalist und Fachreferent mit den Schwerpunkten minimalinvasive Schmerzausschaltung und Praxisorganisation. Foto: Privat

AERA-Materialwirtschafts-Tipp

Immer gut versorgt – so optimieren Sie Ihre Materialbestände

Zu viel Material im Lager bindet Kapital und verursacht unnötige Entsorgungskosten. Zu wenig Material dagegen führt zu kurzfristigen, oft teuren Nachbestellungen und Behandlungsausfällen. Mit diesen Tipps stellen Sie Ihre Versorgung sicher und wirtschaften kosteneffizient.

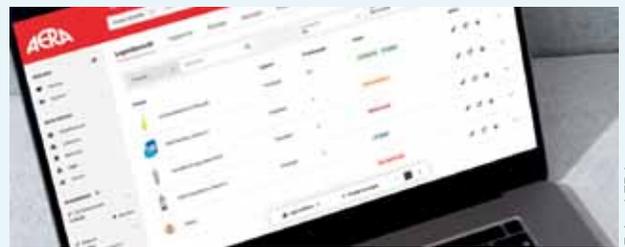


Foto: AERA

1 Ermitteln Sie Melde- und Mindestbestände für sinnvolle Bestellmengen:

Diese Größen geben Ihnen Planungssicherheit. Mit dem errechneten Mindestbestand ergibt sich für Sie automatisch die Mindestbestellmenge. So geht die Rechnung: Beschaffungszeit (Tage) x Tagesverbrauch. Den Meldebestand – also der Bestand, bei dem die nächste Bestellung ausgelöst werden soll, errechnen Sie mit: Tagesverbrauch x Beschaffungszeit + Mindestbestand.

2 Klassifizieren Sie Ihre Materialien

Für Verbrauchsgüter, die täglich mehrmals genutzt und keinem Verfallsdatum unterliegen, entstehen häufig auch keine hohen (Lager-)Kosten. Hier können Sie getrost etwas mehr Vorrat anlegen. Bei Artikeln mit unregelmäßiger Nutzung, höheren Kosten und Verfallsgrenzen sollten Sie wiederum zielgerichteter planen. Orientieren Sie sich an der 80/20-Regel der klassischen ABC-Analyse:

A-Produkt: 20 % des Materials = 80 % der Gesamtkosten

B-Produkt: 30 % des Materials = 15 % der Gesamtkosten

C-Produkt: 50 % des Materials = 5 % der Gesamtkosten.

3 Setzen Sie auf die Digitalisierung

Moderne Materialverwaltungssysteme können Ihnen das Bestandsmanagement erleichtern. Sie bilden sämtliche Prozesse rund ums Material digital ab und helfen beim Einkauf und der Bestandspflege. Testen Sie doch einfach mal das komplett kostenfreie Angebot von AERA-Online. Die Preisvergleichs- und Bestellplattform für Dentalprodukte hilft Ihnen nicht nur beim Einkauf mit der 1-Klick Warenkorboptimierung. Das auf der Plattform integrierte AERA-Online Lager ermöglicht Ihnen außerdem eine digitale Bestandspflege und gibt automatisch Hinweise, falls Material knapp wird. Die dazugehörige Nachbestellfunktion sichert Ihre Materialversorgung.

www.aera-online.de



Fassen Sie am besten telefonisch nach, dann können Sie direkt offene Fragen beantworten.

Kostenpläne nachfassen

Was tun, wenn der Patient nicht reagiert?

Sie haben einen Heil- und Kostenplan erstellt, verschickt und es passiert nichts? Eine Situation, die die meisten Praxen nur allzu gut kennen. Es ist keine Seltenheit, dass Patienten abspringen, obwohl die Behandlung schon so sicher schien. Geben Sie sich nicht sofort geschlagen, sondern fassen Kostenvoranschläge gezielt nach. In diesem Beitrag bekommen Sie Tipps für die richtige Strategie.

➔ Warum meldet sich ein Patient nicht?

Zunächst ist es wichtig zu verstehen, warum ein Patient sich nicht zurückmeldet. Nur so können Sie angemessen reagieren. Das Ausbleiben einer Reaktion kann verschiedene Ursachen haben:

■ Angebot kam nicht an

Eventuell hat der Patient den Kostenvoranschlag gar nicht erhalten. Dass entsprechende Briefe oder E-Mails nicht ihren Weg zum Empfänger oder zur Empfängerin finden, ist zwar selten der Fall, aber nicht völlig auszuschließen. Sollte das der Grund sein, lässt sich das Problem schnell beheben, indem Sie das Angebot erneut verschicken.

■ Der Patient braucht noch Zeit

Gelegentlich ist auch einfach ein wenig Geduld gefragt. Ein zu frühes Nachfassen wäre dann kontraproduktiv. Wenn nach 14 bis 21 Tagen noch keine Reaktion erfolgt ist, sollten Sie allerdings nachhaken.

■ Der Patient wartet auf Rückmeldung

Es ist auch möglich, dass der Patient darauf wartet, dass Sie sich melden. In diesem Szenario ist das Nachfassen also explizit gewünscht und sogar gefordert – was es Ihnen besonders leicht macht – oder er/sie wartet noch auf eine Kostenübernahme der Versicherung bzw. Zusatzversicherung.

■ Die Planung liegt noch zu weit in der Zukunft

Manchmal passiert es, dass der Patient keine Notwendigkeit sieht. Wenn er oder sie es nicht eilig hat, können Sie durch ein geschicktes Nachfass-Gespräch eine Reaktion auslösen und dafür sorgen, dass er/sie sich überhaupt erst mit Ihrem KVA auseinandersetzt.

■ Es gibt noch Fragen zum Angebot

Der Patient könnte aber auch noch Fragen zum Angebot haben oder mit der aktuellen Variante nicht zufrieden sein.



Bianka Herzog-Hock
 Foto: Herzog-Hock

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

Derartige Einwände können Sie dann als Gesprächseinstieg nutzen und Bedenken gezielt aufgreifen.

■ Angebot eines anderen Behandlers ausgewählt

Im unglücklichsten Fall hat er/sie sich für einen anderen Behandler entschieden. Aber selbst dann lohnt es sich, das Angebot nachzufassen. Denn so können Sie Feedback einholen: Was macht den anderen KVA besser? Was hat ihn »

9 Tipps zum Nachfassen eines Angebots

Wenn Sie Ihrem Patienten ausreichend Zeit gelassen haben, um das Angebot zu sichten, ist es im nächsten Schritt an der Zeit, ein Follow-up zu machen. Mit den folgenden Tipps stellen Sie sicher, dass das Gespräch erfolgreich verläuft.

1 Nachfassen schon bei der Angebotserstellung ankündigen

Sprechen Sie mit Ihren Patienten ab, wie lange diese ungefähr für die Durchsicht des Kostenvoranschlages brauchen. Kündigen Sie dann an, dass Sie sich wenige Tage nach diesem Zeitpunkt (telefonisch) melden werden, um alles Weitere zu besprechen.

Dieses Vorgehen sorgt zum einen dafür, dass sich Kunden und Kundinnen nicht überrumpelt fühlen, zum anderen schafft es Verbindlichkeit. Damit erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass sich die Kunden und Kundinnen ernsthafte Gedanken über das Angebot machen.

2 Selbstbewusst sein

Machen Sie sich selbst klar, dass das telefonische Nachfassen vollkommen in Ordnung ist. Schließlich sind Mühe und Zeit in die Planung geflossen und Sie haben Ihr Nachfragen (bestenfalls) angekündigt. Jetzt erwartet er/sie sogar, dass Sie sich melden. Sie haben also allen Grund, selbstbewusst und entspannt in das Gespräch zu gehen und sich nicht als Bittsteller zu begreifen.

3 Die Kostenplanung persönlich nachfassen

Fassen Sie nach Möglichkeit telefonisch und nicht per E-Mail nach. Die Hemmschwelle zur Absage ist per E-Mail geringer - insbesondere, wenn sich der Patient noch gar nicht richtig mit dem Angebot auseinandergesetzt hat. Auf dem schriftlichen Weg haben Sie außerdem weniger Möglichkeiten, direkt auf Einwände zu reagieren und Alternativen anzubieten.

4 Absprachen konsequent einhalten

Denken Sie nicht, dass feste Terminabsprachen unflexibel und abschreckend wirken. Schließlich halten Sie einen angekündigten Termin ein. Damit strahlen Sie die Verbindlichkeit und Zuverlässigkeit aus, die Sie auch von Ihrem Patienten erwarten.

5 Bieten Sie bei Unsicherheit Lösungen an

Wenn der Patient im Gespräch nicht zusagt und Sie Unsicherheiten spüren, haken Sie lösungsorientiert nach. Hier ist es wichtig, offene Fragen zu stellen, die zu einem lockeren Dialog führen: „Wie denken Sie über den Kostenplan?“ oder „Was fehlt Ihnen, damit Sie sich für die Planung entscheiden können?“

Fragen Sie keinesfalls einfach: „Wollen Sie das Angebot jetzt annehmen?“. So zwingen Sie Ihren Gesprächspartner oder Ihre Gesprächspartnerin zu einer klaren Ja-/Nein-Antwort und provozieren ein „Nein“, auf das Sie kaum noch mit Vorschlägen reagieren können.

6 Unterstützung vermitteln

Ist ein Patient von dem KVA in seiner aktuellen Form noch nicht überzeugt, sollten Sie proaktiv Vorschläge machen. Diese können sich sowohl darauf beziehen, diesen anzupassen, als auch darauf, weitere Informationen zu wichtigen Punkten zu vermitteln.

Zeigen Sie, dass Sie an einer für ihn oder sie zufriedenstellenden Lösung interessiert sind, statt nur auf Ihren eigenen Vorteil bedacht zu sein. An dieser Stelle könnten Sie beispielsweise fragen: „Was kann ich tun, damit Ihnen die Entscheidung leichter fällt?“



7 Konjunktiv ist tabu

Der Konjunktiv relativiert eine Aussage und schwächt sie hierdurch ab. Statt bei der Kundenakquise zu fragen: „Können Sie sich vorstellen, die Arbeit bei uns zu starten?“ sollte daher eine aktive Formulierung genutzt werden, die eine positive Bindung aufbaut. Das könnte beispielsweise diese Frage sein: „Wann starten wir mit der Behandlung?“

8 Dem Gegenüber einen Mehrwert bieten

Bei Nachfassaktionen ist es sinnvoll, vertrauensbildende Maßnahmen zu nutzen. So wirken Sie auf Ihren Patienten seriös. Daher sollten Sie bei der Behandlung nicht immer gleich mit dem Verkaufsgespräch beginnen, sondern dem Gegenüber zunächst einen Mehrwert bieten. Wenn er/sie erst einmal davon überzeugt ist, dass Sie wirklich helfen wollen und können, entwickelt sich der Rest schnell positiv.

9 Ehrlichkeit und Authentizität

Patienten sind oft ängstlich und skeptisch. Sie bemerken schnell, wenn jemand bei der Besprechung unehrlich ist oder Fakten beschönigt beziehungsweise weglässt. Daher muss beim Nachfassen von Kostenvoranschlägen immer großer Wert auf Ehrlichkeit gelegt werden. Außerdem ist es zielführend, mit dem eigenen Charme und dem persönlichen Charakter zu punkten. Seien Sie Sie selbst und spielen Sie beim Nachfassen nicht nur eine Rolle.

überzeugt? Auf diese Weise haben Sie die Möglichkeit, die eigene Kommunikation oder die Dienstleistung zu verbessern.

■ **Ihr Angebot war lediglich ein Vergleichsangebot**

Gelegentlich war der Patient von Anfang an nicht an einer Zusammenarbeit interessiert, sondern brauchte lediglich ein Vergleichsangebot. Durch Nachfassen können Sie das herausfinden und diese Information für spätere Anfragen und Ihre Akquise nutzen.

■ **Die äußeren Rahmenbedingungen haben sich verändert**

Möglicherweise haben sich aber auch einfach die Umstände des Patienten geändert, sodass er oder sie aktuell kein Interesse mehr am Angebot hat. Manchmal wird beispielsweise eine Arbeit gecancelt. Hier gilt: trotzdem dranbleiben. Fassen Sie unbedingt zu einem späteren Zeitpunkt noch einmal nach, eventuell hat sich die Situation dann wiederum geändert.

➔ **Wann sollten Sie ein Angebot nachfassen?**

Bezüglich des richtigen Zeitpunkts finden sich sehr unterschiedliche Angaben. Diese reichen von einem Tag bis zu vier Wochen. Präzise allgemeine Empfehlungen lassen sich aber kaum aussprechen, da der richtige Zeitpunkt von verschiedenen Faktoren abhängt. Hohe Kosten und eine Komple-



xität des Kostenvoranschlages erfordern beispielsweise automatisch eine längere Bedenkzeit. Deshalb ist es wichtig, dass Sie den Termin zum Nachfassen in Absprache mit dem Patienten vereinbaren. Nur so finden Sie einen Zeitpunkt, zu dem sie realistischerweise eine Entscheidung treffen können.

➔ **Meine Tipps**

Sie investieren viel Zeit in Patientengespräche und in die Erstellung von Kostenvoranschlägen. Durch das Nachhaken erhöhen Sie Ihre Erfolgchancen oder erfahren zumindest, welche Gründe dazu geführt haben, dass das Angebot nicht angenommen wurde.

Wenn sich der Patient gar nicht meldet, können Sie 2-3 Mal nachfassen, um Ihre

Chance auf Feedback zu erhöhen. Wollen Sie auf Nummer sicher gehen, dass die Kostenplanung auch wirklich angekommen ist, können Sie das schon ein bis zwei Tage nach Übermittlung erfragen. In Zuge dessen kann dann das eigentliche Nachfassen angekündigt werden, was noch einmal zusätzlich die Verbindlichkeit des Angebots vermittelt.

Wenn Ihr Gegenüber Sie vertröstet, können Sie in fest definierten Zeiträumen (die nicht zu lang sein sollten) wieder nachfassen. Bestehen noch Fragen und Probleme beziehungsweise Beratungsbedarf seitens des Patienten, fassen Sie so lange nach, bis alles geklärt ist.

*Bianka Herzog-Hock
www.pasident.de
bhh@pasident.de*

FAZIT

- Das Nachfassen von KVAs und die permanente Nachverfolgung sind die wichtigsten Aufgaben im Patientenkontaktmanagement und ein wichtiger Grundstein für den
- erfolgreichen Abschluss der mit viel Zeit und Engagement geplanten Behandlungen.



Erscheinungsweise: 6 x jährlich
ISSN: 2752-2385

HERAUSGEBER
MedTriX Wiesbaden
Unter den Eichen 5, 65195 Wiesbaden

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

CEO: Oliver Kramer
Geschäftsführung:
Stephan Kröck, Markus Zobel

Redaktion:
Gesamtreaktionsleitung Deutschland
Günter Nuber

Editor-in-chief (extern)
Carmen Bornfleth
E-Mail: carmen.bornfleth@medtrix.group

Redaktion: dw-redaktion@medtrix.group

Ressortleiterin 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

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

Media- und Vertriebsleitung: Björn Lindenau

Media: Nicole Brandt, Sylvia Sirch
E-Mail: dental-media@medtrix.group
Anzeigentarif nach Preisliste Nr. 1, gültig ab 1.1.2023.

Produktionsleitung Deutschland:
Ninette Grabinger

Teamleitung Layout: Andrea Schmuck
Layout: Beate Scholz, Mira Vetter

Druck: Vogel Druck und Medienservice, Höchberg

VERTRIEBS- UND ABONNEMENTSERVICE

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 Verfasseramen gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder.

Geldanlage

In 6 Schritten zur einfachen Geldanlage

Für die meisten Anleger bleiben die weltweiten Marktrenditen von durchschnittlich 8 Prozent bei der Geldanlage aufgrund von hohen Kosten und der falschen Strategie ein unerreichbares Ziel. Um solche Renditen mit einfachen Mitteln zu erzielen, lohnt es sich die folgenden sechs Schritte zu verfolgen.

Wichtig ist: Je besser Sie sich an den Plan halten, desto größer sind Ihre Erfolgchancen. Das Gleiche gilt, wenn Sie sich strikt an einen Ernährungs- und Trainingsplan halten, den Ihnen ein Fitnesstrainer erstellt hat. Auch hier erhöhen Sie mit Konsequenz Ihre Chancen, die gesteckten Ziele zu erreichen.



Schritt 1: Ihre Risikobereitschaft entscheidet über Gewinn und Verlust

Konservativ oder risikobereit? Um diese Frage zu beantworten, sollte man die eigene Lebensplanung einbeziehen: Was ist das konkrete Ziel einer Investition? Ist es die Versorgung im Alter? Oder soll mit dem Geld in wenigen Jahren eine Investition oder etwa die Ausbildung der Kinder finanziert werden? Vom geplanten Einsatz der finanziellen Mittel hängt es ab, wie lange man auf das Geld nicht angewiesen ist und die Investition laufen kann. Dazu kommt der Faktor, welchen maximalen Verlust man zwischenzeitlich emotional verkraften kann. Daraus ergibt sich die konkrete Risikotoleranz, welche das Anlageergebnis mitbestimmen wird. Die Höhe des Risikos eines Portfolios ergibt sich aus dem Verhältnis von risikobehafteten Anlageklassen (Aktien/Rohstoffe), zu risikoarmen Anlageklassen (Anleihen/Geldmarkt). Je mehr Risikoanteil man wählt, umso höher kann die langfristige Rendite ausfallen. In der Tabelle unten sehen Sie, in welchem Verhältnis Risiko und Chance erfahrungs-

gemäß zueinanderstehen. Die Tabelle ist natürlich nur ein Anhaltspunkt, es handelt sich um eine statistische Vergangenheitsbetrachtung, die zeigt, wie unter Berücksichtigung des maximalen geschätzten jährlichen Verlustes und des Anlagehorizonts das Mischverhältnis aus weltweiten Aktien und sicheren, risikoarmen Staatsanleihen aussehen könnte.

Schritt 2: Legen Sie die von Ihnen gewünschten Anlageklassen und die Struktur fest

Nehmen wir an, die Hälfte des Geldes soll in risikobehaftete Anlageklassen investiert werden. In der Umsetzung muss man sich entscheiden, wie das Portfolio geographisch gewichtet werden soll. Zu empfehlen ist ein weltweiter Aufbau des Portfolios. Zu berücksichtigen sind in dieser Streuung Nordamerika und Kanada, die Schwellenländer Südamerikas, China, Indien, Europa, Japan und die Pazifik-Region mit Australien, Neuseeland, Hongkong und Singapur. Die Gewichtung der einzelnen Länder erfolgt entweder auf Basis der Marktkapitalisierung¹ (Börsenkapitalisierung) oder



auf Basis des Bruttoinlandsproduktes der Länder (Produktivität). Ist die Länderallokation² gewichtet, müssen im nächsten Schritt die Risikofaktoren bestimmt werden, die für die langfristige Rendite verantwortlich sind. Kleine Aktienunternehmen (Small Cap) haben eine höher zu erwartende Rendite als große Unternehmen (Large Cap) und preiswerte Unternehmen (Value) haben eine höhere Rendite als Wachstumswerte (Growth). Solche langfristigen Renditetreiber sollten anteilig im Portfolio erfasst werden. Die restlichen 50 % des Kapitals sollten so investiert werden, dass das Portfolio gegen hohe Verluste abgesichert ist, d. h. in kurzlaufende Staats- und Unternehmensanleihen mit hoher Bonität. Im Ergebnis hat man ein breitgestreutes „Weltportfolio“ als Grundgerüst geschaffen.

Schritt 3: So wählen Sie die richtigen Marktindizes aus

Statt dieses Weltportfolio mit einer Vielzahl von Einzelaktien und Anleihen auszustatten, bietet es sich an, in Indizes (= Wertpapierkorb) zu investieren, die einen ganzen Markt repräsentieren. So basiert beispielsweise der S&P 500 auf den 500 größten Unternehmen der USA. Der Index bildet die Wertentwicklung dieses Marktes nach und dient Anlegern oder Fondsmanagern als Vergleichsmaßstab. Solche Indi- »

	Hohe Risiko-/Renditeerwartung					←	Niedrige Risiko-/Renditeerwartung				
	0%	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	
Anteil risikoarme Anlage	0%	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	
Anteil Aktien weltweit	100%	90%	80%	70%	60%	50%	40%	30%	20%	10%	
↓ Maximaler horizontaler Verlust	54%	50%	45%	41%	35%	30%	24%	18%	11%	4%	
↑ Langfristig erwartete Rendite p.a. zwischen konservativ und optimistischer Annahme	7,2%	6,7%	6,1%	5,5%	5,0%	4,4%	3,8%	3,3%	2,7%	2,2%	
Notwendiger Mindestanlagehorizont in Jahren	11	10	9	8	7	6	4	3	2	2	

zes gibt es auf Aktien, Anleihen, Rohstoffe und spezielle Sektoren, Branchen etc. In unserem Beispiel würde sich z. B. neben dem USA-Index, ein Index auf Schwellenländer-, Europa-, Japan- und Pazifik-Aktien sowie auf Small Cap- und Value-Aktien anbieten. Für den risikoarmen Teil sind Anleihen-Indizes auf europäische Staats- und Unternehmensanleihen ratsam.

Schritt 4: Wählen Sie das richtige Finanzinstrument

Im nächsten Schritt wählt der Anleger die passenden Produkte (Instrumente), um das Weltportfolio umzusetzen. Aktiv gemanagte Fondslösungen auf diverse Länder, Sektoren etc. sind eine vermeintlich einfache Lösung. Mischfonds nehmen eine Streuung auf einzelne Länder und eine Aufteilung zwischen Aktien und Anleihen vor. Allerdings verursachen Fondsmanager durch ihre hohen Aktivitäten enorme Kosten und bleiben am Ende in der Regel deutlich unter der Rendite des Vergleichsmarktes (Index).

In den Index selbst kann man sein Geld nicht anlegen, aber in einen börsenhandelten Indexfonds (ETF), der sich an diesem Index orientiert. Der Vorteil dabei ist, dass der ETF keine Kosten durch Fondsmanager erzeugt und dem Anleger somit einen günstigen Zugang zum Kapitalmarkt gewährt. Ein ETF auf den amerikanischen S&P 500 Index kostet z. B. 0,07 % pro Jahr, was bei 10.000 Euro Anlagesumme 7 Euro Kosten pro Jahr verursacht. Dem Anleger stehen in Deutschland aktuell weit über 2.000 ETFs



Davor Horvat

Foto: Privat

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

zur Verfügung. Um ein Weltportfolio perfekt konstruieren zu können, braucht man ca. 6 bis 10 solcher ETFs, jeweils für die gewählten Länder und Sektoren. Bei der Auswahl der ETFs müssen Anleger allerdings auf diverse Kriterien achten: Neben den Kosten sind auf die Größe, die Replikationsmethode, Währung, Ausschüttung etc. zu achten. Wie ein Weltportfolio aussehen könnte, zeigt die Tabelle auf der nächsten Seite. Im Ergebnis erzielt der Anleger eine maximale Streuung seines Vermögens bei geringen Verwaltungsgebühren. Diese liegen bei ca. 0,19 % pro Jahr; das sind bei 100.000 Euro 190 Euro pro Jahr laufende Gebühren.

Schritt 5: Kaufen Sie Ihr Weltportfolio

Um das Weltportfolio zu kaufen, benötigt man eine Depotbank. Hier haben sich günstige Direktbanken bewährt, wie comdirect, Scalable, Diba etc., die durch ihre günstigen Bewirtschaftungskosten punkten. Wenn Sie ETFs kaufen, entstehen Transaktionsgebühren wie beim Kauf

jedes anderen Wertpapiers auch. Online-Broker bieten in der Regel zwei Modelle an: variable Kosten oder Flat-Preis. Bei einem variablen Modell zahlen Sie als Anleger pro Order einen Fixbetrag von z. B. 5 Euro und zusätzlich noch einen prozentualen Anteil, wie etwa 0,25 Prozent des Ordervolumens. Bei einem Flat-Preis werden beispielsweise nur 5 Euro pro Order zuzüglich Fremdspesen fällig. Bei einem höheren Kapitaleinsatz fallen die Transaktionskosten folglich nicht mehr so ins Gewicht. Als Faustregel haben sich akzeptable Transaktionskosten von etwa 1 Prozent pro Order für ein Volumen von etwa 1.000 Euro bei Aktien und ETFs etabliert.

Schritt 6: Diszipliniertes Rebalancing

Fondsmanager und Vermögensverwalter werden dafür bezahlt, dass sie durch geschicktes Market-Timing³ und Stock-Picking⁴ eine Überrendite gegenüber dem Markt erzielen. Leider belegen jährliche Studien, dass es nur den wenigsten gelingt, dies umzusetzen. Sie bleiben nach Kosten deutlich unter der Marktrendite und erwirtschaften für Anleger kaum einen nennenswerten Mehrwert. Das Weltportfolio benötigt dagegen so gut wie kein aktives Eingreifen, denn man will als Anleger die weltweite Marktrendite bei möglichst geringen Kosten erzielen. Allerdings wird sich die Risikogewichtung aufgrund von Marktbewegungen verschieben. Steigt z. B. der Aktienanteil innerhalb eines Jahres, so stimmt dieser nicht mehr mit der vorher festgelegten Risikobereitschaft



Fotos: nakigitune-sama - stock.adobe.com, Serhii Brovko/gettyimages

Aktien	Kosten	Werte	Indexabbildung	Fondswahrung	Ausschüttung
ET S&P 500	0,07	507	physisch	USD	nein
ETF MSCI Emerging Markets	0,18	2823	physisch	USD	nein
ETF Stoxx® Europe 600	0,07	598	physisch	EUR	nein
ETF MSCI Japan	0,15	1211	physisch	USD	nein
ETF Pacific ex Japan	0,15	399	physisch	USD	nein
ETF World Small Cap	0,35	3456	physisch	USD	nein
Anleihen					
ETF World Aggregate Bond	0,10	3715	physisch	EUR	nein
ETF Corporate Bond	0,20	3080	physisch	EUR	nein
Gesamtkosten	0,19	15798			

überein. Somit muss man als Anleger ein jährliches Rebalancing des Portfolios vornehmen. Dabei werden die Anlageklassen, die stark an Wert gewonnen haben, anteilig verkauft und Anlageklassen, die an Wert verloren haben, zugekauft. Diszipliniertes Rebalancing reduziert langfristig somit die Risiken und erhöht die Renditechancen.

Das Schwierigste kommt zum Schluss
Allerdings gibt es einen Haken bei dieser

Art des Investierens. So leicht die Vorgehensweise auch klingen mag, so schwierig ist es, über Jahrzehnte diszipliniert in einem Portfolio zu bleiben. Viele Studien haben bereits belegt, dass Anleger mit einem selbstgebautes ETF-Portfolio am Ende schlechter abgeschnitten haben als Anleger ohne ETFs.

Der Grund: Privatanleger haben ETFs für aktive Anlagestrategien missbraucht, wurden also zum aktiven Fondsmanager. Die drei Fehler der Geldanlagestrategie haben wir deshalb in der September-Ausgabe beleuchtet. Nur wer diese „Fehler“ umgeht,

wird am Ende eine positive Investorenerfahrung machen.

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

1. Marktkapitalisierung eines Landes ist dabei als der Gesamtwert der in diesem Land an der Börse gehandelten Unternehmen zu verstehen.
2. Länderallokation: Verteilung des Vermögens auf die verschiedenen Länderdomizile.
3. Market-Timing: Eine Anlagestrategie, die versucht, durch die Bestimmung günstiger Zeitpunkte für den Ein- und Ausstieg bei einem Wertpapier einen Ertrag zu erzielen.
4. Stock-Picking: Eine Anlagestrategie, die darauf basiert, Aktien zu erwerben, die sich besser entwickeln als der Gesamtmarkt.

Fortbildungskalender
2023



Infomesse 2023 – Verband Deutscher Dental-Softwareunternehmen (VDDS)

9./10. November 2023 – Digitale Messe

Der VDDS setzt auf digitale Innovationen und präsentiert sein neues Messekonzept „VDDS-Infomesse“. Erstmals wird die neue virtuelle VDDS-Infomesse am 9. und 10. November 2023 stattfinden. Interessierte Zahnärzte und zahnmedizinisches Fachpersonal dürfen sich auf eine Messeerfahrung in einem vollständig digitalen Format freuen.

Alle Mitglieder des VDDS werden als Aussteller vertreten sein: ARZ.dent, BDV, CompuGroup Medical Dentalsysteme, Computer Forum, Computer konkret, DAISY Akademie + Verlag, Dampfsoft, DATEXT, DENS, DZR, EVIDENT, PHARMATECHNIK, Nelly Solutions, solutio, VisionmaxX.

Besucher haben die Gelegenheit, gezielt mit den Unternehmen in Kontakt zu treten und sich aus erster Hand über Angebote, aktu-

elle Trends und digitale Lösungen zu informieren. Die Teilnahme an der digitalen Messe und den angebotenen Webinaren ist für Besucher kostenfrei. Es finden folgende Webinare statt:

- Einführung des eRezepts zum 01.01.2024
- Digitale Kommunikation zwischen Praxis und Labor
- Neues zu dentalen Röntgenbildgebungsverfahren.

Registrieren Sie sich jetzt, um auf dem Laufenden zu bleiben und sich unverbindlich und kostenfrei anzumelden.

Senden Sie einfach eine E-Mail mit dem Betreff „VDDS Infomesse“ an: office@vdds.de

 <https://www.vdds.de>

Als Arbeitgeber Kosten sparen

Mitarbeiterbindung durch die Nettolohnoptimierung

Neue Mitarbeiter zu finden ist heute schwer geworden. Daher sollten Arbeitgeber versuchen die Mitarbeiterzufriedenheit zu erhöhen und Mitarbeiterwechselln vorzubeugen. Eine Möglichkeit dafür ist, dem Mitarbeiter mehr Netto vom Brutto zu zahlen, z. B. durch eine Nettolohnoptimierung - dadurch wird das Einkommen des Arbeitnehmers erhöht.



Sabine Banse-Funke

Foto: Mirja Diederich

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

? Was ist eine Nettolohnoptimierung (mehr Netto vom Brutto) überhaupt?

Bei der Nettolohnoptimierung werden Entgelt- und Lohnbestandteile vom Arbeitgeber an den Arbeitnehmer gezahlt, die meist ganz oder teilweise nicht steuerbar oder sozialversicherungs- und lohnsteuerfrei sind und/oder je nach Art der Zahlung vom Arbeitgeber auch pauschal versteuert werden. Der Arbeitnehmer erhält dadurch mehr Netto ausgezahlt und hat einen geringeren Bruttolohn. Der Vorteil des Arbeitnehmers besteht darin, dass er mehr Nettolohn von seinem Bruttolohn erhält.

Viele Möglichkeiten der Nettolohnoptimierung setzen voraus, dass diese zusätzlich zum ohnehin geschuldeten Lohn gezahlt werden. Eine Lohnumwandlung oder ein Lohnverzicht ist nicht erlaubt.

Der Arbeitgeber kann je nach Wahl der Möglichkeit der Nettolohnoptimierung sogar geringere Kosten, ähnliche Kosten oder auch mal leicht höhere Kosten haben.

Gleichzeitig kann die Mitarbeiterbindung in Zeiten des Fachkräftemangels gestärkt werden, weil der Mitarbeiter zufriedener ist, weil er mehr Netto verdient.

? Wann ist eine Nettolohnoptimierung nicht möglich? Gründe, die der Nettolohnoptimierung entgegenstehen, können z. B. sein:

- die Verpflichtung aus dem Arbeitsvertrag oder anderen Verträgen
- eine betriebliche Übung für Zahlungen
- der Tarifvertrag
- andere arbeitsrechtliche Gründe
- notwendige Zahlungen zur Umsetzung und Höhe des Mindestlohnes
- Regelungen aus Betriebsvereinbarungen.

In diesen Fällen muss der Arbeitgeber arbeitsrechtlich oder aus anderen rechtlichen Gründen häufig den Bruttolohn zahlen, so dass keine anderen optimierten Lohnbestandteile dafür gezahlt werden können. D. h. es muss geprüft werden, was und wie viel kann überhaupt optimiert werden.

! Nettolohnoptimierung bei bestehenden Arbeitsverhältnissen

Bei bestehenden Arbeitsverhältnissen ist zunächst zu prüfen, ob der Arbeitgeber verpflichtet ist, rechtlich und arbeitsrechtlich Bruttolohn oder -gehalt zu zahlen und in welcher Höhe Möglichkeiten der Nettolohnoptimierung dadurch überhaupt noch genutzt werden können. Für die Nettolohnoptimierung wird oft eine Gewährung zusätzlich zum bisherigen Lohn verlangt und eine Gehaltumwandlung oder ein Lohnverzicht ist nicht möglich.

Bei bestehenden Arbeitsverhältnissen können Optimierungen vorgenommen werden, so dass anstatt von angedachten Brutto-Gehaltserhöhungen, dann die optimierten Gehaltsbestandteile zusätzlich gewährt werden, damit der Arbeitnehmer mehr Netto vom Brutto hat. Die vorher erwähnten entgegenstehenden Gründe müssen trotzdem beachtet werden.

! Entgeltoptimierung bei neuen Arbeitsverhältnissen

Am besten und einfachsten ist es, die Optimierung gleich zu Beginn des Arbeitsverhältnisses im Gehaltsgefüge mit einzubauen. Die vorher erwähnten entgegenstehenden Gründe müssen natürlich trotzdem beachtet werden. Im Rahmen einer Lohnerhöhung kann die Optimierung auch berücksichtigt werden.

? Können die Möglichkeiten der Nettolohnoptimierung kombiniert werden?

Eine Kombination ist möglich. Rein theoretisch sind alle Lohnoptimierungsmöglichkeiten bei einem Mitarbeiter denkbar, falls die jeweiligen Voraussetzungen erfüllt sind.

? Gibt es Nachteile der Nettolohnoptimierung?

Aufgrund der Nettolohnoptimierung gibt es einen geringeren Bruttolohn. Alle Arbeitnehmeranteile und Arbeitgeberanteile zur Sozialversicherung sind dadurch niedriger, da ein geringer Bruttolohn den Abgaben zugrunde gelegt wird. D. h. die Einzahlung in die gesetzliche Krankenversicherung, Pflegeversicherung, Arbeitslosenversicherung, Rentenversicherung sind dadurch für den Arbeitnehmer niedriger, im Gegenzug erhält er einen höheren Nettolohn dafür ausgezahlt. Wenn Leistungen aus den vorgenannten Versicherungszweigen beansprucht werden sollen, werden die Bestandteile der Nettolohnoptimierung meist dort nicht mitberücksichtigt.

Bei diesen Leistungen werden z. B. die Bestandteile der Nettolohnoptimierung nicht berücksichtigt: Krankengeld, Arbeitslosengeld, Elterngeld, Übergangsgeld, bei der Berechnung der Renten der Deutschen Rentenversicherung Bund bzw. Renten der Versorgungswerke.

Übersicht der Möglichkeiten der Nettolohnoptimierung

Nachfolgend finden Sie verschiedenen Möglichkeiten. Die Erklärungen zu den Voraussetzungen und Details der genannten Möglichkeiten finden Sie im Blog von Vesting & Partner.

➡ 1. Sozialversicherungsfreie und steuerfreie Möglichkeiten der Nettolohnoptimierung des Lohnes

(Hier spart der Arbeitgeber die Arbeitgebernebenkosten, da keine Arbeitgeberanteile zur Sozialversicherung anfallen.)

- Inflationsausgleichsprämie: bis zu 3.000 Euro im Zeitraum 26.10.2022 bis 31.12.2024
- Tankgutschein, Warengutschein oder Sachbezug für Arbeitnehmer (monatlich maximal 50 Euro)
- Für die Fahrten zwischen Wohnung und Arbeitsstätte: Jobticket

- Doppelte Haushaltsführung: Fahrtkostenersatz, Fahrgeld für die einmalige wöchentliche Heimfahrt
- Arbeitgeberzuschuss zum Kindergartenbeitrag, Kindergrippe oder der Tagesmutter
- Unentgeltliche oder verbilligte Überlassung eines Fahrrades/ E-Bikes an den Arbeitnehmer
- Überlassung von Ladestrom (Aufladung) und Nutzung der Ladestation des Arbeitgebers
- Computerüberlassung, Überlassung von Laptops, Software an den Arbeitnehmer
- Überlassung eines Handys oder Handyvertrages
- Übernahme der Kosten der Einrichtung, EDV und Arbeitsmitteln des Homeoffice, soweit keine Privatnutzung des Arbeitnehmers erfolgt
- Übernahme von beruflichen Fortbildungskosten
- Kindernotbetreuung: Vermittlungskosten und Beratungskosten
- Sachgeschenke als Aufmerksamkeit für persönliche Anlässe bis 60 Euro brutto pro persönlichem Anlass des Arbeitnehmers
- Weihnachtsgeschenke bei Ausgabe des Geschenkes (max. brutto 60 Euro pro Arbeitnehmer) auf der Weihnachtsfeier soweit der Freibetrag von 110 Euro pro Arbeitnehmer unterschritten ist.

➡ Sozialversicherungsfrei und 15 % pauschale Lohnsteuer (Arbeitgebernebenkosten)

- Fahrten Wohnung-Arbeitsstätte: Fahrgeld/Pendlerpauschale.

➡ Sozialversicherungsfrei und 25 % pauschale Lohnsteuer (Arbeitgebernebenkosten)

- Erholungsbeihilfe: 156 Euro pro Arbeitnehmer, 104 Euro für den Ehegatten und 52 Euro für jedes kindergeldberechtigte Kind pro Jahr
- unentgeltliche oder verbilligte Übereignung eines Fahrrades/ E-Bikes an den Arbeitnehmer
- Übereignung und Zuschüsse für den Erwerb von E-Ladevorrichtungen
- Zuschuss zur privaten Internetnutzung des Arbeitnehmers.

➡ Sozialversicherungspflichtig und 30 % pauschale Lohnsteuer (Arbeitgebernebenkosten)

- Sachzuwendungen (Geschenke) an Arbeitnehmer bis zu einer Höhe von insgesamt 10.000 Euro brutto jährlich pro Arbeitnehmer.

! Zusammenfassung zur Nettolohnoptimierung

Die vielen Möglichkeiten der Nettolohnoptimierung werden in der Praxis noch viel zu selten genutzt. Durch die Optimierung der Gehaltszahlungen können Arbeitnehmer und Arbeitgeber gemeinsam profitieren, der Arbeitnehmer hat mehr Netto, die Mitarbeiterbindung wird gestärkt und der Arbeitgeber spart häufig sogar noch Kosten.

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

Foto: VAKSMANV - stock.adobe.com



Mehr Netto vom Brutto erhöht die Zufriedenheit Ihrer Mitarbeiter.

Medizinrecht

MVZ: Was muss ich für die Gründung wissen?

Viele Zahnärzte überlegen, ob ein Medizinisches Versorgungszentrum (MVZ) für Ihre Berufsausübung eine geeignete Rechtsform darstellt. Rechtsanwalt Ralph Leibecke gibt einen Überblick, welche Voraussetzungen zu erfüllen sind und worin die Vor- und Nachteile eines MVZ liegen.



Ralph Leibecke

Foto: Mirja Diederich

Fachanwalt für Medizinrecht und Strafrecht bei Vesting & Partner – Steuerberater für Ärzte und Apotheker in Göttingen.

? Was ist ein MVZ?

Ein MVZ ist ein medizinisches Versorgungszentrum. Das MVZ ist eine ärztlich/zahnärztlich geleitete Einrichtung, in der mindestens zwei Ärzte/Zahnärzte, die in dem (Zahn)Arztregister eingetragen sind, als Angestellte oder Vertrags(zahn)ärzte tätig sind.

? Was ist der Zweck eines MVZ?

Zweck des MVZ ist die Erbringung ambulanter (zahn-)ärztlicher Behandlungen. Der in (zahn-)medizinischen Fragen weisungsfreie (zahn)ärztliche Leiter des MVZ muss als angestellter Arzt/Zahnarzt oder als Vertrags(zahn)arzt tätig sein. Fällt die (zahn)ärztliche Leitung weg, wird die Zulassung entzogen.

? Kann ein MVZ auch fachgleich sein?

Waren zunächst lediglich fachübergreifende MVZ zulässig, so dürfen diese auch fachgleich (Bsp. Zahnarzt MVZ) sein. Auch Physiotherapeuten können mit einem MVZ kooperieren.

? Wer kann ein MVZ gründen?

MVZ können nur von zugelassenen Ärzten/Zahnärzten, von zugelassenen Krankenhäusern, von Erbringern nicht-ärztlicher Dialyseleistungen oder von gemeinnützigen Trägern, die auf Grund von Zulassung oder Ermächtigung an der vertragsärztlichen Versorgung teilnehmen und



Im MVZ können Zahnärzte mit Ärzten und Physiotherapeuten direkt zusammenarbeiten.

Foto: Irina Mikhailichenko - stock.adobe.com

anerkannten Praxisnetzen sowie Kommunen gegründet werden. MVZ gründen sich sowohl in städtischen als auch ländlichen Gebieten. Allerdings lässt sich die Mehrzahl der MVZ in Kernstädten und Ober- und Mittelzentren nieder. An der überwiegenden Zahl der MVZ sind Vertragsärzte und Krankenhäuser als Träger beteiligt.

? Was sind die Voraussetzungen der Zulassung eines MVZ?

Damit ein MVZ an der vertragsärztlichen Versorgung teilnehmen kann, braucht es eine Zulassung. Darüber entscheidet auf Antrag der Zulassungsausschuss der jeweiligen Kassenärztlichen Vereinigung (KV).

Voraussetzungen für die Zulassung eines MVZ sind unter anderem:

- Gründung durch Leistungserbringer oder Kommune
- Wahl einer zulässigen Rechtsform
- Vorhandensein von mindestens zwei Vertrags(zahn)arztsitzen
- ärztliche bzw. kooperative Leitung.

? Welche Rechtsformen sind für ein MVZ möglich?

Die Wahl der MVZ-Rechtsform ist eine Voraussetzung für die Gründung und beeinflusst alle wirtschaftlichen und (steuer-)rechtlichen Belange. Zur Auswahl stehen folgende Rechtsformen:

- Personengesellschaft (GbR)
- Partnerschaftsgesellschaft (PartG und PartG mbB)
- eingetragene Genossenschaft (eG)
- Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)
- öffentlich-rechtliche Rechtsform (AÖR).

Die Rechtsform Aktiengesellschaft (AG) ist für ein MVZ nicht zulässig. Üblicherweise wird ein MVZ als Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) oder GmbH organisiert.

? Was sind die Vorteile eines MVZs gegenüber einer Gemeinschaftspraxis und Einzelpraxis?

Der wesentliche Unterschied zwischen MVZ und Gemeinschaftspraxis (BAG) sowie Einzelpraxis ist, dass das MVZ den Vorteil der Expansion mit sich bringt. Je voll zugelassenem Vertrags(zahn)arzt ist die maximale Anzahl an angestellten Ärzten/Zahnärzten auf 4 Vollzeitstellen begrenzt. Diese Limitierung gilt jedoch nicht für das MVZ. Im Gegenteil, die Schaffung von Möglichkeiten zur Kostenoptimierung, Skaleneffekte und Wachstum ist hier erwünscht.

Im Gegensatz zu einer Einzelpraxis, in der der Praxisinhaber in der Regel sowohl die ärztlichen Behandlungstätigkeiten als auch die Verwaltungsaufgaben übernimmt, herrscht im MVZ meist eine organisatorische Trennung der Inhaberschaft von der Patientenversorgung. Dadurch können sich die (Zahn-)Ärzte mehr der Patientenversorgung widmen.

? Ist ein MVZ sinnvoll?

Die Rechtsformwahl ist eine sehr individuelle Angelegenheit, die den Bedürfnissen der Gründer entsprechen muss. Es sind der individuelle Wunsch der Berufsausübung und auch steuerliche und rechtliche Aspekte zu berücksichtigen. Welche Rechtsform die jeweils geeignete ist, sollte durch eine umfassende rechtliche und steuerliche Beratung für die jeweiligen Gründer ermittelt werden. In diesem Rahmen kann dann festgestellt werden, ob und gegebenenfalls in welcher Rechtsform das MVZ eine geeignete Organisationsform ist.

RA Ralph Leibecke
www.vesting-stb.de
leibecke@vesting-stb.de

Vesting und Partner bietet sowohl die rechtliche und steuerliche Beratung an. Viele weitere Tipps finden Sie im Blog unter <https://www.vesting-stb.de/aktuelles/news/blog/>

CGM XDENT

Zahnarztinformationssystem



PRAXIS-NEUGRÜNDUNG?

AM BESTEN MIT CGM XDENT!



Denn mit der **Cloud-Software CGM XDENT** können Sie Zahnärztin bzw. Zahnarzt sein, wie Sie es wollen.

Jetzt weitere Infos einholen auf:
[cgm.com/de-xdent](https://www.cgm.com/de-xdent)



Werberecht

Praxisbezeichnung: Was ist zulässig?

Die Außendarstellung der eigenen Praxis und die damit verbundene Werbewirkung ist immer wieder Streitthema. Ob eine bestimmte Bezeichnung mit den berufsrechtlichen Regelungen vereinbar ist, ist vielfach Auslegungssache und beschäftigt daher regelmäßig sowohl Zahnärztekammern als auch die Gerichte.

Kindgerechte Kinderzahnarztpraxis

Eine Kinderzahnarztpraxis muss kindgerecht ausgestattet sein und es muss die überwiegende Behandlung von Kindern gegeben sein. Daneben genügt es, wenn die dort tätigen Zahnärzte und Zahnärztinnen für die Belange von Kindern aufgeschlossen sind. Besondere fachliche Qualifikationen im Bereich der Kinderzahnheilkunde ist nicht erforderlich nach Ansicht des Bundesgerichtshofs (Urteil vom 07.04.2022 – I ZR 217/20).

Potenzielle Patienten werden nicht allein aufgrund der Bezeichnung als Kinderzahnarztpraxis irreführt, solange kein personaler Bezug zum Zahnarzt oder der Zahnärztin hergestellt wird. Das Gericht wies in diesem Zusammenhang einmal mehr darauf hin, dass die nach Art. 12 Abs. 1 GG gewährleistete Berufsausübungsfreiheit eines Zahnarztes oder einer Zahnärztin auch das Recht zu einer berufsbezogenen und sachangemessenen Werbung umfasst, soweit diese nicht irreführend ist.

Praxis für Kieferorthopädie nur mit Aufklärung

Differenzierter wird es bei der Bezeichnung „Praxis für Kieferorthopädie“ oder „Kieferorthopädie“. Der Bundesgerichtshof sieht hier eher die Gefahr einer Irreführung der Verbraucher gegeben, die bei dieser Bezeichnung von einem Fachzahnarzt für Kieferorthopädie ausgehen würden (Urteil vom 29.07.2021 – I ZR 114/20). Fehlt eine solche Qualifikation, dann darf die Bezeichnung bei einem entsprechenden Tätigkeitsschwerpunkt nur dann verwendet werden, wenn der oder die die Bezeichnung Verwendende gleichzeitig klarstellt, dass gerade kein Fachzahnarzt oder -zahnärztin tätig wird. Welche konkreten Maßnahmen für eine ausreichende Aufklärung gefordert wer-



Nadine Ettlting

Foto: Lyck+Pätzold healthcare.recht

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

den, richtet sich wie so oft nach den Umständen des Einzelfalls. In dem vom BGH entschiedenen Fall wurde die Bezeichnung lediglich im Internetauftritt der Praxis verwendet. Dort genügte dem Gericht ein deutlicher Hinweis auf die Art der bestehenden Zusatzqualifikation, den Umfang der praktischen Erfahrungen sowie der Ausweis eines Tätigkeitsschwerpunkts als Abgrenzung zu einer Fachzahnarztbezeichnung. Insbesondere auch die Angabe „Master of Science Kieferorthopädie“ genügte dem Gericht als hinreichende Aufklärung über die tatsächliche Qualifikation.

Zentrum mit zwei Behandelnden

Erst kürzlich hat das Oberlandesgericht Frankfurt entschieden, dass es für eine Bezeichnung der Praxis als „Zentrum“

Zulässige Bezeichnungen für eine Praxis sind vielfach Auslegungssache.

ausreichend ist, wenn wenigstens zwei Behandler dort tätig sind (Urteil vom 11.05.2023 – Az. 6 U 4/23).

Geklagt hatte in diesem Fall ein im gleichen Fachgebiet tätiger Arzt gegen die sich in der Außendarstellung als Zentrum bezeichnende Gemeinschaftspraxis. Er war der Ansicht, ein „Zentrum“ müsse aus mehr als zwei Ärzten bestehen und eine gewisse Mindestgröße vorzuweisen haben. Das Gericht hingegen fand, auf die Größe komme es nicht an. Durch die in § 95 Abs. 1 S. 1 SGB V für Medizinische Versorgungszentren vorgegebenen Mindestgröße von zwei Behandlern und der Möglichkeit einer fachgleichen Kooperation in den sogenannten MVZs wird auch in der Verkehrsanschauung keine bestimmte Größe eines „Zentrums“ mehr erwartet. Gleichwohl machte das Gericht deutlich, dass unter dem Begriff „Zentrum“ eine personelle und sachliche Struktur des Unternehmens erwartet werde, die über vergleichbare durchschnittliche Unternehmen hinausgehe. Mindestanforderungen nannte das Gericht dabei nicht.

Fazit

Das (zahn-)ärztliche Werberecht und damit auch die Möglichkeiten der Praxisbezeichnung unterliegen einem stetigen Wandel und hängen nicht zuletzt auch von gesellschaftlichen Entwicklungen insbesondere im Hinblick auf den Gesundheitsmarkt ab. Maßstab für die Zulässigkeit einer Bezeichnung ist immer die Wahrnehmung der Adressaten, also der Patienten. Wer sich unsicher ist, ob eine bestimmte Bezeichnung gerade noch zulässig ist, sollte sich zur Vermeidung teurer Streitigkeiten oder berufsrechtlicher Sanktionen immer vorab medizinrechtlichen Rat einholen.

Nadine Ettlting
www.medizinanwaelte.de
ettling@medizinanwaelte.de



Sobald die Inhaberin oder der Inhaber einen Antrieb zur Entwicklung verspürt, gelingt eine erfolgreiche Neuausrichtung.

Eine Praxismarke braucht Charakter

Praxismarketing bedeutet immer Inhaberentwicklung

Viele Praxisinhaber verbinden mit dem Thema Praxismarketing das Gestalten einer neuen Webseite oder das Pflegen eines Instagram-Kanals. Doch Marketing umfasst weitaus mehr. Was Praxismarketing eigentlich mit der Inhaberpersönlichkeit zu tun hat und warum diese so wichtig ist, erklärt Vanessa Kohnert.

Generell beschäftigt sich Marketing heute viel mit den Bedürfnissen der Zielgruppe. Dabei werden immer wieder Ansätze erarbeitet, wie die jeweiligen Personen wirkungsvoll angesprochen werden können, was sie mögen und wo sie sich aufhalten.

Praxismarketing bietet hier eine Ausnahme, denn weitestgehend muss keine Nachfrage erzeugt werden. Praxen werden von Patienten gesucht und unterliegen von daher einer speziellen Aufmerksamkeit, bei der es darauf ankommt, dass der Patient entscheiden kann, ob dieser oder ein anderer Zahnarzt zu ihm passt. Häufig geht es hier eher um das Herausstechen als um das pure „Einsammeln“.

Machen Sie sich sichtbar

Erfolgreich abgrenzen kann sich nur die Praxis, die zu Besonderheiten steht und die „erkennbar“ ist. Dieses „sich Zeigen“ erfordert vor allem Mut und Veränderungswillen, denn wenn ein Unternehmen sichtbar wird, ist es auch gleichzeitig angreifbar.

Wird die Persönlichkeit und die Praxiskultur wirkungsvoll gezeigt, bewegt dies auch interne Veränderungsprozesse. Hier sollten sich Inhaber zuvor darüber klar werden, ob diese Veränderung nicht



Vanessa Kohnert

Foto: Vysible

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

nur gewünscht sondern auch unterstützt werden kann. Denn nur wenn der Inhaber einen wirklich starken Antrieb zur Entwicklung verspürt, gelingt eine erfolgreiche Neuausrichtung.

Ihre Wünsche und Ziele

Um dies herauszufinden, werden in einem ersten Schritt die Wünsche und Ziele des Inhabers festgehalten. Ohne diese Festlegung und die Beantwortung der Frage „Warum möchte ich meine Ziele eigentlich erreichen?“, lohnt sich keine Marketingaktion. Zur Erreichung der Ziele, kann hier ein rückwärtsgerichteter Blick helfen. Stellen Sie sich dazu vor, Sie hätten Ihr Ziel bereits erreicht und schauen nun auf die einzelnen Schritte, die dazu

notwendig waren. Diese Perspektive hilft bei der Verdeutlichung der notwendigen Maßnahmen.

Was macht Ihre Praxis besonders?

Im zweiten Schritt geht es darum, genau herauszuarbeiten, was die jeweilige Praxis besonders macht. Herrscht bei Ihnen eine besonders freundliche Atmosphäre? Sind Sie sehr direkt und ehrlich zu Ihren Patienten? Bieten Sie ein Expertenkonzept? Haben Sie eine besondere Leidenschaft? In einer erfolgreichen Praxis sollten viele Aspekte, wie das Team, die Struktur oder die Atmosphäre, gut funktionieren. Trotzdem gibt es bei jeder Praxis eine kleine Besonderheit, die sich herausstellen lässt.

Strategie festlegen

Erst nach diesem wichtigen Punkt folgt die strategische Planung, welche Maßnahme zu welchem Zeitpunkt sinnvoll ist. Und welche Ressourcen dafür notwendig werden, sowohl auf der Seite der Praxis als auch beim Dienstleister. Das „Wie“ spielt also nur eine nachgelagerte Rolle und sollte beim Thema Praxismarketing nicht an erster Stelle kommen.

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

Foto: MQ-Illustrations - stock.adobe.com


 Interne Kommunikation - Das magische Dreieck

Effektive Strategien für ein reibungsloses Praxismanagement

Eine effektive interne Kommunikation ist in jeder Organisation von großer Bedeutung - so auch in der Zahnarztpraxis. Eine reibungslose und effiziente Kommunikation zwischen den Mitarbeitern, dem Praxisteam und dem Zahnarzt ist unerlässlich, um einen hochwertigen Service und eine optimale Patientenversorgung zu gewährleisten. Im ersten von drei Teilen dieses Fachbeitrages werden wir die Bedeutung der internen Kommunikation in der Zahnarztpraxis erläutern und einige bewährte Strategien vorstellen, die dazu beitragen können, die Kommunikation zu verbessern.

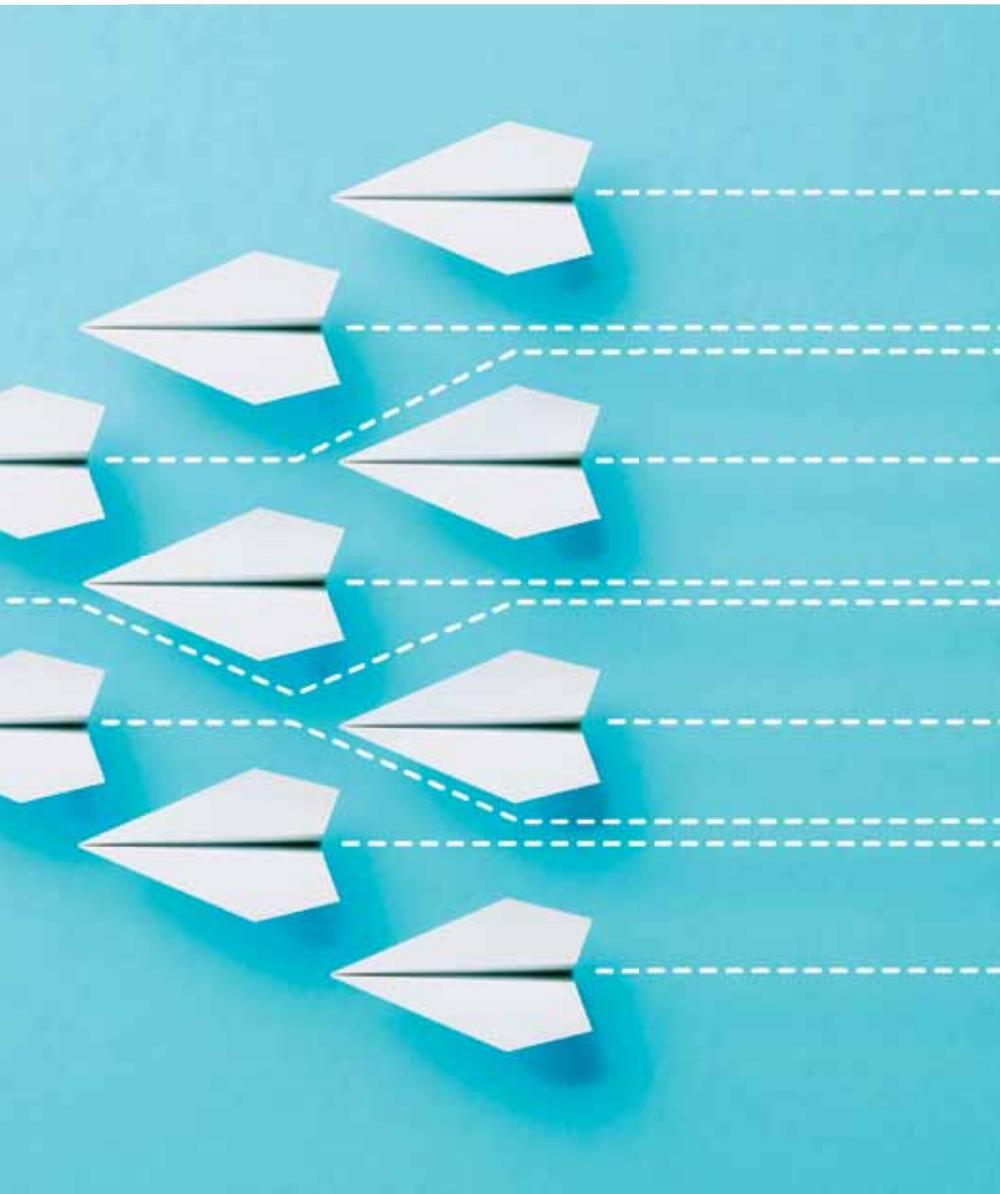
Das magische Dreieck, dargestellt als Grafik auf Seite 28, verdeutlicht, wie die drei Aspekte der internen Kommunikation miteinander verbunden sind und sich gegenseitig beeinflussen. Eine Veränderung an einer der Größen hat Auswirkungen auf die anderen beiden. Daher ist es wichtig, Veränderungen in der internen Kommunikation ganzheitlich zu betrachten und sicherzustellen, dass Strategie, Struktur und Kultur im Einklang stehen,

um eine effektive und erfolgreiche interne Kommunikation zu gewährleisten.

In diesem Teil erfahren Sie mehr über die Bedeutung, Aufgabe, Herausforderung und Ziele der internen Kommunikation. Außerdem wird die „Strategie“ ausführlich behandelt.

1. Bedeutung der internen Kommunikation in der Zahnarztpraxis:
 Die interne Kommunikation spielt eine

entscheidende Rolle bei der Koordination der Aktivitäten in einer Zahnarztpraxis. Eine optimale interne Kommunikation trägt zur bestmöglichen Durchführung von Behandlungen, Terminvereinbarungen, Abrechnungen und anderen administrativen Aufgaben bei. Darüber hinaus fördert eine gute Kommunikation ein harmonisches Arbeitsumfeld, in dem die Mitarbeiter motiviert sind und ihr Bestes geben können.



2. Die Aufgaben der internen Unternehmenskommunikation:

- Ein gemeinsames Verständnis von Arbeit, Sinn, Zweck und Bedeutung zu vermitteln.
- Die gemeinsame Erreichung der Ziele und Umsetzung der Praxisvision zu fördern.
- Ein wechselseitiger Kommunikationskanal zwischen Praxisunternehmen und Mitarbeitenden.
- Ein systematisches Vorgehen zur Bewertung von Engagement und Kompetenz zu gewährleisten.
- Eine systemische Betrachtung des gesamten Unternehmens zu ermöglichen.
- Die interne Kommunikation in die Gesamtstrategie des Praxisunternehmens einzubetten.

3. Die Herausforderungen bei der internen Kommunikation in der Zahnarztpraxis:

In der Zahnarztpraxis können verschiedene Herausforderungen die interne Kommunikation beeinträchtigen. Dazu gehören beispielsweise:

- **Zeitliche Einschränkungen**
Zahnarztpraxen sind oft angespannt und zeitempfindlich. Mitarbeiter haben möglicherweise begrenzte Zeit, um wichtige Informationen auszutauschen oder Probleme zu besprechen.
- **Hierarchie und Rollen**
Eine klare Hierarchie und die damit verbundenen Rollen in der Praxis können manchmal dazu führen, dass Mitarbeiter zögern, ihre Meinungen oder Bedenken zu äußern, insbesondere gegenüber der Praxisleitung.



Sabine Kittel

Foto: Privat

Führungskräfte-Trainerin, Systemischer Coach und Beraterin, Dentalhygienikerin. Als Inhaberin der Akademie für Prophylaxe & Management bietet Sabine Kittel ein ganzheitlich ausgerichtetes systemisches Coaching-Programm an mit fundierter Beratung, individuellem Coaching und fachspezifischen Prophylaxe-Trainings.

■ Unterschiedliche Arbeitsbereiche

In einer Zahnarztpraxis arbeiten verschiedene Fachdisziplinen wie Zahnärzte, Praxismanager, Prophylaxe-Fachkräfte, Behandlungs-Assistenten, Verwaltungspersonal und Zahntechniker. Jeder hat spezifische Aufgaben und Verantwortlichkeiten, was die Kommunikation zwischen den verschiedenen Arbeitsbereichen herausfordernd machen kann.

4. Die Ziele des internen Kommunikationsmanagement:

■ Stärkung der Selbstmotivation des Einzelnen

Durch eine effektive interne Kommunikation werden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dazu ermutigt, ihre Motivation und Leistungsbereitschaft selbstständig zu steigern. Dies trägt zu einer positiven Arbeitsatmosphäre und einem produktiven Arbeitsumfeld bei.

■ Erhöhung des Engagements und der Selbstverantwortung

Eine gute interne Kommunikation fördert das Engagement der Mitarbeitenden und spornet sie an, Verantwortung für ihre Aufgaben und den Erfolg des Unternehmens zu übernehmen. Dies trägt zu einer gesteigerten Produktivität und höherer Effizienz bei.

■ Nachhaltige Mitarbeiterbindung und Selbstidentifikation

Durch regelmäßige und transparente Kommunikation werden Mitarbeiter enger an das Unternehmen gebunden und entwickeln eine starke Identifikation mit den Unternehmenszielen und -werten. Dies führt zu einer höheren Mitarbeiterzufriedenheit und -loyalität. »

■ **Ausrichtung von Denken, Fühlen und Verhalten auf strategische Organisationsziele**

Die interne Kommunikation stellt sicher, dass Mitarbeiter ein klares Verständnis von den strategischen Zielen und der Vision des Unternehmens haben. Dadurch werden Denken, Fühlen und Handeln der Mitarbeiter in Einklang mit diesen Zielen gebracht.

■ **Pflege von Unternehmens- und Grundwerten**

Die interne Kommunikation spielt eine wichtige Rolle bei der Verbreitung und Verstärkung der Unternehmens- und Grundwerte. Sie fördert ein gemeinsames Verständnis und einheitliches Handeln basierend auf diesen Werten.

■ **Stärkung von Reputation und Marke**

Eine gut durchdachte interne Kommunikation trägt zur Stärkung des Unternehmensrufs und der Markenidentität bei. Mitarbeiter werden zu Botschaftern der Marke und tragen aktiv zur positiven Außenwahrnehmung des Unternehmens bei.

Voraussetzungen für Führungskräfte und Mitarbeitende

■ **Gründliche Analyse von Struktur und Kultur**

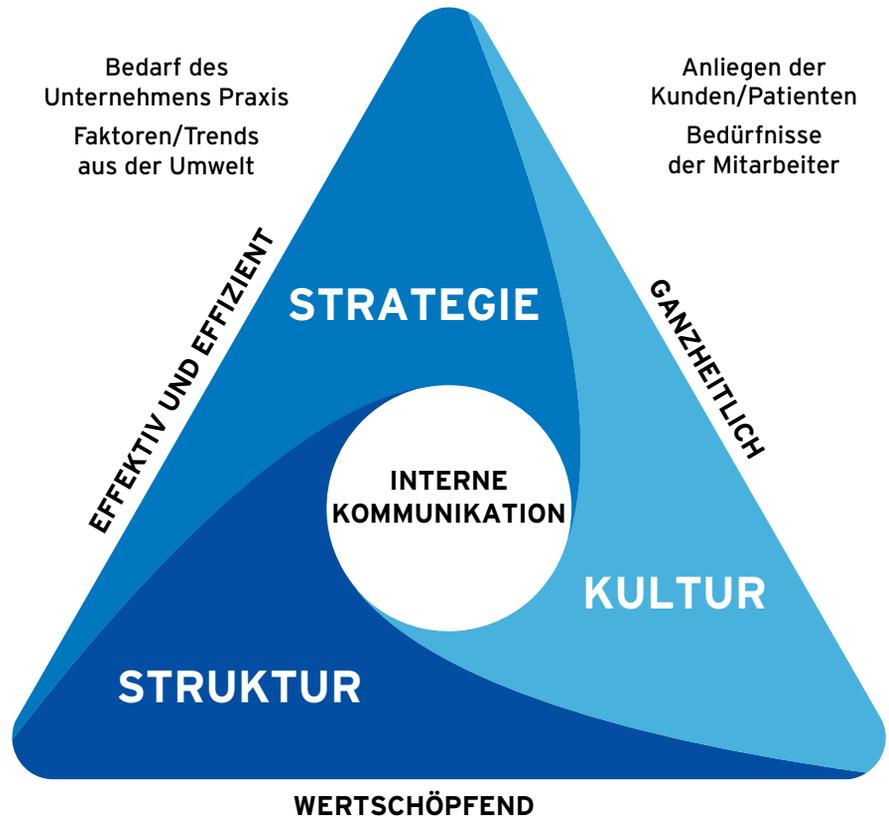
Eine gründliche Analyse der Organisationsstruktur und der Kommunikationskultur ist wichtig, um die spezifischen Anforderungen und Herausforderungen der internen Kommunikation zu verstehen. Erst dann ist die Entwicklung von maßgeschneiderten Lösungen möglich.

■ **Entwicklung einer zielführenden Strategie**

Eine klare Kommunikationsstrategie ist entscheidend, um die Ziele und Erwartungen der internen Kommunikation festzulegen. Führungskräfte sollten eine koordinierte Vorgehensweise entwickeln und eng mit den Mitarbeitenden zusammenarbeiten, um sicherzustellen, dass die Strategie effektiv umgesetzt wird.

■ **Einsatz unterschiedlicher Instrumente**

Es ist wichtig, verschiedene Instrumente und Kanäle für den Wissensaustausch und den Informationsfluss einzusetzen. Dies können E-Mails, Meetings, interne Plattformen oder andere Kommunikationswerkzeuge sein. Die Auswahl der richtigen Instrumente sollte auf die spezifischen Bedürfnisse und Anforderungen



der Zahnarztpraxis abgestimmt sein. Die Schaffung der Voraussetzungen eines effektiven internen Kommunikationsmanagements unterstützt die langfristige Entwicklung und den Erfolg des Unternehmens.

Strategien für eine effektive interne Kommunikation

Eine gut durchdachte Strategie der internen Kommunikation ist der erste wichtige Schritt für eine erfolgreiche Kommunikation in der Zahnarztpraxis. Doch welche Elemente sollen denn in eine interne Kommunikationsstrategie einfließen?

1. Kommunikationsziele

Definieren Sie klare und messbare Ziele, die Sie mit Ihrer internen Kommunikation erreichen möchten. Diese Ziele sollten im Einklang mit den übergeordneten Zielen der Zahnarztpraxis stehen. Beispiele für Kommunikationsziele könnten sein:

- Verbesserung des Informationsflusses zwischen den Teammitgliedern.
- Förderung einer positiven Unternehmenskultur und Teamarbeit.
- Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit und des Engagements.
- Verbreitung von wichtigen Praxis-Updates und Richtlinien.

2. Zielgruppenanalyse

Identifizieren Sie die verschiedenen Zielgruppen in der Zahnarztpraxis, die von der internen Kommunikation betroffen sind. Dazu gehören Zahnärzte, Prophylaxe-Fachkräfte, Behandlungs-Assistenten, Verwaltungspersonal, Zahntechniker und möglicherweise auch externe Partner oder Dienstleister. Analysieren Sie die spezifischen Kommunikationsbedürfnisse und -vorlieben jeder Gruppe, um sicherzustellen, dass Ihre Kommunikationsstrategie zielgerichtet ist und die relevanten Informationen an die richtigen Personen gelangen.

3. Kommunikationskanäle

Wählen Sie die geeigneten Kommunikationskanäle, um Ihre Botschaften effektiv zu übermitteln. Berücksichtigen Sie die Präferenzen und Gewohnheiten Ihrer Zielgruppen.

4. Zeitplan

Legen Sie einen Kommunikationszeitplan fest, der regelmäßige Updates und den Austausch von wichtigen Informationen berücksichtigt. Planen Sie zum Beispiel regelmäßige Teammeetings ein, um über aktuelle Themen zu informieren und Feedback einzuholen. Bestimmen Sie auch die

Häufigkeit und den Zeitpunkt anderer Kommunikationsmittel wie E-Mails oder Newsletter, um sicherzustellen, dass Informationen rechtzeitig und angemessen verteilt werden. Klären Sie die Erwartungshaltung für beide Seiten, wann die Informationen abgeholt werden müssen. So sind Infos, die am Wochenende oder abends gesendet werden, erst am nächsten Werktag zu bearbeiten.

5. Kommunikationsverantwortliche

Benennen Sie Kommunikationsverantwortliche, die für die Koordination und Durchführung der internen Kommunikation verantwortlich sind. Diese Personen sollten die Kommunikationsstrategie umsetzen, sicherstellen, dass Informationen rechtzeitig und klar kommuniziert werden, und als Ansprechpartner für Fragen und Anliegen der Mitarbeiter dienen. Klare Verantwortlichkeiten helfen, die Effektivität und Konsistenz der internen Kommunikation zu gewährleisten. Hier-

für gilt es Regeln aufzustellen, die genau beschreiben, wie mit Informationen umgegangen werden.

6. Evaluation und Anpassung

Regelmäßige Evaluation der internen Kommunikationsstrategie ist entscheidend, um sicherzustellen, dass sie ihre Ziele erreicht und den Bedürfnissen der Zahnarztpraxis entspricht. Führen Sie Feedback-Umfragen, Mitarbeiterbefragungen oder informelle Gespräche durch, um das Engagement, die Zufriedenheit und die Wirksamkeit der internen Kommunikation zu messen. Basierend auf den Ergebnissen können Anpassungen vorgenommen werden, um die Strategie zu verbessern und den sich ändernden Anforderungen gerecht zu werden.

Jede Person ist für interne Kommunikation verantwortlich!

Insgesamt bilden Strategie, Struktur und Kultur das Fundament für eine effektive

interne Kommunikation, ähnlich wie ein gut geschriebenes Drehbuch, eine klare Regieanweisung und eine stimmige Atmosphäre zusammenarbeiten, um einen erfolgreichen Film zu gestalten.

Durch die Erfüllung dieser Voraussetzungen schaffen Führungskräfte und Mitarbeitende die Grundlage für eine effektive interne Kommunikation, die zu einer verbesserten Zusammenarbeit, einem lückenlosen Informationsfluss und damit zu einer positiven Kommunikationskultur in der Zahnarztpraxis führt. Missverständnisse werden aktiv vermieden und wirken so präventiv vor Konflikten.

Seien sie gespannt auf den zweiten und dritten Teil dieses Fachbeitrages, wo es um die Schaffung der Struktur und Kultur gehen wird.

Sabine Kittel

info@akademie-prophylaxe-management.de

www.akademie-prophylaxe-management.de

Fortbildungskalender 2023



Symposium „Dentale SynOptic“

10./11. November 2023 in Frankfurt a.M.

Teilnehmende des Symposiums können im großen Hörsaal des Carolinum die dentale Zukunft hautnah erleben, neue digitale Verfahren kennenlernen und diese anschließend in ihre tägliche Praxis integrieren. Die Dentale SynOptic stellt Cutting-edge-Technologien vor und vermittelt ganz konkrete Anwendungsmöglichkeiten des Dynamischen Digitalen Modells in den verschiedenen zahnmedizinischen Disziplinen. Digitale Verfahren verändern die Möglichkeiten in der Befundung, Diagnose, Therapie, und sie verbessern die Behandlungsqualität signifikant. Führende Experten verschiedener zahnmedizinischer Fachgebiete zeigen die Einsatzmöglichkeiten des Dynamischen Digitalen Modells für eine praxisrelevante Optimierung der zahnärztlichen Diagnostik, Therapie und Verlaufskontrolle, darunter Ingo Baresel, Florian Boldt, Jan-Frederick Güth, Bernd Kordaß, Enno Kramer, Albert Mehl, Dirk Ostermann, Sven Reich, Bernd Reiss, Stefan Reiz, Simon Rosenstiel, Sebastian Ruge, Claudia Scholz und Falk Schwendicke.



www.ag-ddm.de/veranstaltungen

Praxisperspektive Zukunft

Diverse Termine an verschiedenen Orten

Die Praxisabgabewelle rollt! Die geburtenstarken Jahrgänge bereiten sich auf den Ruhestand vor. Dem gegenüber steht eine zurückhaltende Neigung der jungen ZahnärztInnen, die berufliche Tätigkeit in einer eigenen Praxis auszuüben. Um die eigene Praxisnachfolge intelligent zu lösen, ist es sinnvoll, sich frühzeitig damit zu befassen. Denn, um dem drohenden Verlust eines gewichtigen Teils der persönlichen Altersvermögensvorsorge wirksam zu begegnen, bedarf es einer praxisindividuellen Abgabestrategie. Im Rahmen des dreistündigen Intensivworkshops werden wichtige Themen behandelt: Wie finde ich meine/n PraxisnachfolgerIn? Welche vorbereitenden Maßnahmen muss ich treffen? Wer unterstützt meine Abgabestrategie? Was ist zu tun, wenn keine Nachfolge in Sicht sind, oder ich noch zeitreduziert weiterarbeiten möchte? Welche Verträge sind notwendigerweise mit welchen zentralen Inhalten abzuschließen? Wie gehe ich mit Fremdinvestoren um? Im Kurs bekommen Sie Handlungsanleitungen und Empfehlungen für weitere Planungen.



www.plandent.de

Dentpreneurin 2022: Astrid Tabellion aus Offenburg

«Wenn der Beruf gleichzeitig Berufung ist»

Anfang Mai konnte Astrid Tabellion aus Offenburg beim Alles Ausser Zähne-Kongress in München den Dentpreneur Award 2022 in Empfang nehmen. Rund 250 ZahnärztInnen und Industriepartner stimmten ab und entschieden sich mehrheitlich für die sympathische Zahnärztin, die seit fast 50 Jahren in der Zahnmedizin tätig ist. Wir wollten mehr erfahren und haben nachgefragt.

? Frau Tabellion, Ihr Praxisvideo, das bei der Bewerbung am Kongress gezeigt wurde, hat überzeugt. Sie haben offenkundig sehr viel Freude am Beruf. War es schon immer ihr Traum, Zahnärztin zu werden?

Ich habe als Zahnarzhelferin angefangen. Mein Chef war mein Vorbild. Ich wollte immer so gut sein wie er. Deshalb habe ich nebenberuflich das Abitur nachgemacht. Während des Studiums hatte ich einen Autounfall und konnte ab diesem Moment rechts nicht mehr essen. Ein Masseur stellte fest, dass mein Atlaswirbel nicht richtig sitzt. Das war der Schlüssel für mein ganzheitliches Interesse. Dazu kommt, dass ich schon immer ein neugieriger Mensch war – Stillstand gibt es bei mir nicht

? Es scheint, als wären Sie auch gerne Unternehmerin. Wie lautet Ihr Erfolgsrezept?

Ich habe mich schon immer als Unternehmerin gefühlt und wollte meine eigenen Visionen realisieren. Das ist neben der Zahnmedizin die zweite Grundlage für meinen Erfolg. Ich habe heute fast 20 Mitarbeiterinnen, davon zwei Zahnärztinnen. Es lohnt sich Geduld zu haben, um Mitarbeiter und Patienten abzuholen und sich mit ihnen zu beschäftigen. Mit diesen Aufgaben wächst das ganze Team und fühlt sich wertgeschätzt.

? Wie funktioniert Teamarbeit in Ihrer Praxis „dentabellion“?

Als Arbeitgeberin muss ich wissen, wer ich gerade bin. Da muss ich differenzieren, ob ich bei einer OP in der absoluten Konzentration bin, ob ich im Fokus der Praxisinhaberin bin oder als Gesprächspartnerin zur Verfügung stehe. Dabei ist wichtig, dass ich klar zu erkennen gebe, welchen Hut ich gerade auf habe. In der Behandlungssituation ist keine Zeit für



Eine übergelückliche Gewinnerin: Astrid Tabellion bekam den Award überreicht von Ihrem Laudator Uwe Schäfer von der M:Company GmbH.

Spaß oder unpassende Gespräche. Außerhalb der Behandlung bin ich immer fürs Team ansprechbar. Da meine Handlungen auch rechtssicher sein müssen, muss ich mich auf eine konstruktive Zusammenarbeit verlassen können. Wenn es mal einem nicht so gut geht, kann das Team viel auffangen – aber nur dann, wenn man sich gegenseitig Bescheid gibt und vertraut. Bei uns wird der Teamgedanke tagtäglich gelebt.

? Und was bedeutet für Sie Erfolg – beruflich und persönlich?

Beruflich verfolge ich das Ziel, tagtäglich die beste Qualität abzuliefern, dann kommt der Erfolg von ganz alleine. Es gibt oft berührende Momente mit Patienten, die einfach nur glücklich sind, dass die Behandlung mit einem schönen Lächeln endet oder sie wieder ohne Probleme essen können oder Schmerzen verschwunden sind.

Mein persönliches Erfolgsrezept liegt in der Balance. Für mich ist die Me Time genauso wichtig, wie Kontakte zu pflegen und sich neuen Impulsen zu öffnen.

? Welches sind für Sie die größten Herausforderungen in Ihrer Zahnarztpraxis?

Es ist ein immerwährender Prozess mit seinen Aufgaben zu wachsen. Die Herausforderungen sind ganz klar in der Suche nach geeignetem Personal zu sehen. Oder auch in den geänderten Bedürfnissen der Mitarbeiterinnen. Die richtige Mischung herauszufinden, in der ein Team das täglich anfallende Pensum schaffen kann, ist immer wieder eine Aufgabe, die wir als Team gemeinsam lösen. Das Selbstmanagement als Praxisinhaber ist eine weitere Herausforderung und auch das Schaffen und Überwachen von Strukturen, an denen sich alle orientieren können. Und zuletzt eine wertschätzende Kommunikation, die nicht für jeden selbstverständlich ist.

? Ihre Praxis verfolgt einen ganzheitlichen Ansatz. Wie reagieren Patienten darauf?

Die ganzheitliche Sicht hat meinen Horizont stark erweitert. Ich wurde dadurch Ansprechpartnerin für viele Patienten, die komplexe Situationen mitbringen, für die es Lösungen braucht. Ich nehme mir entsprechend viel Zeit, um meine Patienten bei Problemen ganzheitlich zu befunden und zu beraten, oft auch gemeinsam mit Orthopäden und Physiotherapeuten.

„Alles hat seine Zeit und alles braucht seine Zeit!!!“

Schön wäre es, wenn in Zukunft noch mehr über den Tellerrand geschaut wird. Es gibt nach wie vor zu wenig Orthopäden und Physiotherapeuten, die auch eine Verbindung zur Zahnmedizin sehen. Ebenso fehlt es an Zahnärzten, die interdisziplinär diagnostizieren oder behandeln.

? Sie haben sich auf der Zielgeraden beim AAZ-Kongress gegen zwei andere Bewerber für den Award durchgesetzt. Was bedeutet Ihnen diese Auszeichnung?

Ich war total überwältigt und habe mich riesig gefreut. Für mich und mein Team ist das eine wundervolle Wertschätzung und noch mehr Motivation. Wir fühlen uns auf unserem Weg bestätigt und nehmen die Auszeichnung als Ansporn für weitere Pläne.

? Was ist nach der Award-Verleihung passiert? Gab es Feedbacks?

Es gab sehr viel Dynamik, mein Team war sehr stolz. Das hätte ich nicht erwartet. Sie haben mich am Montag nach der Verleihung gemeinsam empfangen, es gab sogar eine Torte. Wir haben gemeinsam den Preis gefeiert und es wurden neue Pläne geschmiedet. Im Nachgang haben wir uns auf unsere Werte fokussiert und festgehalten, wo wir gerade stehen. Die nächsten Projekte sind schon in der Planung, man darf gespannt sein.

? War es Ihrem Team bewusst, dass sie in einer so „ausgezeichneten“ Praxis arbeiten?

In dieser Intensität vermutlich nicht, aber sie haben ja schon in anderen Praxen gearbeitet und wissen dadurch zu schätzen, was bei uns anders ist. Das zieht positive Effekte nach sich, denn wir bekommen dadurch immer wieder neue Bewerbungen. Bei der Auswahl für die passende Bewerberin darf mein Team übrigens mitentscheiden. Nach meiner Vorauswahl hinsichtlich Praxiswerten und einem ein- oder zweitägigen Probearbeiten sprechen wir im Team darüber, ob es passen könnte. Für uns ist Teamfähigkeit sehr wichtig.

Wir sagen nochmal „Herzlichen Glückwunsch“ und weiterhin viel Erfolg!

Mit diesem Bewerbungsvideo hat sich Astrid Tabellion für den Dentpreneur Award 2022 beworben und überzeugt.



Podcast



Mehr zum Thema gibt es im Podcast „Wenn der Beruf Berufung ist“ mit **Astrid Tabellion**.
Jetzt anhören:
www.dental-wirtschaft.de/doctolib-podcasts/





Personalbindung in der Zahnarztpraxis

Steigerung der Personalbindung mit einer leistungsgerechten Bezahlung

In den meisten Praxen basiert das Gehalt auf einer monatlichen Vergütung, die sich aus drei Teilen zusammensetzt: Den geleisteten Stunden, der Arbeitserfahrung und der individuellen Qualifikation. Dennoch gibt es immer wieder die Situation, dass zwei Mitarbeiter, die gleich eingestuft werden, unterschiedlich stark zum Erfolg Ihrer Zahnarztpraxis beitragen. Vielleicht setzt sich ein Mitarbeiter aktiv für die Praxis ein, während der andere immer nur „Dienst nach Vorschrift“ macht und trotzdem das gleiche Gehalt bekommt.

Auch wenn es vertraglich verboten ist, können Sie davon ausgehen, dass Ihre Mitarbeiter sich über ihr Gehalt austauschen. Es ist nur eine Frage der Zeit, wann die motivierten Mitarbeiter sich fragen, ob ihr Engagement sich überhaupt lohnt. Diese Erkenntnis kann sie stark demotivieren und der Grund sein, wieso sie eine Zahnarztpraxis verlassen. Wie Sie Ihre Mitarbeiter mit einer leistungsgerechten Bezahlung motivieren und an Ihre Praxis binden, erfahren Sie im fünften Teil der Serie.

Engagement, das sich lohnt

Eine leistungsgerechte Bezahlung ist eine faire und transparente Lösung für alle Beteiligten. Denn, wenn das Gehalt offiziell an die Leistungen der Mitarbeiter gebunden ist, kann es keine Diskussionen mehr darüber geben, ob es nun fair ist, dass eine ZFA mehr verdient als die andere: Das Gehalt setzt sich dabei aus fixen und variablen Bausteinen zusammen und macht es somit für Ihre Mitarbeiter



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. In seinem Podcast „Unternehmen Arztpraxis“ teilt er einfache umsetzbare Lösungsansätze, um den Aufwand in der Praxis zu reduzieren und das Ergebnis zu optimieren.

lohnenswert, sich für Ihre Praxis zu engagieren. So werden einerseits die bereits überdurchschnittlichen Mitarbeiter fair für ihre Leistung bezahlt, während andererseits die bisher weniger motivierten Mitarbeiter vielleicht neue Anreize finden.

Variable Vergütung

Der feste Anteil berechnet sich wie gewohnt aus den Stunden, der Arbeitserfahrung und der Qualifikation Ihrer ZFAs. Der variable Teil hingegen setzt sich aus drei unterschiedlichen Boni zusammen, die auf einem persönlichen Jahresziel, einem Praxisjahresziel und einer individuellen Mitarbeiterbeurteilung basieren.

Individuelle Jahresziele

Das persönliche Jahresziel hat Ihre ZFA komplett selbst in der Hand: Sie könnte zum Beispiel zusätzliche Aufgaben als Feel-Good-Managerin oder Fortbildungsbeauftragte für das gesamte Team übernehmen oder die Social-Media-Kanäle der Praxis betreuen. Wichtig ist, dass das Ziel zu Beginn des Jahres messbar formuliert wird und einen Zusatznutzen für Ihre Zahnarztpraxis bringt. Zudem sollte es in der normalen Arbeitszeit zu erreichen sein. Es geht bei den Jahreszielen nicht darum, Überstunden anzusammeln, sondern die „Leerlaufphasen“, die es in jeder Zahnarztpraxis gibt, effizienter zu nutzen und sie mit wertschöpfenden Tätigkeiten zu füllen.

Ihr Praxisjahresziel

Das Praxisjahresziel ist individuell von der jeweiligen Zahnarztpraxis abhängig und alle Mitarbeiter arbeiten gemeinsam daran, es zu erreichen. Es wäre zum Beispiel ein gutes Ziel, die Patientenzufriedenheit

zu steigern. Hierbei könnte das gesamte Team einen Fragebogen erarbeiten, daraus Maßnahmen ableiten und diese im Laufe des Jahres umsetzen. Alternativ könnte das Team auch ein Konzept erstellen, um die Praxisbewertungen auf relevanten Plattformen wie Google und Jameda zu erhöhen.

Mitarbeiterbeurteilung

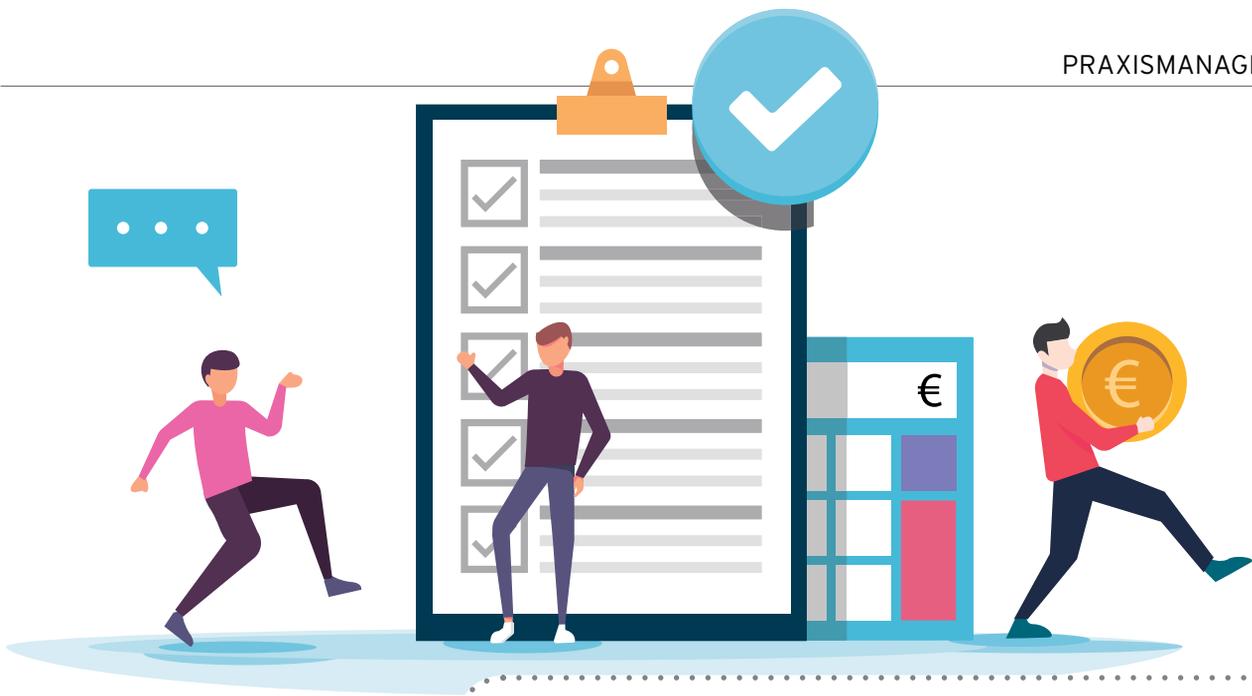
Der letzte variable Teil ist die Mitarbeiterbeurteilung am Jahresende. Der Beurteilungsbogen umfasst dabei Punkte, die für eine effiziente und reibungslose Arbeit in Ihrer Zahnarztpraxis wichtig sind. Damit keine Missverständnisse entstehen, müssen alle Kriterien von Vertragsbeginn an bekannt sein. Sowohl der Mitarbeiter als auch Sie füllen den Bogen aus und gehen ihn im Gespräch durch. Am Ende entscheiden Sie, inwieweit Ihre Mitarbeiter die jeweiligen Punkte erfüllen: Aus dem Durchschnitt ergibt sich eine Endnote, die die Höhe des Bonus in diesem Baustein bestimmt.

Die leistungsgerechte Bezahlung berechnen

Und so berechnen Sie das Gehalt: Als Grundgehalt bekommt jede ZFA eine fixe Vergütung, die etwas unter dem liegt, was laut Stunden, Arbeitserfahrung und Qualifikation eigentlich üblich wäre. Durch das persönliche Ziel, das Jahresziel und die individuelle Mitarbeiterbeurteilung haben jedoch alle Mitarbeiter die Möglichkeit, ihr Gehalt zu verbessern und eine überdurchschnittliche Vergütung zu erreichen. Alle Bausteine können dabei auch anteilig erreicht werden.

Fazit

Mit einer solchen leistungsgerechten Bezahlung werden Ihre wirklich engagierten



Mitarbeiter mit der Zeit zwar immer etwas teurer, doch es wird für andere Praxen auch immer schwerer, sie abzuwerben. Denn Ihre Mitarbeiter stehen loyal hinter Ihnen und Ihrer Praxis und wissen, dass ihr Engagement sich bei Ihnen lohnt.

Wolfgang Apel
www.medicom.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.

Fortbildungskalender 2024



Führen in der Zahnarztpraxis

19.-20. Januar 2024, 1. Modul - Hotel Lufthansa Seeheim

Suchen Sie konkret nach einem Führungskräfte-Coaching, in dem Ihre dentale Praxiswelt und die damit verbundenen speziellen Bedürfnissen abgebildet werden? Dann sind Sie bei diesem Führungsseminar genau richtig! Die Seminarinhalte zeichnen sich durch den hohen Praxisbezug auf ganz besondere Weise aus. So werden alltägliche Situationen, die oft zermürbend wirken, professionell beleuchtet und Lösungsstrategien erarbeitet und geübt. Die Themen der Teilnehmer sind das Drehbuch für die Übungen. Führung darf Spaß machen und sich leicht anfühlen, ganz gleich, ob es um schwierige Themen, wie Kritikgespräche oder alltägliche Besprechungssituationen geht. Das Seminar wird Sie dabei unterstützen, Ihren ganz eigenen Führungsstil zu finden, mit dem es Ihnen gelingt, Ihr Team zu überdurchschnittlichen Leistungen und selbstständigem Handeln zu inspirieren. An drei Seminarblöcken, verteilt über drei Monate, erarbeiten Sie sich eine Vielzahl neuer Erkenntnisse, Inspirationen und Erfahrungen.



www.akademie-prophylaxe-management.de

Die Praxis anders gedacht

3.-9. Februar 2024 in A-Ischgl, Hotel Post

Von Samstag (Begrüßung um 19 Uhr) bis Freitag (13 Uhr) geht es im Seminar mit Dr. Bernhard Saneke um diese Themen:

- Social Media mit Thilo Mann, Steffen Heise und Alina Schlinzig.
- Kennzahlen und BWA mit Beispielen.
- Menschenkenntnis auf den Punkt: Das Insights® System. Wer Menschen anhand einfacher Parameter einschätzt, kommt direkt zum Ziel.
- Führung! Shackleton, Scott und Amundsen: Drei, die mit dem selben Ziel aufbrachen, einer scheitert, der andere gewinnt, der dritte geht mit seiner Führungskraft in die Geschichte ein. Warum und was wir als Zahnärzte daraus lernen können.
- Kommunikation: Reden ist Silber, Erklären ist Gold und perfekte Kommunikation ist Platin.
- Positionierung: Spezialist oder Vollsortimenter? Einer von Vielen oder einzigartig? Sichtbar oder unsichtbar?



www.ifg-ischgl.de

Starke Führungskräfte

Warum ist Geldverdienen in der Mehrbehandlerpraxis schwieriger?

Die KlapdorKollegen Academy bildet Führungskräfte für Zahnarztpraxen aus. Wir haben mit den beiden Academy-Geschäftsführerinnen Jovita Bilajac und Maike Klapdor über aktuelle Herausforderungen, den Blick fürs Ganze, Planungssicherheit und mehr gesprochen.

? Was sind derzeit die größten Herausforderungen für Zahnarztpraxen?

Bilajac: Unbesetzte Stellen, allgemeine Kostensteigerungen, Budgetierung und der Wunsch vieler PraxisinhaberInnen, die eigenen Leute ordentlich zu bezahlen – bei gleichzeitigem Zweifel, ob man sich das überhaupt leisten kann.

Klapdor: Auch die persönliche Orientierung ist eine Herausforderung. Viele hätten Lust auf Praxiswachstum und haben gleichzeitig Riesenrespekt vor der Investition. Oder sie haben bereits eine sportliche Praxisgröße aufgebaut und stellen fest, dass Praxisalltag und Rendite anders sind als erwartet.

? Was genau kann anders sein als erwartet?

Klapdor: Das Level der täglichen Anstrengung. Die Fülle an Themen rund um Personal und notwendigem Strukturausbau. Team und Patienten zufrieden stellen. Alles Wichtige mitbekommen. Die viele Zeit, die es braucht, das Rad mit mehr Menschen zu drehen, jedem und jeder gerecht zu werden. Und dabei auch noch angemessen Geld zu verdienen.

? Warum ist Geldverdienen in der Mehrbehandlerpraxis schwieriger?

Klapdor: Zunächst einmal, weil sich Pra-

xisinhaberInnen die Mehrbehandlerpraxis mit angestellten ZahnärztInnen oft anders vorstellen. Die große Praxis ist nicht die kleine mal drei oder fünf, sondern ein hochkomplexes System, das eine grundlegend andere Steuerung braucht, um funktionieren zu können. Weg von der InhaberInzentrierung und „Management by Kontoauszug“ hin zu professionellen Standards in Führung, Praxismanagement und Betriebswirtschaft.

? Das hört sich anstrengend an.

Bilajac: Ist es auch, zumal die Ebene der Selbstreflexion noch dazu kommt. Es gibt aber auch die gute Nachricht: Alles lässt sich lernen. Profitables Praxiswachstum ist kein Zufall, sondern das Ergebnis planvollen Handelns. Mich verblüfft immer, dass niemand einen Zweifel daran hat, dass es viele Jahre Ausbildung braucht, um anständige Zahnmedizin zu machen. Gleichzeitig wird geglaubt, Management- und Führungsaufgaben lassen sich ohne spezifische Fortbildung locker solide erledigen. Das kann bei einer kleinen Praxis mit menschlichem Gespür und Strukturbewusstsein gelingen. Für Mehrbehandlerpraxen ist das Anforderungslevel höher. Wer es versäumt, rechtzeitig in das Führungskonzept und die Qualifizierung der Schlüsselpersonen zu investieren, bewegt sich auf dünnem Eis.

? Das klingt, als ob PraxisinhaberInnen manchmal der Überblick fehlt?

Bilajac: Weniger der Überblick. Eher das tiefe Verstehen von Wechselwirkungen und das Erkennen des eigenen Beitrags an der Situation. Wenn ich der festen Überzeugung bin, meine Personalkostenquote ist viel zu hoch, dann passe ich Gehälter tendenziell nicht eigeninitiativ an, sondern warte darauf, dass MitarbeiterInnen eine Erhöhung fordern. Damit erfülle ich aber notwendige Faktoren für ein zukunftsfähiges Teamklima nicht, riskiere das Entstehen von Unzufriedenheiten und auf lange Sicht auch Kündigungen. Durch Fluktuation wiederum kommen die alltäglichen Abläufe aus der Routine. Geld wird allerdings in der Zahnarztpraxis in der Routine verdient. Das Denken über die Personalkostenquote und die Praxisrendite der Zukunft stehen insofern in einem anderen Zusammenhang als landläufig geglaubt wird.

? Das klingt kompliziert. Oder ist das jetzt eher komplex?

Klapdor: Komplexität ist die Herausforderung. In diesem konkreten Fall das Verstehen der Wirkungskaskaden zwischen dem Verhalten von Führungskräften und Euros auf dem Praxiskonto. Mitarbeiterwechsel, unbesetzte Stellen und teamkulturbeding-



Maike Klapdor

Foto: KlapdorKollegen Academy

Maike Klapdor ist Beratungsexpertin für Zahnarztpraxen mit über 20 Jahren Branchenerfahrung. Sie hat ein tiefes Verständnis von Praxiswachstumsprozessen und weiß, worauf es an der Schnittstelle zwischen Menschen und Zahlen ankommt.



Jovita Bilajac

Foto: KlapdorKollegen Academy

Seit 2016 bringt Jovita Bilajac ihre Expertise in Betriebswirtschaft, Change Management und Personalentwicklung für Zahnarztpraxen ein. Sie engagiert sich mit Leidenschaft und Konzept für starke Praxisteam.

Profitables
Praxiswachstum ist
kein Zufall, sondern
das Ergebnis
planvollen
Handelns.



Foto: Jeremias Münch - stock.adobe.com

te Krankenstände kosten extrem viel Geld, weil sie dazu führen, dass beispielsweise nur auf einem Zimmer, anstatt auf zwei, behandelt werden kann oder Abformungen und Röntgenbilder nicht an die Assistenten delegiert werden können. Die Effizienz sinkt und der oberste Anteil der Honorarstundensätze, aus dem die Praxisrendite maßgeblich entsteht, fällt weg. Das ist natürlich nur ein Beispiel aus einer Fülle von Alltagssituationen.

? Was ist denn die konkrete Aufgabe von Praxisinhaberinnen?

Klapdor: Die Größe der eigenen Praxis nicht dem Zufall oder dem Patientenzulauf zu überlassen. Eigene Stärken und Wünsche reflektieren. Sehr überlegt entscheiden, ob das eigene zahnärztliche Handeln im Mittelpunkt stehen soll oder Management- und Führungsaufgaben. Erkennen, dass heutzutage für stabile Zukunftserfolge eine Intention gebraucht wird, die über das Ökonomische hinausgeht. Beziehungen und Kooperationen sind die zentralen Elemente jeder zukunftsfähigen Arbeitskultur. Wenn die Mehrbehandlerpraxis nach erfolgter Orientierungsphase tatsächlich das erklärte Ziel ist, startet systematisches Handeln: Eigene Datenlage ansehen, lernen, auf welche Kennzahlen es ankommt und wie

Performance-Management in der Zahnarztpraxis konkret funktioniert. Eigenes Führungswissen aufbauen, in kraftvolles Praxismanagement investieren, Einstieg in die Teamleiterstruktur planen.

? Das hört sich an wie eine Bauleitung von Ikea. Kann man eine funktionierende Mehrbehandlerpraxis tatsächlich mit Planungssicherheit aufbauen?

Bilajac: Zahnmedizin ist kein industrieller Vorgang. Hier arbeiten Menschen für Menschen. Wer in ausreichendem Maße bereit ist, sich mit sich selbst, der eigenen Wahrnehmung und der persönlichen Grundhaltung auseinander zu setzen, hohe Freude hat an stetiger persönlicher Weiterentwicklung, den Fokus glasklar setzt und außerdem auf eine gewisse persönliche Robustheit vertrauen kann: Für diese ZahnärztInnen ist meine Antwort auf die Frage ein eindeutiges JA.

? Spannend. Und wie findet man seine persönliche „Ausgangslage“ heraus?

Bilajac: Für die Datenlage der Praxis bieten wir Orientierungsanalysen und Workshops. Und für das Persönliche arbeiten wir seit Jahren mit Persolog-Analysen. Da nutzen wir einen digitalen Fragebogen als

wissenschaftlich abgesichertes diagnostisches Instrument, jeweils zugeschnitten auf die konkrete Bedarfslage der Praxis. Die Auswertungen sind nicht nur sehr treffsicher, sondern auch spannende Augenöffner im Rahmen von Inhouse-Workshops. Die Erkenntnisse sind sowohl für grundlegende Weichenstellungen auf InhaberInnen-Ebene als auch für die Bündelung der Kräfte von Führungsteams ideal.

? Was unterscheidet Sie von anderen Fortbildungsanbietern?

Klapdor: Wir agieren auf dem Fundament von 20 Jahren spezialisiertem Zahnarztpraxis-Consulting. Jovita und ich sind beide betriebswirtschaftlich und sozialwissenschaftlich ausgebildet und gewährleisten zusammen mit unserem Referententeam, dass die beiden Ansätze in der Ausbildung von Führungskräften klug verkoppelt werden. Darüber hinaus haben wir über die Jahre unsere eigene Methode für erfolgreiches Performance-Management in der Zahnarztpraxis entwickelt. Konkret ist das ein ganzheitliches Konzept, welches die Bereiche Praxismanagement, Führung und dentale BWL umfasst. Unsere Methode vermitteln wir in unseren IHK-Praxisleitungslehrgängen, in IHK-Teamleitungslehrgängen, in einigen offenen Tagesseminaren und in Inhouse-Workshops.

Bilajac: Entscheidend ist auch: Wir haben uns eigener stetiger Weiterentwicklung verpflichtet und agieren auf dem Fundament einer glasklaren menschlichen Werterhaltung. Wir wissen, wofür wir stehen. Brennen für das, was wir tun. Und wir sind greifbar. Starke, zukunftsfähige Zahnarztpraxen können nach unserer Überzeugung nur durch starke Führungskräfte entstehen. Dafür stehen wir jeden Morgen auf.

? Eine letzte Frage: Was ist Ihre tiefe innere Überzeugung?

Klapdor: Die Humanisierung des Arbeitslebens ist dran. Gleichzeitig soll und muss Geld verdient werden. Das geht zusammen. Das kann in Balance gebracht werden.

Bilajac: Zahnarztpraxen können so viel bieten: Sinnstiftende Arbeit, Teamerleben, Mitsprachemöglichkeiten, gute Gehälter und vieles mehr. Qualifizierte Führungskräfte sind die Schlüsselpersonen, um diese Schätze zu heben. Sie sind auch sowas wie der Treibstoff der Praxiszukunft.

Danke für diesen spannenden Einblick.



Studien
für Sie
gelesen

Blick in die Wissenschaft

Wie wirken sich Piercings auf parodontale Strukturen aus?

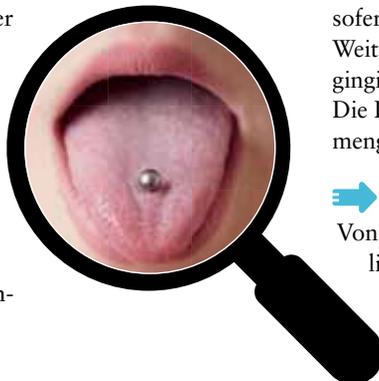
Piercings erfreuen sich großer Beliebtheit. Etwaige Auswirkungen oraler Piercings auf parodontale Strukturen wurden in verschiedenen Studien untersucht. Über die Ergebnisse sollten Sie Ihre Patienten aufklären.

➡ DIE STUDIE

Difloe-Geisert JC, Müller JS, Weiger R, Walter C. Impact of oral piercings on periodontal health - A systematic review. <https://doi.org/10.1111/idh.12734>

➡ HINTERGRUND

Piercings sind Geschmackssache. Sie erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. Was für die einen Körperkunst ist, geht für andere gar nicht. Unter „Piercing“ versteht man das Durchstossen bzw. Durchbrechen von Körperpartien zur Anbringung von Schmuck. Der Schmuck selbst wird dabei ebenfalls als Piercing bezeichnet. Im Kopfbereich können Piercings zum Beispiel an den Ohren oder an anderen Gesichtsregionen wie Nasenflügel, Wangen und Augenbrauen getragen werden. Orale Piercings können sich an der Oberlippe, Unterlippe, Lippen-



frenulum, Zunge, Zungenfrenulum und/oder Uvula befinden. Die Prävalenz oraler Piercings schwankt je nach Bevölkerungsgruppe und Alter zwischen 3 und 20 %. In einigen Regionen beträgt sie sogar bis zu 50 %. Etwaige Auswirkungen oraler Piercings auf parodontale Strukturen sind noch unklar.

➡ METHODIK

Im Rahmen einer systematischen Übersichtsarbeit wurde die publizierte Literatur in drei elektronischen Datenbanken gesucht. Klinische Studien mit mindestens 10 Patienten und mit mindestens einem oralen Piercing pro Patient wurden eingeschlossen, sofern Daten zur primären Zielgröße Sondierungstiefe vorlagen. Weitere sekundäre Endpunkte waren klinischer Attachmentlevel, gingivale Rezession, Bluten auf Sondieren oder ein Plaque-Score. Die Daten wurden mittels einer Vote Counting Methode zusammengefasst.

➡ ERGEBNISSE

Von den 131 initial identifizierten Studien konnten schlussendlich 8 Studien eingeschlossen werden. Die Arbeiten wurden zwischen den Jahren 2007 und 2022 publiziert. Gesamt-

3D-Bildgebung als präoperatives Hilfsmittel in der Furkationschirurgie

Diese Studie hat untersucht, welche Bedeutung die 3D-Bildgebung als präoperatives Hilfsmittel bei der Entscheidungsfindung für die Furkationschirurgie hat.

➔ DIE STUDIE

Walter C, Kaner D, Berndt, D, Weiger, R, Zitzmann, NU 3D imaging as a preoperative tool in decision making for furcation surgery. Journal of Clinical Periodontology, 2009; 36: 250-257

➔ HINTERGRUND

Verbleiben nach der konservativen, nicht-chirurgischen Parodontistherapie im Bereich der Molaren im Oberkiefer erhöhte Sondierungstiefen (ST) von ≥ 6 mm und/oder ein Furkationsbefall Grad II oder III, so ist eine parodontal-chirurgische Therapie zu erwägen, um einen weiteren Attachmentverlust während der Erhaltungsphase zu vermeiden. Grundsätzlich stehen hier regenerative oder resektive Verfahren zur Auswahl. Für die genaue operative Planung sind aussagefähige diagnostische Unterlagen

von zentraler Bedeutung. Gerade im Oberkieferseitenzahngelände bei Molaren mit drei Wurzeln hat die zweidimensionale radiologische und konventionelle klinische Diagnostik Limitationen.

➔ METHODIK

Im Rahmen einer kleinen klinischen Studie wurden die Digitalen Volumentomographie-Aufnahmen von 12 Patienten mit insgesamt 22 Oberkiefermolaren hinsichtlich anatomischer/pathologischer Besonderheiten, dem zirkulären Rest-Attachment und bezüglich des Furkationsgrades ausgewertet. Die Therapievorschläge mit und ohne DVT wurden miteinander verglichen.

➔ ERGEBNISSE

Die Beurteilung des Schweregrades des Furkationsgrades basierte zunächst auf klinischen Messungen und periapikalen Röntgenbildern und wurde in der DVT in 27 % der untersuchten Furka- »

haft repräsentieren diese Daten 236 Lippenpiercings und 236 Zungenpiercings bei 408 analysierten Patienten. Es handelte sich in der Mehrzahl um Metallpiercings. Im Vergleich zu Kontrollzähnen wiesen die Zähne nahe oder in Kontakt mit dem Piercing in der Mehrzahl der Studien erhöhte Sondierungstiefen (3 von 5 Studien), erhöhten Attachmentverlust (3 von 4 Studien), mehr gingivale Rezessionen (4 von 4 Studien) und mehr Bluten auf Sondieren (2 von 3 Studien) auf. Bei Patienten mit einem Lippenpiercing konnten ausgeprägtere gingivale Rezessionen in 3 von 4 Studien nachgewiesen werden. Die Tragedauer des Piercings wurde in einigen Studien als Risikofaktor für lokale parodontale Symptomaten, oft an Unterlieferfrontzähnen, nachgewiesen (4 von 7 Studien).

➔ KLINISCHE SCHLUSSFOLGERUNGEN

In der vorliegenden Übersichtsarbeit wurden die Auswirkungen von Zungen- und Lippenpiercings auf das Parodont untersucht. Dazu wurden die Resultate von acht Studien von mehr als 400 Patienten ausgewertet. Die Daten haben ergeben, dass an Zungen- und/oder Lippenpiercing benachbarten Zähnen vermehrt parodontale Symptomaten, wie erhöhte Sondierungstiefen und Gingivarezessionen vorliegen können. Daraus leitet sich die Empfehlung ab, Patienten mit oralen Piercings im Rahmen der zahnärztlichen Kontrolle auch im Hinblick auf mögliche parodontale Schäden infolge des Piercings zu untersuchen. Der Zahnarzt sollte seine Patienten über mögliche Risiken und Folgen oraler Piercings aufklären und idealerweise eine Empfehlung abgeben, orale Piercings zeitnah zu entfernen.

Prof. Dr. Clemens Walter

DZR | Blaue Ecke

Ein Service des DZR — Deutsches Zahnärztliches Rechenzentrum

GOZ 4000

GOZ 4000 Erstellung und Dokumentieren eines Parodontalstatus wird im Bundesdurchschnitt mit dem 2,5-fachen Faktor abgerechnet.

» GKV Niveau liegt bei dem 6,02-fachen Faktor!

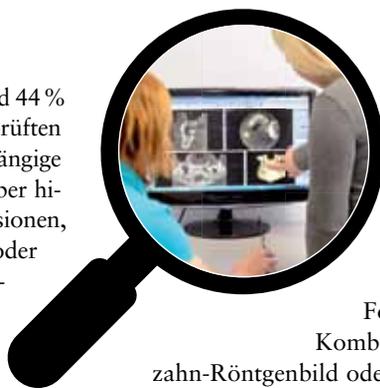
Die GOZ 4000 Erstellung und Dokumentieren eines Parodontalstatus wird im Bundesdurchschnitt (Jan. 22 – Dez. 22) mit dem 2,5-fachen Faktor abgerechnet. Um das GKV-Niveau zu erreichen, muss mit dem 6,02-fachen Faktor abgerechnet werden.

Befunderhebung und Erstellung eines Parodontalstatus gemäß S3-Leitlinie ist weder in der **GOZ** noch in der **GOÄ** enthalten und muss daher als Analogleistung im Sinne des § 6 Abs. 1 GOZ berechnet werden.

Die Leistung wird im Bundesdurchschnitt mit einem Betrag i. H. 57,70 Euro honoriert.



tionen bestätigt, während 29% klinisch überschätzt und 44% klinisch unterschätzt worden waren. Alle klinisch geprüften Grad III Furkationen wurden in der DVT als durchgängige Läsionen bestätigt. Die DVT-Analysen lieferten darüber hinaus zahlreiche weitere Befunde, wie periapikale Läsionen, parodontal endodontale Läsionen, Wurzelfusionen oder auch Perforationen, die für die Therapieplanung relevant sein können. Die resektiven Eingriffe lassen sich hinsichtlich ihrer Invasivität graduieren. So nimmt die Invasivität zu, je mehr Zahnhartsubstanz und parodontales Attachment geopfert werden muss: (Grad 1) Scaling und Wurzelglättung unter direkter Sicht mit/ohne Gingivektomie oder apikalem Verschiebelappen und/oder Tunnelierung; (2) Prämolarisierung; (3) Wurzelamputation/Trisektion einer Wurzel (mit/ohne Prämolarisierung oder Tunnelierung); (4) Wurzelamputation/Trisektion zweier Wurzeln; und (5) Extraktion des Zahnes. Die Therapievorschlüsse mit und ohne DVT wiesen eine große Diskrepanz (59-82%) auf.



➔ KLINISCHE SCHLUSSFOLGERUNGEN

Die parodontale Untersuchung der zumeist dreiwurzeligen Oberkiefermolaren ist durch verschiedene morphologische Besonderheiten erschwert und Messungenauigkeiten können die Folge sein. Ist die klinische Diagnostik in Kombination mit dem konventionellen Einzelzahn-Röntgenbild oder einer Panoramaschichtaufnahme nicht ausreichend für die Bestimmung des operativen Vorgehens, so stellt die digitale Volumetomographie als dreidimensionales Verfahren eine mögliche sinnvolle Ergänzung dar. Neben der Analyse des vorhandenen knöchernen Attachments jeder einzelnen Wurzel können weitere potenziell therapierelevante Befunde, wie Wurzelfusionen oder periapikale Aufhellungen, visualisiert werden und in die Entscheidungsfindung mit einfließen.

Prof. Dr. Clemens Walter

Fotos: warmworld - stock.adobe.com, dizfoto1973 - stock.adobe.com

Instrumentenaktion „Clean & Clear“

Kompromisslose Hygiene und Sicherheit

„Clean and clear“ - mit diesem Slogan betont W&H die Synergien zwischen seinen Übertragungsinstrumenten und Aufbereitungsgeräten. Diese werden höchsten Ansprüchen gerecht und ermöglichen mit ihrer High-End-Technologie sichere und schonende Behandlungen.

Neben dem W&H-HeatBlocker, der das Heißwerden des Druckknopfs verhindert, sorgt der Spray für eine gleichmäßige Kühlung und optimale Reinigung der Behandlungsstelle. Darüber hinaus wird mit dem patentierten Hygienekopfsystem das Ansaugen von Aerosolpartikeln beim Auslaufen des Rotors stark reduziert. Für exzellente Präparationsergebnisse und hohe Laufruhe sorgen Keramikugellager. Die sachgemäße Pflege von Übertragungsinstrumenten ist Voraussetzung für den Werterhalt und eine lange Lebensdauer. W&H stellt daher perfekt darauf abgestimmte Aufbereitungsgeräte der Assis-tina-Familie zur Verfügung, die für eine einwandfreie Funktion der Übertragungsinstrumente sorgen.

Das Wohlergehen der PatientInnen und des Behandlungsteams steht stets im Vordergrund. Die Sterilisatoren und Reinigungs- und Desinfektionsgeräte von W&H sind daher unverzichtbar im sach-



„Clean and clear“ - mit diesem Slogan betont das Medizintechnikunternehmen W&H die Synergien zwischen seinen Übertragungsinstrumenten und Aufbereitungsgeräten.

Foto: W&H

gerechten Hygienemanagement und unterstützen bestmöglichen Infektionsschutz in der zahnärztlichen Praxis. W&H Turbinen und Hand- und Winkelstücke weisen Eigenschaften auf, die sie besonders pflegeleicht machen. Die ScratchBlocker-Beschichtung schützt vor Kratzern und sorgt in Kombination mit dem eleganten Monobloc-Design für hervorragende hygienische Rahmenbedingungen.

Für den appetitlichen Happen zwischen-durch sorgt W&H mit einer besonderen Instrumentenaktion. Wer vier Hand- oder

Winkelstücke kauft, der erhält den „Clean & Clear“-Workshop zum Thema Pflege gratis dazu. Ein informelles, kurzweiliges Format trifft auf erfrischende, knackige Inhalte – jetzt anmelden und auf Werterhalt durch Wissen setzen. Mehr Informationen direkt bei Ihrem W&H-Ansprechpartner.

www.wh.com

Hier geht es direkt zur
Instrumentenaktion
„Clean & Clear“



EVO fusion Prothesen

Eine Erfolgsstory „Made in Germany“

Das kann sich sehen lassen: Über 8.000 EVO fusion Prothesen wurden bisher im eigenen digitalen Fertigungszentrum von Modern Dental Europe, MD3D Solutions in Emmerich am Rhein produziert. Über 8.000 zufriedene Patienten in ganz Europa - mit steigender Tendenz.

Immer mehr Behandler entdecken die Vorteile digital produzierter Prothesen für sich und ihre Patienten. Lo Russo Retraktoren und die dazugehörige Scanstrategie setzen jetzt das ganze Potenzial von EVO fusion frei. Ein komplett digitaler Workflow ist mit geringem Aufwand für jedes Praxisteam möglich.

Marco Claassen (EVO fusion Produktspezialist bei Permadental) erläutert die Vorteile: „Bis vor Kurzem waren digitale Prothesen nur produktionsseitig wirklich digital. Bei MD3D Solutions wurde von Anfang an der gesamte Produktionsprozess digitalisiert, was zu einer stabileren und besser sitzenden Prothese führt. Allerdings wurden in der Praxis meist noch herkömmliche Abformungen genommen, da die weiche Schleimhaut/bewegliche Teile, insbesondere im Unterkiefer, schwer zu scannen waren. Das Scannen eines her-



Foto: Permadental

EVO fusion, ein Intraoralscanner und Lo Russo Retraktoren sind die Antwort auf immer weniger Mitarbeiter in Praxis und Labor und auf einen weiter steigenden Qualitätsanspruch.

kömmlichen Abdrucks mit einem IOS war dann die einzig „digitale“ Option. Mit Lo Russo-Retraktoren kann nun ein zahnloser Kiefer im passiven Zustand gescannt werden. Einzelne Löffel und Abdrücke sind nicht mehr nötig. Ein komplett digitaler Workflow in der Prothetik ist nun möglich“. Claassen weiter: „Lo Russo Retraktoren unterstützen das intraorale Scannen ganz oder teilweise unbezahnter Kiefer, indem das Gewebe gespreizt und stabilisiert wird. Das erleichtert die Bewegungen der Scannerspitze und hilft, einen

ausreichenden Abstand zum Kieferkamm aufrechtzuerhalten. Außerdem wird durch die spezielle Form der Retraktoren der Scanner geführt.“

Die schnell wachsende Nachfrage nach EVO fusion Prothesen „Made in Germany“ macht bereits eine signifikante Erweiterung der Produktionskapazitäten nötig: Weitere Räumlichkeiten werden ausgebaut, modernste Fräsmaschinen sind bestellt und zusätzliche Mitarbeiter werden geschult. Die EVO fusion Erfolgsstory geht weiter. www.permadental.de

Eigentümerwechsel

Flemming Dental stellt sich mit neuem Investor Oakley auf

Flemming Dental wechselt den Eigentümer: Oakley Capital übernimmt die Anteile des bisherigen Investors Nordic Capital. Die europäische Beteiligungsgesellschaft Oakley Capital hat einen starken Fokus auf mittelständische Unternehmen und bringt die notwendige Expertise und Ressourcen mit, um die führende Positionierung von Flemming Dental weiter auszubauen.

Oakley Capital hat jahrelange Erfahrung in der Betreuung von Wachstumsunternehmen in unterschiedlichen Branchen. Der Investor hat neben Büros in London und Mailand eine starke Präsenz in Deutschland mit einem Büro in München. Neben der Flemming Dental akquiriert Oakley die beiden Laborgruppen Excent (Niederlande) und Artinorway Group



Der Eigentümerwechsel bringt für Zahnarztpraxen zahlreiche Vorteile.

Foto: Flemming

(Norwegen), die ebenfalls von Nordic Capital gehalten wurden.

Oakley wird eng mit dem bisherigen Management zusammenarbeiten, um mit den drei marktführenden Zahntechnikunternehmen Flemming Dental, Excent und

Artinorway Group eine global marktführende Gruppe der Zahntechnik zu entwickeln. Die Zusammenarbeit zwischen Oakley und den erfahrenen Managementteams ist ein zentraler Punkt für den Ausbau der bestehenden Marken, internationaler Expansion sowie gezielten Zukäufen von zahntechnischen Laboren.

Für Zahnarztpraxen in Deutschland bringt dieser Eigentümerwechsel zahlreiche Vorteile: Durch den Zugang zum Know-How von Oakley Capital kann Flemming seine technologischen Fortschritte weiter vorantreiben und ZahnärztInnen in ganz Deutschland die modernsten zahntechnischen Lösungen im Bereich des Zahnersatzes, der Aligner-Therapie und des digitalen Prothetik-Workflows bieten.

www.flemming-dental.de

Neue Prophylaxe Soft Pulver

Das perfekte Zusammenspiel von Komfort und Wirksamkeit

Die neuen Prophylaxe Soft Pulver von mectron in Kombination mit seinem Allrounder combi touch ermöglichen die ideale Prophylaxe-Behandlung in einem perfekten Zusammenspiel von Komfort und Wirksamkeit.

Die Pulver PROPHYLAXIS POWDER SOFT^M und PROPHYLAXIS POWDER SOFT^L entfernen mit einer durchschnittlichen Partikelgröße von 55 µm sanft und effektiv supragingivalen Biofilm und Verfärbungen von der Zahnoberfläche. Damit sind sie perfekt dafür geeignet, Verfärbungen zu lösen, Fissuren und Kavitäten zu reinigen. Beide Pulver basieren auf biokompatiblen Natriumbikarbonat und sind in den Geschmacksrichtungen Lemon und Minze erhältlich. Gemeinsam mit dem bewährten PROPHYLAXIS POWDER SENSITIVE+ auf Glycin-Basis, das mit seiner durchschnittlichen Partikelgröße von 25 µm bei der subgingivalen Reinigung verwendet wird, hält mectron eine umfassende Pulverfamilie für jede Indikation bereit.

Das combi touch vereint Ultraschalleinheit und Pulverstrahlgerät und ermöglicht so eine umfassende Prophylaxe-Behandlung in nur einem Gerät: von der supra- und subgingivalen Konkrement-Entfernung über eine schonende Entfernung von Verfärbungen und Biofilm bis hin zur Implantat-Reinigung. Damit hat der Behandelnde immer den besten Zu-



combi touch vereint Ultraschalleinheit und Pulverstrahlgerät in einem.

gang, denn die abgewinkelten Handstücke eignen sich für den supra- und subgingivalen Einsatz in Parodontaltaschen bis zu 5 mm Tiefe. Jedes Handstück wird einfach mit einem Klick befestigt und ist dank eines speziellen Sicherheitssystems sicher fixiert. Durch die Nachfüllfunktion sind die Prophylaxe-Pulver in den Kammern leicht herausnehmbar.

Praxen und Behandelnde profitieren beim Kauf der mectron-Produkte von einer persönlichen Betreuung vor Ort durch den mectron-Außendienst, der als kompetenter Ansprechpartner jederzeit zur Verfügung steht.

Absolut serviceorientiert ist auch mectrons „Ausfallschutz-Garantie“: Sobald es zu der kleinsten Beeinträchtigung in der Anwendung eines Produktes kommt, stellt das mectron-Team innerhalb von 24 Stunden ein Ersatzgerät zur Verfügung. Dieser Service ist während der Garantiezeit sogar kostenfrei.

<https://shop.mectron.de/>

Foto: mectron

„Mittendrin statt nur dabei!“

BEGO hat zum Tag der offenen Tür eingeladen

Mitte September hieß der international tätige Dentalspezialist am Hauptsitz in Bremen Kunden und Interessenten herzlich willkommen. Gut 200 Gäste blickten hinter die Kulissen des in fünfter Generation geführten Familienunternehmens. Dabei informierten sie sich umfassend über das breit aufgestellte BEGO-Leistungsspektrum der Geschäftsfelder Zahntechnik, Zahnmedizin und Implantologie.

Das abwechslungsreiche Programm bestand aus einer Produktausstellung, diversen Workshops und Firmenrundgängen. Fast alle Programmpunkte waren bereits einige Wochen vor der Veranstaltung restlos ausgebucht und kurzfristig angemeldete Besucher mussten auf spontan freigewordene Plätze hoffen.

Neben der klassischen Produktdemonstration gab es die Möglichkeit, das vielfältige Workshop-Angebot zu nutzen. Es gab praxisorientierte Tipps und Tricks im Um-

gang mit der exocad- sowie der 3Shape-Softwarelösung. Die Experten zeigten im Detail die Vorteile der intelligenten zahn-technischen Lösungen und es wurde auch das umfangreiche Portfolio der Implantologie-Lösungen präsentiert.

Besonderes Highlight waren jedoch die



Während der Firmenrundgänge erhielten die Besucher unter anderem Einblick in alle Produktionsbereiche der BEGO Medical und konnten sich auch über Nacharbeit- und Endkontrollprozesse informieren.

Firmenrundgänge durch das innovative Hightech-Produktionszentrum von BEGO Medical, wo es exklusive Einblicke hinter die Kulissen gab. Die Teilnehmenden konnten von Anfang bis Ende verfolgen, wie im Bereich der digitalen Zahntechnik die Bearbeitung der eingehenden Auftragsarbeiten erfolgt. Auch die präzise und sorgfältige Nacharbeit wurde live miterlebt und die intelligent gesteuerte Fräsfertigung und die digitale Prozesssteuerung verfolgt. Ergänzend wurden einige Arbeitsschritte, die im Rahmen des Firmenrundgangs nicht vor Ort einsehbar waren, an Videostationen veranschaulicht. Insbesondere das hautnahe Erleben einzelner Fertigungsschritte sowie der darauf aufbauende persönliche und fachliche Austausch mit allen Experten ließen den Tag der offenen Tür 2023 zu einer erfolgreichen und sehr kundennahen Veranstaltung werden.

www.bego.com

Foto: Bego

Umweltbewusstsein

Nachhaltige Tipps für die Zahnarztpraxis



Nachhaltige Hygiene für Sauganlagen

Sauganlagen zuverlässig zu desinfizieren und zu reinigen, ist für den Schutz von Patienten und Personal unabdingbar. Jetzt wird die Produktpalette von Dürr Dental um zwei nachhaltige Optionen ergänzt: Das neue Desinfektionsmittel Orotol® plus pH 7 und die Reinigungslösung MD 555 cleaner organic verfolgen den Wunsch vieler Praxen, mehr Nachhaltigkeit im Praxisbetrieb zu verankern.



www.duerrdental.com



Bericht zur Nachhaltigkeit

Henry Schein, Inc., der weltweit größte Anbieter von Gesundheitslösungen für niedergelassene Zahnärzte und Mediziner, hat die Veröffentlichung seines Berichts zur Nachhaltigkeit und sozialen Unternehmensverantwortung für das Jahr 2022 mit dem Titel „Delivering Solutions for a Healthier Tomorrow“ bekanntgegeben.

„In unserer mehr als 90-jährigen Geschichte haben wir uns stets unseren fünf Anspruchsgruppen verpflichtet gefühlt: Kunden, Zulieferern, Investoren, Team Schein-Mitgliedern und der Gesellschaft im Allgemeinen“, sagte Stanley M. Bergman, Chairman of

the Board and Chief Executive Officer von Henry Schein, Inc. „Geleitet von unserem zielorientierten Auftrag und unserem ambitionierten Modell arbeiten wir weiterhin als sozial verantwortliches und nachhaltiges Unternehmen, das sich der Aufgabe verschrieben hat, Lösungen für eine gesündere Zukunft anzubieten. Der diesjährige Bericht spiegelt diese Verpflichtungen wider, und wir freuen uns darauf, diese Aktivitäten in den kommenden Jahren weiter auszubauen.“



www.henryschein.com/corporatecitizenship



Gewinner GREEN DENTAL AWARD

Im Rahmen der Fachdental Südwest wurde am 13. Oktober 2023 in Stuttgart der GREEN DENTAL AWARD in verschiedenen Kategorien verliehen:

Sieger der Kategorie **Best Start-up** wurde die Natch Labs GmbH. Natch revolutioniert die Zahnreinigung mit einer Zahnpasta in Tab-Form mit einer besonderen Rezeptur und ausschließlich natürlichen Zutaten.

Sieger der Kategorie **Best Impact** wurde CGM XDENT, die innovative Cloudsoftware für die Zahnarztpraxis. Mit der Software der CGM Dentalsysteme GmbH wird die moderne Zahnarztpraxis durch digitale Workflows zur Steuerung der Patientenkommunikation und der Praxisabläufe unterstützt. Ebenfalls in der Kategorie **Best Impact** wurde Lisa Remote Plus von W&H ausgezeichnet. Die Innovation für die Instrumentenaufbereitung steigert nicht nur Effizienz und Leistung in der Instrumentenaufbereitung, sondern leistet auch einen bedeutenden Beitrag zur Umweltverträglichkeit.

In der Kategorie **Best Young Professional** siegte Bösing Dental mit der Produktlinie Bio-Filament, ein ressourcenschonendes und umweltfreundliches 3D-Druck-Verfahren für den Dentalbereich, das den Produktionskreislauf im Dentallabor verbessert und hilft, Plastikmüll zu vermeiden.

Den Award in der Kategorie **Best Lab** und **Best Product 2022/2023** konnte vhf in Empfang nehmen. Ausgezeichnet wurde das vhf AIRTOOL, eine druckluftfreie Dentalfräsmaschine mit einem neuartigen Fräswerkzeug. Damit sind Energieeinsparung und Ressourcenschonung möglich.

Last but not least ging der Award **Best Practice** an die Zahnarztpraxis Weichert & Kempkes. Auf deren Vorschlag hin hat Ustomed eine Silikonlasche entwickelt, mit der Sterilisierungsrahmen farblich codiert werden – für eine effizientere Strukturierung, Ordnung und Aufbewahrung der Instrumente.

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:



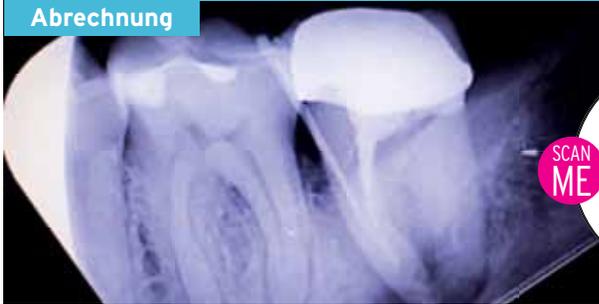
www.grüne-praxis.com/newsletter



Fachinformationen und aktuelle Tipps von Experten zu den Themen
Recht, Steuern, Abrechnung, Finanzen und Praxisführung

Search ... www.dental-wirtschaft.de

Abrechnung



SCAN ME



Wurzelkanalbehandlung: Behandlungsrichtlinie 9 GKV

Bei der Abrechnung einer Wurzelkanalbehandlung stellt sich für den Zahnarzt oft die Frage, ob sie noch Leistung der gesetzlichen Krankenversicherung ist oder schon in die Privatleistung nach der GOZ fällt. Unsere Abrechnungsexpertin ordnet ein.

Haftungsrecht



SCAN ME



Zahnärztliche Patientenaufklärung: rechtliche Anforderungen im Überblick

Viele Zahnarzt haftungsklagen haben Erfolg - obwohl die Behandlung einwandfrei war: Sie stützen sich auf die Verletzung der ärztlichen Aufklärungspflicht. Doch wie wird eine Patientenaufklärung wirklich rechtssicher?

Vorsorge



SCAN ME



Wenn der Praxisinhaber geschäftsunfähig wird - Vorsorgen mit Vollmachten

Eine Situation, die man lieber ausblendet: Der Praxisinhaber wird krank oder hat einen Unfall. Von jetzt auf gleich kann er für längere Zeit keine Unterschriften mehr leisten und keine Entscheidungen treffen. Worauf kommt es bei einer durchdachten Notfallplanung an?



MITMACHEN & GEWINNEN!

› Monatliche Verlosung - attraktive Preise gewinnen

Auf www.dental-wirtschaft.de haben Sie alle vier Wochen eine neue Chance, z.B. einen Kurzurlaub zu gewinnen.

› Jetzt reinhören

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



› Newsletter kostenlos abonnieren

Mit dem Ratgeber-Newsletter der D&W bleiben Sie auf dem Laufenden. Hier scannen oder abonnieren unter www.dental-wirtschaft.de/newsletter/



› Folgen Sie uns auf Social Media



www.facebook.com/dentalundwirtschaft



www.linkedin.com/showcase/dental-wirtschaft/



 Podcast

What's up Doc?! -

Sprechstunde mal

anders

Doctolib & arzt-wirtschaft.de



Jetzt Reinhören:

[www.dental-wirtschaft.de/
doctolib-podcasts/](http://www.dental-wirtschaft.de/doctolib-podcasts/)



Fotos: RobertKneschke – stock.adobe.com

Experten-Tipps zu Wirtschaftlichkeit, Organisation und Digitalisierung in der Zahnarztpraxis

Im Podcast „What's up Doc?! – Sprechstunde mal anders“ informieren Doctolib und DENTAL & WIRTSCHAFT regelmäßig über Themen wie Wirtschaftlichkeit, Organisation und Digitalisierung in der Zahnarztpraxis.

Alle Podcast-Folgen finden Sie auf unserer Website unter:
www.dental-wirtschaft.de/doctolib-podcasts/



Respire Unterkieferprotrusionsschienen (UKPS) verhelfen zu gesundem Schlaf

UKPS: Zweitlinientherapie in der GKV



PREISBEISPIEL

Respire Blue+

Unterkieferprotrusionsschiene,
zweitellig, einstellbar,
hoher Tragekomfort

2 Jahre Herstellergarantie

511,32 €*

*inkl. Modelle und Versand, zzgl. MwSt.



Respire – richtlinienkonforme Unterkieferprotrusionsschienen zur Behandlung von leichter bis mittelschwerer Schlafapnoe.

Bestellen Sie sich Ihr kostenloses Exemplar des Respire-Kataloges.
02822-71330-22 | www.permadental.de/respire-kataloge

Whole You™