

Aktuelles

3. IDENT-TREFF IM GEIßBOCKHEIM – CLUBHAUS DES 1. FC KÖLN

Am 18.09.2005 laden die "ident"-VUZ-Partnerlabore Bergisches Land, Köln/Bonn und Siegerland zum ident-treff 2005 ins Clubhaus des 1. FC Köln ein.

Da die Partnerlabore die Tradition der hochkarätigen Fortbildungsveranstaltungen mit „Familienanschluss“ fortführen möchten, aber durch die momentane wirtschaftliche Situation eingeschränkt sind, hat sich der Arbeitskreis für diesen anderen traditionsreichen und regional verhafteten Veranstaltungsort entschieden. Fachliches Highlight sind die Vorträge des Zahnarztes Piet Troost, Entwickler des multimedialen Fortbildungskonzepts „POINT – Patient Oriented Integrated Trainings“.



Zahnarzt Piet Troost

Piet Troost, geboren in München, eröffnete nach seinem Examen eine eigene Praxis im Münsterland. Von der Gemeinschaftspraxis mit Kassen-

zulassung zum Kompetenzzentrum für interdisziplinäre Zahnmedizin – Point Seminars hat seit seiner Gründung bereits über 13.400 Zahnärzte und Zahntechniker geschult. Point gehört in Deutschland zu den Marktführern unter den privaten Fortbildungsanbietern. 1998 wurde das Fortbildungskonzept Point vom Bundesbildungsministerium durch Dr. Jürgen Rüttgers prämiert. 2005 startet die Point University.

„Totalprothetik“ – der zentrale Begriff der Vorträge des "ident"-treff 2005. Piet Troost startet mit den „Funktionen der Totalprothetik“: Totalprothetik damals und heute, neue funktionelle Erkenntnisse bei herausnehmbaren Zahnersatz, implantatgetragene Prothetik, Sofort-Implantate – um nur einige Vortragselemente zu nennen. Nach einer kurzen Erfrischung beleuchtet Zahnarzt Piet Troost die ästhetischen Aspekte der Totalprothetik, u. a. mit folgenden Themen: Smile Check, Smile Design und Individualisierung von Prothesenzähnen.

Währenddessen genießen Partnerinnen und Partner einen Streifzug durch 3.000 Jahre Schokoladengeschichte bei einem Ausflug ins Schokoladenmuseum im Herzen Kölns oder tauchen mit einer Stadtführung „von der Gotik zur Gegenwart“ ein ins „hellijs Coellen“, in dem es so viele Kirchen wie Tage im Jahr geben soll. Für die Kinder steht „ene besoch em zoo“ auf dem Programm. Ein rundherum fachlich attraktiver und erlebnisreicher Familientag im Clubhaus des 1. FC Köln wartet auf Sie!

Eine detaillierte Einladung sowie die Teilnahmemodalitäten erreichen Sie in den nächsten Tagen. ■

In dieser Ausgabe:

- **Aktuelles**
 3. "ident"-treff im Geißbockheim – Clubhaus des 1. FC Köln
- **Laborintern**
 Ziel: Lupenreine Zahnersatz-Versicherung
- **Impulse**
 - Kooperationspraxen in der Dentalbranche
 - Prävention des Rauchens
 - „Dentanurse“
- **Betriebswirtschaft/Steuern**
 Übertragung von Geldvermögen
- **Marketing**
 Die Zielgruppe der Praxis

IMPRESSUM

Herausgeber: proxi gmbh, melchiorstraße 14 • 50670 köln
 tel: 0221 / 2 83 56 0 • fax: 0221 / 2 83 56 29 • e-mail: info@proxi.de • www.proxi.de
 Kooperation: Der Newsletter "ident" entsteht in Zusammenarbeit und mit Unterstützung der VUZ
 Redaktion: Projektleitung Karl-Heinz Martini, Heike Klein
 Text/Lektorat: Sabine Lang, Ulrike Burgi
 Grafik: Olaf Schwarz
 Erscheinungsweise: alle drei Monate, viermal im Jahr, Auflage: 8 x 200 Stück
 Litho, Druck, Verarbeitung, Versand: Druckerei Klever Digital • 51429 Bergisch Gladbach
 Copyright: proxi gmbh. Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieser Zeitschrift darf ohne schriftliche Genehmigung vervielfältigt oder verbreitet werden. Unter dieses Verbot fällt insbesondere auch die gewerbliche Vervielfältigung per Kopie, die Aufnahme in elektronische Datenbanken und die Vervielfältigung auf CD-ROM.
 Mitglieder von „ident“: Alle „ident“-Betriebe sind gleichzeitig Mitglieder im Qualitätsverbund VUZ. Dentaltechnik Kemmerling GmbH, Neunkirchen-Seelscheid; Fehling + Wader Zahntechnik GmbH, Remscheid; guntram bieber dental-labor gmbh & co. kg, Rösrath; Keller Dental-Labor GmbH, Remscheid (Herr Alles); Zahntechnik Köln Karl von Laufenberg GmbH, Köln; Strunk Zahntechnik GmbH, Siegen; Dental-Labor Froesch GmbH, Bonn; Precht Zahntechnik GmbH, Köln.



Dental-Labor Froesch GmbH
 Karl-Heinz Froesch
 Neustraße 11 • 53225 Bonn
 Telefon: 02 28 / 46 16 60 • www.froesch-dental.de

Das Ziel ist die lupenreine Zahnersatz-Versicherung

Auch wenn die gesetzlichen Krankenkassen mit ihrem Angebot an Zusatzversicherungen „einen Hauch von First Class“ (FAZ, 18. Juni 2005) vermitteln – was insbesondere die Bereiche Ein-Bett-Zimmer im Krankenhaus bis hin zu den Ergänzungspolice zu Zahnersatz, Brille oder Heilpraktikerbehandlungen betrifft – so ist eine weitergehende Zahn-Zusatzversicherung auch für die „Stiftung Warentest“ eine „äußerst sinnvolle Ergänzung“, sagt Cornelia Nowak, Projektleiterin Krankenversicherung bei der anerkannten Stiftung.

Dies gilt besonders für Patienten, die eine höherwertige Versorgung bevorzugen, wie zum Beispiel ein Implantat statt einer Brücke. Doch vor dem Abschluss einer Police sollte unbedingt ein prüfender Blick in das Kleingedruckte geworfen werden. Und genau das ist die Intention einer Initiative der Vereinigung Umfassende Zahntechnik, VUZ, die zurzeit die Angebote der Zusatzversicherer im Interesse der Patienten unter die Lupe nimmt.

Dabei geht es nicht um die Prüfung eines ganzen Potpourris an vermeintlichen Vorteilen bei allen erdenklichen Versicherungskombinationen, sondern ganz konkret um Zahnersatz-Zusatzversicherungen. Der VUZ-Regionalkreis Bergisches Land – Köln – Bonn – Siegerland legt einem bereits vorab geprüften Kreis von Versicherungen, deren Preis-Leistungsverhältnis nach erster Prüfung als akzeptabel erachtet wurde, in diesen Tagen einen zusätzlichen Sechs-Fragen-Katalog vor.

Das Ziel ist klar definiert: Die VUZ hat die Absicht, mit interessierten Gesprächspartnern der deutschen



Versicherungswirtschaft eine lupenreine Zahnersatz-Versicherung zu generieren, die nicht in Kombination mit Krankenhaus-Zusatzversicherungen, Heilpraktiker-

behandlung oder Brillen-Bezuschussung steht. Klarheit für den Zahn-Patienten ist die oberste Maxime.

Der Sechs-Fragen-Katalog:

Besteht bei der befragten Versicherung eine Obergrenze im GOZ-Faktor? Zum Beispiel zweifacher, dreifacher oder auch höherer Satz.

Wie differenziert die befragte Versicherung die zahn-technischen Leistungsverzeichnisse BEL und BEB?

Gibt es eine Verblendgrenze? Beispiel bis Zahn 7.

Wie unterscheidet sich die befragte Privatversicherung von der gesetzlichen, bei der Regelversorgung und der privatärztlichen Zusatzversorgung im Teleskop-Bereich.

Wie steht die befragte Versicherung zur Versorgung mit Implantaten? Gibt es eine Mengenbegrenzung?

Gibt es Wartezeiten nach Antragstellung? Gibt es eine Budgetierung im ersten und in folgenden Versicherungsjahren?

Das Ergebnis, gedacht als eine vertrauenswürdige Informationsgrundlage für den „fragenden Patienten“, wird die VUZ nach gründlicher Auswertung allen Interessierten in der Zahnmedizin und Zahntechnik umgehend zur Verfügung stellen. Im Interesse der Patienten, die eine fachliche Wegführung bei der Realisierung einer höherwertigen Versorgung wünschen.

Impulse

KOOPERATIONSPRAXEN IN DER DENTALBRANCHE – DIE ZAHNARZTPRAXIS DER ZUKUNFT?!

Seit Januar dieses Jahres gibt es für gesetzlich Krankenversicherte neue Zuzahlungsregeln beim Zahnersatz. Viele müssen jetzt mehr zahlen als vorher, da die Krankenkassen nur noch die medizinisch notwendigen Standardversorgungen übernehmen. Wer sich damit nicht begnügen will, muss in die eigene Tasche greifen. Dadurch wird der Privatanteil der zahnärztlichen Behandlungen steigen.



Ein neuer Markt entsteht

Die Dentalbranche wird immer mehr zu einem Markt mit Angebot und Nachfrage. Seitens der Kassen werden nur die medizinisch und wirtschaftlich vertretbaren Leistungen bezahlt, wodurch der Anteil der Kassenleistungen in einer Zahnbehandlung einen immer kleiner werdenden Stellenwert einnimmt. Dies hat zur Folge, dass viele Patienten bereit sind, über die Kassenleistung hinaus privat zu investieren.

Zahnbehandlung im Wettbewerb

Sie wollen kein Einzelkämpfer sein und sich einer größeren zahnärztlichen Kooperation anschließen? Oder Sie kennen Partner, die einer Neugründung positiv gegenüber stehen? Dieser Gedanke ist – was die ökonomischen Aspekte angeht – goldrichtig. Zahnärzte mit unterschiedlichen Schwerpunkten (z. B. Implantate, Prothetik, Zahnersatz etc.) können durch einen solchen Zusammenschluss vielfältige Behandlungsmethoden anbieten. Somit erweitern Sie Ihr Leistungsspektrum und werden wettbewerbsfähiger. Das Schöne an Praxis-Kooperationen ist, dass Sie als Zahnarzt Vorteile daraus ziehen, aber auch Ihre Patienten davon profitieren.

Klare Vorteile für Ihre Patienten:

- Erweiterte Öffnungszeiten
- Keine urlaubsbedingten Schließungen
- Kürzere Wartezeiten, mehr „Patientenzeit“
- 24-Stunden-Notdienst
- Team von qualifizierten Zahnärzten

- Vielseitiges Leistungsangebot
- Ausführliche Präventionsleistungen und Vorsorge

Auch der Zahnarzt streicht eindeutige Vorteile ein:

- Kein Einzelkämpfer-Dasein
- Breiteres Leistungsspektrum
- Angebot aller Techniken in einem Haus
- Wirtschaftlichkeit durch Kostenersparnis
- Wachsendes Wertsteigerungspotenzial

Etablieren Sie die Kooperationspraxis als GmbH mit einem Geschäftsführer, dem alles Betriebswirtschaftliche obliegt.

Das Plus für Sie: Sie können sich zu 100 Prozent auf Ihre Patienten konzentrieren und sich ganz Ihren medizinischen Aktivitäten widmen. ■

PRÄVENTION DES RAUCHENS – WICHTIGE AUFGABE IN DER ZAHNMEDIZIN

Die allgemeinmedizinischen Gesundheitsrisiken des Rauchens sind zwar bekannt, dennoch greifen gut ein Drittel der Bevölkerung regelmäßig zum krankmachenden Glimmstengel. Tabakkonsum ist eine wesentliche Ursache für ein deutlich erhöhtes Risiko für Parodontal- (Zahnbetterkrankungen), Mundschleimhaut- und orale Tumorerkrankungen. Vor dem Hintergrund dieser Risiken und der Zusammenhänge zwischen zahn- und allgemeinmedizinischen Erkrankungen will sich die deutsche Zahnärzteschaft in der Aufklärung besonders engagieren. Als die am häufigsten in Anspruch genommene Facharztgruppe in Deutschland haben Zahnärzte einen besonders engen Kontakt zu ihren Patienten. „Daher eignen sich die zahnärztlichen Praxen besonders gut für die gesundheitliche Aufklärung, gerade auch beim Nikotinkonsum“, erläutert der Vizepräsident der Bundeszahnärztekammer, Dr. Dietmar Oesterreich, „die Verhütung des Rauchens – insbesondere bei Kindern und Jugendlichen – ist eine wichtige präventionspolitische Aufgabe des Berufsstandes“.

Quelle:

Pressemitteilung der Bundeszahnärztekammer (BZÄK) vom 30.5.05 ■



Betriebswirtschaft/Steuern

ÜBERTRAGUNG VON GELDVERMÖGEN BEI VORWEGENOMMENER ERBfolge

Die Übertragung von Vermögen auf die nachfolgende Generation gilt einkommensteuerlich grundsätzlich als unentgeltlicher Vorgang. Zahlen in diesem Zusammenhang beispielsweise Kinder an ihre Eltern Versorgungsleistungen (dauernde Lasten und Renten), können diese Beträge von den Kindern als Sonderausgaben geltend gemacht werden; die Eltern haben die erhaltenen Zahlungen als sonstige Einkünfte zu versteuern. Gegenstand einer (begünstigten) Vermögensübergabe muss eine die Existenz des Übergebers (z. B. der Eltern) wenigstens teilweise sichernde Wirtschaftseinheit (Grundstück, Betriebsvermögen, Wertpapiere etc.) sein. Wiederkehrende Leistungen können nur dann als Sonderausgaben berücksichtigt werden, wenn sie aus den erzielbaren Nettoerträgen des übernommenen Vermögens (z. B. aus den Erträgen eines vermieteten Wohnobjektes oder Geschäftsgebäudes) aufgebracht werden können. Handelt es sich dagegen um „ertragloses“ Vermögen, liegt ein

(teil)entgeltliches Geschäft vor, mit der Folge, dass der Übergeber ggf. einen Veräußerungsgewinn zu versteuern hat.

Der Bundesfinanzhof hat klargestellt, dass auch die Zuwendung eines Geldbetrags Gegenstand der steuerbegünstigten Vermögensübergabe sein kann. Voraussetzung ist allerdings, dass der Geldbetrag Ertrag bringend angelegt wird. Nach Auffassung des Gerichts ist es hierfür erforderlich, dass sich der Übernehmer im Übergabevertrag verpflichtet „eine ihrer Art nach bestimmte Vermögensanlage zu erwerben, die einen zur Erbringung der zugesagten Versorgungsleistungen ausreichenden Nettobetrag abwirft“. Dies wäre z. B. der Fall, wenn der Empfänger nach Erhalt des Geldbetrags ein Mietwohngrundstück mit ausreichenden Erträgen erwirbt. Die Finanzverwaltung erkennt eine (nachträgliche) Umschichtung an, wenn diese innerhalb von drei Jahren nach Abschluss des Übergabevertrages erfolgt. Die Versorgungsleistungen können dann ab dem Zeitpunkt der Anschaffung des Ertrag bringenden Vermögens als Sonderausgaben berücksichtigt werden. ■

Marketing

DIE ZIELGRUPPE DER PRAXIS

Wie wir Patientenbedürfnisse schaffen

Durch die Einführung des Festzuschuss-Systems und die neue Praxisgebühr ist eine starke Zurückhaltung der Patienten bei Zahnarztbesuchen zu erkennen. Diesem Verhalten soll jetzt erstmals mithilfe des Massenmediums Hörfunk entgegen gewirkt werden. Die Kassenzahnärztliche Vereinigung Bayerns (KZVB) versucht den Patienten in witzigen Radiospots wichtige Tipps für einen Zahnarztbesuch zu geben. Vorherrschendes Thema hierbei: Die Vorsorge.

Vorsorge kostet nur ein Lächeln

Zwei klare Aussagen stehen im Mittelpunkt der Patientenansprache: Zum einen das die Vorsorge mit dem Bonusheft zweimal im Jahr kostenfrei ist, und zum anderen das die Festzuschüsse dem Patienten eine individuellere Behandlung eröffnen, mit mehr Spielraum bei der Auswahl der Therapie. Diese Aussagen sollen genauso informieren wie motivieren. Daraufhin sollen sich idealer Weise möglichst viele Menschen in den nächsten Wochen zu einem Besuch bei ihrem Zahnarzt entscheiden. Diese neue Methode der Patientenansprache macht den Wandel im zahnärztlichen Marketing deutlich. Der Patient muss heutzutage als „Kunde“ gesehen werden. Und dieses kundenorientierte Verständnis stellt den Patienten automatisch dahin, wo er schon lange in jeder Praxis hingehört: In den Mittelpunkt.

Der Weg vom Patienten zum Praxiskunden

Was auf den ersten Blick wie eine Kleinigkeit wirkt, kann für den Patienten beeinflussenden Charakter haben: Die Gestaltung des Wartezimmers, die Qualität des Lesematerials oder des Kinderspielzeugs. Auch der Zustand der Pflanzen, ganz zu schweigen von Sauberkeit und Ordnung – auch bei einem nur im Vorbeigehen möglichen „Blick hinter die Kulissen“. Da den meisten Menschen das medizinische Fachwissen fehlt, um die Qualität der Leistungen des Zahnarztes wirklich beurteilen zu können, sind solche Dinge für den Patienten die Merkmale, die zur Meinungsbildung über die Praxis ausschlaggebend sind. Die Zahnarztpraxis muss für den Patienten erlebbar, glaubwürdig und nachvollziehbar sein. Er muss das Gefühl haben, in jeder Situation verständlich beraten zu werden. Der Patient muss sichtbar (Ästhetik) und spürbar (Schmerzfreiheit) geheilt werden. Er muss die Praxis mit einem Erfolgserlebnis verlassen und dieses in seinem Umfeld kommunizieren. ■

Impulse

ERSTE-HILFE-SET „DENTANURSE“ – ZAHNREPARATUR SELBST GEMACHT



Ob auf einem Berggipfel oder in der Wüste – wenn gerade kein Zahnarzt erreichbar ist, soll „Dentanurse“ helfen. Mit Zahnspiegel, zwei Pasten, einer Mischschale und Zahnarztbesteck soll sich jeder eine provisorische Füllung selbst machen. Zu Hause kann sie der Zahnarzt durch eine definitive Lösung ersetzen. Die Packungsbeilage erklärt detailliert, wie man mit dem Set Zahnschäden unterwegs reparieren kann. Entwickelt wurde „Dentanurse“ von Zahnärzten, vertrieben wird es von der Schweizer Firma Katady. In Deutschland kann man „Dentanurse“ u. a. beim Outdoor-Ausstatter Globetrotter kaufen.

Quellen: www.katady.ch, www.globetrotter.de ■