

ABZ NEWSLETTER

Infos · Angebote · Seminare · Eckzahn



JUBILÄUMS- AUSGABE

50

EXTRA
Jubiläums-
GEWINNSPIEL

2 | Über 25 Jahre ABZ Newsletter ■

4 | Der „Hoffmannsche-Erfahrungsschatz“ ■

6 | Praxis-Gesuche – Wir bringen Sie zusammen ■

8 | Kommunikation im Zeitalter von WhatsApp & Co. ■

10 | Mitglied werben ■

12 | ABZ BestPraxis Umfrage Füllungstherapien ■

16 | Wie sucht ein Patient einen Zahnarzt ■

18 | Let's talk about ... Erfolgsgeschichten ■

19 | Termine ■

20 | ECKZAHN für das Praxisteam ■

24 | Interview ■

24 | Ab zu den Sternen mit M+W ■

26 | Rechtsprechungstipps ■

ABZeG
In der Praxis bewährt.

ÜBER 25 JAHRE BLICKT DEUTSCHLAND – BLICKEN ZAHNÄRZTE IN DEN ABZ-NEWSLETTER



In der Jubiläums-Ausgabe möchten wir Ihnen als ABZ eG die Parallelen zwischen den Anfängen des „ABZ Auftritts“ 1997 und der heutigen Situation aufzeigen. Damals wie heute geht es um den Gedanken „Wir für uns“. Angesichts der heutigen Gesundheitsversorgungsentwicklung, geprägt durch politische Entscheidungen, Gesetze und Veränderungen ist es wichtig die Zeit zu nutzen. Denn es sind schließlich die News/ Meldungen/ Tipps und Tricks aus dem ABZ Newsletter, die Sie seit jeher stets auf dem Laufenden halten.

1992 wurde der „Gedanke zur Service-Gesellschaft“ laut und legte den Grundstein der heutigen ABZ Abrechnungs- und Beratungsgesellschaft für Zahnärzte eG. Somit war die ABZ eG Ansprechpartner vieler Zahnmediziner. Aus diesem Grund benötigte sie ein eigenes Logo. Anfänglich noch in zaghaften Grautönen auf den damaligen goziger Jahre Look angepasst, wurde der erste Newsletter 1997 mit Zeichnungen auf der Titelseite auf Kartonpapier bedruckt.

Inhaltlich informierte die ABZ eG über politische Themen, Fachartikel, viele Meinungen aus dem zahnärztlichen Bereich sowie über den einen oder anderen Tipp. Veröffentlichungen über den Wandel im Gesundheitssektor, aber auch die Zusammenarbeit mit der KZVB wurde in den ersten Newslettern beschrieben. Nun galt es parallel zum Aufbau der ABZ eG, Mitglieder zu gewinnen und das Abrechnungsgeschäft für zahnärztliche Honoraranforderungen aufzubauen.

Ab diesem Zeitpunkt, über die Wende hinaus galt es gezielt Mitglieder zu werben und aktiv anzusprechen. Das Mitglieder-Journal wurde geboren. Um stets aktuell und „modern“ zu wirken, entwarf die ABZ eG ein neues Erscheinungsbild. Der Schritt von Grautönen auf Blautöne im Logo kam zur Umsetzung.

Denn schließlich war es Zeit für Veränderungen und die ABZ eG startet mit ihrer neuen Aufmachung in das neue Jahrtausend.



Alles braucht und hat seine Zeit, doch die ABZ eG lässt sich nichts entgehen und verknüpfte mit ihrem Umzug 2011 von der Elly-Staegmayer-Straße in Allach nach München in die Kalferstraße die Aufbereitung eines neuen Erscheinungsbildes.

Das neue Logo kam sowohl im Newsletter sowie im Mitglieder-Journal sofort zum Einsatz. Nicht nur die Form änderte sich, sondern viel mehr die Farbwahl. Endlich erhielt die ABZ eG über eine beauftragte Agentur ihr eigenes Blau.

Den Mut zu kontinuierlichen Veränderung lässt sich die ABZ eG nicht nehmen. Selbstverständlich unterstützt durch unsere langjährige Grafikerin, seit Beginn für uns tätige Frau Wulfert (GRAFIK + DESIGN), schaffen wir stets Veränderung in der ABZ eG. Und so kam es 2018 zur Entwicklung eines Logos in Kooperation, welches Ihr Vertrauen in die ABZ eG widerspiegelt. Das Logo ABZ eG – In der Praxis bewährt weist auf die langjährige Erfahrung der ABZ eG in der KFO-Abrechnung, in der betriebswirtschaftlichen Beratung, dem Qualitätsmanagement sowie den erfolgreich geführten Seminaren hin.

Und dafür danken wir Ihnen!
Persönlich, vertraulich
und individuell seit über 25 Jahren!



Jubiläums-Gewinnspiel:

Die Suche nach dem **neuen** ABZ-LOGO

Wir haben ein kleines Suchspiel für Sie parat. In dieser Ausgabe haben wir das neue ABZ Logo versteckt!

Wie oft finden Sie es? (Logos auf Seite 2 und 3 werden nicht zu der gesuchten Anzahl dazu gezählt.)

Als Gewinn senden wir Ihnen einen Schlemmerkorb mit vielen Leckerbissen für Sie und Ihre Kollegen zu. Denn die Fastenzeit ist ja schon rum :)

Also legen Sie los!

Senden Sie Ihre Lösung an: service@abzeg.de

Und das ist das neue Logo der ABZ eG

(Das Logo-Beispiel hier zählt nicht zu den gesuchten Logos).



In der Praxis bewährt.

AUS DER PRAXIS FÜR DIE PRAXIS – DER „HOFFMANNSCHE-ERFAHRUNGSSCHATZ“

Das modifizierte Ertragswertverfahren – Die Praxisbewertungsmethode der Wahl

Beim Verkauf Ihrer Praxis oder eines Praxisanteils sollten Sie nichts dem Zufall überlassen. Dies gilt auch für die Ermittlung des Praxiswertes. Obwohl diverse Faustformeln existieren, zeigt die Erfahrung, dass solche Faustformeln allzu oft nicht den tatsächlichen Wert einer Praxis treffen. In der Bewertungspraxis hat sich daher die sog. modifizierte Ertragswertmethode etabliert und weitestgehend durchgesetzt.

Bei Anwendung dieses Verfahrens wird der Wert einer Praxis durch die Fähigkeit bestimmt, Einnahmen und Überschüsse zu erwirtschaften. Vereinfacht gesprochen ergibt sich der Ertragswert aus der Summe der künftigen Überschüsse (Zukunftserfolge), die der Käufer in Zukunft mit der Praxis erzielen kann, auf Basis der Voraussetzungen, die der Verkäufer hinterlassen hat. Es handelt sich dabei um ein in die Zukunft gerichtetes Bewertungsverfahren, was besonders für Übernehmer wichtig ist, da diese wissen möchten welche Erträge sie in der Zukunft mit einer Praxis erzielen können. Zudem ist der Aufbau einer Bewertung im Kern ähnlich wie ein Businessplan.

Das modifizierte Ertragswertverfahren

Neben dem Ertragswert wird im Rahmen des „modifizierten Ertragswertverfahrens“ auch der Wert des betriebsnotwendigen Sachanlagevermögens ermittelt und hinzugerechnet. Hierbei weicht die „modifizierte“ Methode vom „klassischen“ Ertragswertverfahren ab, bei dessen Anwendung das Sachanlagevermögen keine gesonderte Berücksichtigung findet.

Eine Wertermittlung lässt sich in folgende Schritte aufteilen:

- Analyse und Bereinigung der Vergangenheitserfolge
- Erstellung einer Zukunftsprojektion (Umsatz- und Kostenplanung)
- Festlegung des kalkulatorischen Zahnarztlohns
- Berücksichtigung von Ertragssteuern
- Festlegung des Ergebniszeitraums
- Festlegung des Kalkulationszinssatzes
- Diskontierung der Zukunftserfolge

- Bewertung des Sachwerts (materieller Wert)
- Ermittlung des Praxisgesamtwertes

Der richtige Zeitpunkt für eine Praxiswertermittlung?

Häufig wird eine Bewertung kurz vor Verkauf in Auftrag gegeben. Um den Verkauf allerdings gezielter vorzubereiten, empfehlen wir die frühzeitige Ermittlung des Praxiswertes. Abhängig vom Einzelfall erscheinen ein bis drei Jahre vor der geplanten Übergabe sinnvoll. Dadurch wird Ihnen aufgezeigt, in welchen Bereichen Sie sich ggf. noch verbessern können. Eine spätere Aktualisierung der Bewertung kurz vor der ersten Preisverhandlung mit Interessenten ist ohne großen Aufwand möglich.

Fazit: Die modifizierte Ertragswertmethode ist zwar etwas komplexer und aufwendiger, allerdings zeigt sich, dass die Anwendung der Methode besser geeignet ist, um einen realistischen Marktwert zu ermitteln. Der nach dieser Methode objektiv ermittelte Praxiswert bildet die Basis, um in Verhandlungen mit einem neutral ermittelten Vorschlag einsteigen zu können. Auch wenn weitere Einflussfaktoren den Kaufpreis beeinflussen können, zeigt die Praxiserfahrung, dass eine sachlich begründete Herleitung eines Praxiswertes die Verhandlungen zwischen Käufer und Verkäufer in den meisten Fällen erheblich erleichtern.

Mit der ABZ eG haben Sie einen erfahrenen Partner an Ihrer Seite. Profitieren auch Sie von unserem Sachverstand und informieren Sie sich frühzeitig, oder besuchen Sie eines unserer Seminare.

Wollen Sie mehr Informationen zu dem Thema Praxisabgabe dann sind Sie bei Herrn Florian Hoffmann (Dipl.-Kfm. – Sachverständiger für die Bewertung von Arzt- und Zahnarztpraxen) an der richtigen Adresse. Zögern Sie bitte nicht und nehmen Sie Kontakt auf. Tel. 089-892633-77 oder per E-Mail unter Florian.Hoffmann@abzeg.de

Wir freuen uns auf Sie!
Ihre ABZ



**Seminartermine
siehe Seite 19**

WIR BRINGEN SIE ZUSAMMEN VON DER ZUGSPITZE BIS NACH SYLT

Liebe Leser/Innen, seit der Newsletter-Ausgabe 48 steht Ihnen unsere neue Rubrik „Praxis-Gesuche“ zur Verfügung. Wir unterstützen Gründer bei der Suche nach einer geeigneten Praxis.

- Sie haben eine abzugebende Praxis, die auf eines unserer Gesuche passt?
- Sie kennen jemanden, der eine Praxis sucht, erzählen Sie von unserer neuen Rubrik!
- Sie sind auf der Suche nach einer Praxis, wir unterstützen Sie gerne!

Zögern Sie nicht und nehmen Kontakt zu uns auf.

WIR BRINGEN SIE ZUSAMMEN.

Sind Sie auf der Suche nach einer Praxis?
Dann können Sie [hier](#) zukünftig Ihre Gesuche kostenlos platzieren.

Unsere Ansprechpartner Herr Florian Hoffmann und Herr Michael Kreuzer, Geschäftsführer der ABZ BestPraxis GmbH, stehen Ihnen in sämtlichen Fragestellungen rund um die Themen Praxisgründung, Kooperationsgründung und Praxisabgabe mit Rat und Tat zur Seite.

**Rubrik
PRAXIS-GESUCHE**




Florian Hoffmann
Dipl.-Kfm.
Tel. 0 89/89 26 33-77
florian.hoffmann@abzeg.de
www.abzeg.de

Sachverständiger
für die Bewertung von
Arzt- und Zahnarztpraxen




Michael Kreuzer Dipl.-Kfm.
Geschäftsführer der
ABZ BestPraxis GmbH
Tel. 0 89/89 26 33-66
buero@bestpraxis.de
www.bestpraxis.de

»Wir stehen Ihnen
mit Rat und Tat zur Seite«

persönlich · vertraulich · individuell

GESUCHE ZAHNARZTPRAXIS

WIR SUCHEN ZAHNARZTPRAXEN IN ...

Rubrik
PRAXIS-GESUCHE

- 1/50 Zwischen München und Berchtesgaden Praxis mit 4 BHZ (oder mehr) für 2 Behandler
- 2/50 Raum Nürnberg, Fürth, Erlangen
- 3/50 Bodenseeraum für 1 oder 2 Behandler
- 4/50 Kempten Oberallgäu
- 5/50 ZWEIGPRAXIS Raum Augsburg
- 6/50 München und Umgebung vorzugsweise ORALCHIRURG
- 7/50 NÖRDLICH VON WÜRZBURG
- 8/50 Raum Freising
- 9/50 ZWEIGPRAXIS Raum Erlangen
- 10/50 Großraum München ab 3 BHZ
- 11/50 Garmisch
- 12/50 Würzburg-Neustadt a.d. Aisch
- 13/50 Oberbayern ab 3 BHZ mit Übergangsphase

GESUCHE KFO-FACHPRAXEN

WIR SUCHEN KFO-FACHPRAXEN IN ...

- 14/50 München und Umgebung
- 15/50 Augsburg-Ulm-Memmingen
- 16/50 BADEN-WÜRTTEMBERG
- 17/50 Niederbayern Oberbayern oder Oberpfalz
- 18/50 BRAUNSCHWEIG – HANNOVER
- 19/50 BERLIN
- 20/50 RAUM Düsseldorf-Mönchengladbach
- 21/50 Umland Mainz-Karlsruhe
- 22/50 Ulm-Biberach Ravensburg
- 23/50 RAUM Nürnberg Ingolstadt
- 24/50 Raum FRANKFURT MAIN
- 25/50 Raum Köln
- 26/50 WÜRZBURG-ASCHAFFENBURG
- 27/50 Hamburg und Umgebung

GESUCHE MKG FACHPRAXEN – WIR SUCHEN MKG-FACHPRAXEN IN:

- 28/50 Raum München
- 29/50 Raum Nürnberg



ABZ eG
In der Praxis bewährt.

KOMMUNIKATION IM ZEITALTER VON WHATSAPP UND Co.



Das Phänomen ist nicht nur in der Zahnarztpraxis immer deutlicher zu spüren, sondern begleitet uns überall im täglichen Leben.

Mittlerweile habe ich mich als Außendienstler schon daran gewöhnt, gerade an der Tankstelle keine besondere Aufmerksamkeit entgegengebracht zu bekommen. Hier bin ich schon wirklich dankbar, wenn ich nicht kaugummikauend nach der Nummer und Bar oder mit Karte gefragt werde.

Eine besondere Herausforderung wurde kürzlich jedoch eine süße kleine Zimtschnecke beim Bäcker.

Der eigentliche Plan war, zwischen zwei Praxisbesuchen eine Kleinigkeit für das allgemeine Wohlbefinden ausfindig zu machen. Also entschied ich mich einen Sprung in einen nahegelegenen Bäcker zu wagen.

Dazu sollte ich vielleicht sagen, auch beim Bäcker habe ich mich grundsätzlich schon damit abgefunden zu wenig Zeit zu bekommen, die gesamte Auslage genauer in Augenschein zu nehmen. Kaum den Verkaufsraum betreten, kommt schon die Aufforderung, „was darf es sein?“. Da fiel mir auf den ersten Blick eine Zimtschnecke ins Auge. Dem Gewürz sagt man ja nach, es solle das Gehirn in Schwung bringen und zugleich wärmend wirken. Also gut, ich hatte sowieso keine andere Wahl, als mich zügig zu entscheiden und somit fiel mein Entschluss „kurzerhand“ auf eine Zimtschnecke. Ohne vorhergehende genauere Begutachtung oder Auswahl, welche Schnecke ich denn genau hätte, bekam ich die volle Ladung nonverbale und verbale Nuschelattacke ab. Da stand ich nun vor der Auslage mit den Fragen im Kopf, was passiert hier gerade und habe ich etwas falsch gemacht?

Die Verkaufsdame war scheinbar sehr missmutig gelaunt und packte meine Zimtschnecke, alles andere als vorsichtig und meiner Meinung nach auch noch sehr langsam in die Tüte.

Als ich einen Blick auf das Tun der Verkaufsdame erhaschen konnte, war mir bewusst warum ich Ziel einer solchen verbalen und auch nonverbalen Beschimpfung wurde. Meine kleine süße Zimtschnecke war mit einer zweiten verbunden. Ich sprach die Dame daraufhin an, dass Sie mir das hätte gerne auch sagen können, dass diese Süßigkeit nur im Doppelpack erhältlich ist. Es hätte bestimmt keine Überredung gekostet, mir auch eine zweite Zimtschnecke schmackhaft zu machen.



Da wären wir auch schon beim Thema: Warum reden wir nicht mehr miteinander?

Wir kennen alle solche oder andere Situationen, in denen es ein Leichtes gewesen wäre, klar zu sagen was man möchte. Durch genau diese fehlende Kommunikation entstehen im Alltag sowohl privat, als auch beruflich, sehr oft Unstimmigkeiten, Missmut und im schlimmsten Fall Konflikte.

In vielen Ratgebern lesen wir von der richtigen Kommunikation miteinander, Kurse belehren uns über den richtigen Umgang mit unseren Patienten, doch dabei vergessen wir ganz unsere tägliche Teamkommunikation zu pflegen. Und woran könnte diese Kommunikationsknigge liegen? In vielen Kommunikationsdiensten wie Whatsapp, Instagram

oder Facebook reicht es seinem Gesprächspartner ein Emoji zu schicken, um seine Gefühle zu erklären. So bedeutet ein Affe mit den Händen vor den Augen „die Augen für der Wahrheit verschließen“ oder auch „sich Fremdzuschämen“. Die Bedeutung liegt immer im Auge des Betrachters. Diese indirekte und oft nicht ganz deutliche Kommunikation führt zum einen zu Missverständnissen, zum anderen führen Abkürzungen wie Emoji verschicken, zu Bequemlichkeit. Eigene Meinungen, Gefühle und Eindrücke nicht mehr so auszudrücken wie man es selber aussprechen würde. Man sendet einfach einen Emoji und das Gegenüber kann rätseln was genau gemeint ist. Dieses Problem zeichnet sich vermehrt in unserem Alltag und somit auch bei unseren Kollegen und Patienten ab. Kommunizieren ist deshalb so wichtig, weil unser Team für den Erfolg und die Zufriedenheit in unserer Praxis steht.

Erfolg, weil genau die richtige Kommunikation einer der wichtigsten Punkte für unsere Patienten ist. Fühle ich mich wohl bzw. gut aufgehoben in meiner Zahnarztpraxis? Werde ich als Mensch gesehen und nicht als PA, WK, o1 und Co.? Wie wird mit mir gesprochen und wird überhaupt mit mir gesprochen? Nicht jedem Mitarbeiter fällt es leicht, mit dem Patienten empathisch, interessiert und aktiv zu sprechen. Was ist das Problem? Es wäre wahrscheinlich in den meisten Fällen kein Problem, dem Patienten ein paar Emoji (Bildschriftzeichen) zu zeigen. Weil dies leider mehr und mehr die Art wird in der es uns leicht fällt, unsere Empfindungen mitzuteilen.

Vielleicht müssen wir aber auch noch mehr hinterfragen, warum es dem einen aus dem Team leichter fällt, als dem anderen. Sicher kann das Team in den meisten Fällen gemeinsam eine Lösung finden. Auch sollten wir hier den Umgang miteinander nicht außer Acht lassen. Der Patient bekommt auch hier so einiges mit. Zum Beispiel welcher Wind in unseren Räumen weht.



REFERENTIN: Iris Hartmann
Spezialistin für Prozesse
in der Zahnarztpraxis



Wobei Zufriedenheit nicht nur von meinen Patienten abhängig ist, sondern auch von meiner eigenen und die des Teams.

Wie gehen wir miteinander um? Welche Umgangsformen pflegen wir? Was ist uns im Alltag in unserer Zusammenarbeit wichtig?

Kaum zu glauben – 80 % Ihrer täglichen Arbeit besteht aus Gesprächen, Vermittlungen oder Telefonaten. Wenn Sie als Ansprechpartner für Patienten die Regeln der Gesprächsführung nicht beherrschen, schreckt es viele Patienten ab. Um genau dieses Phänomen aus dem Alltag zu verbannen, besuchen Sie einfach unser Seminar „**Professionelles Telefonieren und Kommunizieren in der Zahnarztpraxis – so klappt's!**“. Das vermittelte Know-How, kann Ihnen keiner mehr nehmen und Gesprächen mit Patienten über das Telefon oder direkt, steht nichts mehr im Wege.

Melden Sie sich jetzt unter www.abzeg.de/veranstaltungen an und sichern Sie sich Ihre Plätze!

Iris Hartmann,
ABZ Außendienstmitarbeiterin

Seminarbeschreibung siehe Seite 17



MITGLIED WERBEN!

Mitglieder sind das wichtigste und höchste Gut einer Genossenschaft! Das ist ja wohl klar. Eine Genossenschaft ohne Mitglieder? Unmöglich. Denn schon die Begriffe „Genossenschaft“ und „Mitglieder“ deuten darauf hin, dass es sich dabei um einen Zusammenschluss von mehreren – selbstverständlich möglichst vielen – Menschen handelt, die ein ganz bestimmtes Ziel verfolgen!

Eigentlich total logisch, oder? Soweit so gut.

Somit stehen die Mitgliedschaften im Kern einer Genossenschaft. Doch was bedeutet es eigentlich Mitglied bei der ABZ eG zu sein? Und wie kann man überhaupt Mitglied werden? Gute Frage, nächste Frage ...

Haben Sie denn schon ein Mitglied geworben?

Nein, dann aber schnell!

Zögern Sie nicht und werben Sie schnell ein Mitglied. Sobald wir den ausgefüllten Antrag erhalten haben, senden wir Ihnen als Dankeschön* entweder

→ 1x Douglas Gutschein, oder

→ 1x Jahresabonnement im Wert von 70€ für eine Zeitschrift Ihrer Wahl zu. (Eine Auswahl möglicher Zeitschriften erhalten Sie von uns)

Bitte wählen Sie eine Option aus und teilen Sie uns diese bei Zusendung des Antrags in einem separaten Schreiben mit.

Warum sollten Sie ein Mitglied werben?

Nun, als Mitglied der ABZ eG bieten wir eine Reihe von Vorteilen, die den Erfolg des Praxisbetriebs langfristig sichern. Darunter zählen:

* Bei Abschluss Mitgliedschaft



- Miteigentümer eines Unternehmens, dessen Geschäftspolitik selbst mitbestimmt wird und dessen Inhalte aus eigener Anschauung bestehen.
- Weiter steht unseren Mitglied eine jährliche Gewinnausschüttung (zuletzt 5%), Rückvergütungen sowie Sonderkonditionen zur Verfügung,
- Zudem gibt es keine laufenden Mitgliedsbeiträge (es reicht der einmalige Erwerb eines Anteils für 1000,-€),
- sowie eine begrenzte Haftung.

Doch wie kann man überhaupt Mitglied werden?

Wenn man der ABZ eG beitreten möchte, füllt man einen Aufnahmeantrag aus, welcher auf der Webseite unter folgenden Link <https://www.abzeg.de/ueber-die-abz/mitglied-werden/> heruntergeladen werden kann. Ausgefüllt und unterschrieben wird dieser an folgende E-Mail info@abzeg.de geschickt. Nachdem wir den Antrag erhalten haben, wird das werdende Mitglied von uns kontaktiert. Um umfassend über die Voraussetzungen informiert zu sein, besteht die Möglichkeit die Satzung der ABZ eG ebenfalls unter <https://www.abzeg.de/ueber-die-abz/mitglied-werden/> einzusehen.

Werben Sie und sahnen Sie ab!

Auf los geht's los...

Ein Antwortfax finden Sie auf Seite 25

Herzlichen Dank!

Wir bedanken uns bei der Praxis Roelig in Landau für die Zusendung ihres gewonnenen Praxisblumenstraußes :) aus dem Newsletter 48.



**BITTE MACHEN SIE MIT!
VIELEN DANK!**

DIE NEUE BESTELL-APP IST DA!

heja+



Scannen und bestellen:
In der neuen M+W App finden Sie alle Produkte und Verbrauchsmaterialien – schnell, einfach und unkompliziert. Mehr Überblick. Weniger Papier.

Vereinfachen Sie Ihren Bestellprozess noch heute!

Mehr Infos zur Bestell-App unter:
<https://www.mwdental.de/bestellapp>



Jetzt App downloaden und einfach bestellen

Die besten Gründe, die M+W Bestell-App direkt herunterzuladen, gibt es hier auf einen Blick:

- Blitzschnell M+W QR-Codes scannen und direkt per App nachbestellen
- Übersicht des Warenkorbes per Mail zusenden
- Exklusive Rabatte in der App
- Auch mit Eingabe der M+W Artikelnummer bestellen
- Gewohnt schnelle Lieferung. Bis 17 Uhr bestellt, morgen geliefert!

Wenden Sie sich an Ihren Kundenbetreuer, um Ihre kostenlosen QR-Codes von Artikeln oder auch Produktgruppen anzufordern: 0 60 42 / 88 00 88

Aktuell verfügbar in Deutschland

M+W Dental
wir kümmern uns

Die Ergebnisse unserer Umfragen sind für Sie!!!

Fast alle Praxisinhaber wünschen sich Benchmarkingzahlen – Sie auch? Dann beteiligen Sie sich bitte an unserer aktuellen Umfrage!

Möglicherweise werden Sie sich jetzt fragen, weshalb wir schon wieder die Umfrage zu Füllungstherapien hier einstellen. Hintergrund ist, dass

- ▶ wir bisher nur sehr wenige Rückläufer erhielten,
- ▶ diese Umfrage von der Mehrheit der Teilnehmer unserer ersten Umfrage gewünscht wurde und
- ▶ die Umfrage erscheint im ersten Moment umfangreich, geht aber schneller als gedacht.

Ja, es sind vier gedruckte Seiten, pro Bereich (Kasse/Privat/Front-/Seitenzahnbereich) sind es vier Eurobeträge und zwei Mal wird um Ihre persönliche Einschätzung Ihrer Patientenverteilung gebeten.

UMFRAGE: PREISE FÜR FÜLLUNGSTHERAPIEN

Hier nun die nächste Umfrage. Das am häufigsten genannte Wunschthema aus unserer letzten Umfrage, sind die Preise für Füllungstherapien. Um den Umfang der Umfrage möglichst überschaubar zu halten, möchten wir das Thema an einem Beispiel erfragen:

Ausgehend von einer 3-flächigen Füllung – bei einem „normal erwachsenen Durchschnittspatienten“, ohne besondere Komplikationen jeweils für den Frontzahnbereich und den Seitenzahnbereich interessiert:

Welche Beträge stellen Sie den Kassenpatienten in Rechnung bzw. welchen Faktor setzen Sie üblicherweise bei Privatpatienten an?

Außerdem möchten wir gerne von Ihnen wissen, welchen Anteil an Patienten, versorgen Sie im geschätzten Durchschnitt mit welchen Materialien?

1. Im Frontzahnbereich

a. bei **Kassen**patienten

Mit welchen Eigenanteilen bzw. welcher Zuzahlung muss Ihr Patient bei Ihrer Behandlung einer 3-flächigen Füllung pro Zahn (abhängig von dem Füllungsmaterial) rechnen?

Bitte schätzen Sie, bei wie viel Prozent Ihrer Patienten Sie welches Material verwenden bzw. welche Behandlung durchführen.

Füllungsmaterial	Zuzahlung Patient	Anteil aller Patienten (geschätzt)
Amalgam	€	%
einfacher Kunststoff	€	%
hochwertiger Kunststoff	€	%
Inlay	€	%
		100 %

Zusatzfrage Inlay:

Bitte schätzen Sie ebenfalls den jeweiligen Anteil, wer Ihre Inlays erstellt.

Cerec	%
Eigenlabor	%
Fremdlabor	%
100 %	

Anmerkungen:



1. Im Frontzahnbereich

b. bei **Privat**patienten

Bei Behandlungen Ihrer Privatpatienten interessiert uns der durchschnittliche Satz, den Sie in Rechnung stellen.

Füllungsmaterial	Zuzahlung Patient	Anteil aller Patienten (geschätzt)
Amalgam	- facher Satz	%
einfacher Kunststoff	- facher Satz	%
hochwertiger Kunststoff	- facher Satz	%
Inlay	- facher Satz	%
		100 %

Zusatzfrage Inlay:

Bitte schätzen Sie ebenfalls den jeweiligen Anteil, wer Ihre Inlays erstellt.

Cerec	%
Eigenlabor	%
Fremdlabor	%
100 %	

Anmerkungen:

2. Im Seitenzahnbereich

a. bei **Kassen**patienten

Mit welchen Eigenanteilen bzw. welcher Zuzahlung muss Ihr Patient bei Ihrer Behandlung einer 3-flächigen Füllung pro Zahn (abhängig von dem Füllungsmaterial) rechnen?

Bitte schätzen Sie, bei wie viel Prozent Ihrer Patienten Sie welches Material verwenden bzw. welche Behandlung durchführen.

Füllungsmaterial	Zuzahlung Patient	Anteil aller Patienten (geschätzt)
Amalgam	€	%
einfacher Kunststoff	€	%
hochwertiger Kunststoff	€	%
Inlay	€	%
		100 %

Zusatzfrage Inlay:

Bitte schätzen Sie ebenfalls den jeweiligen Anteil, wer Ihre Inlays erstellt.

Cerec	%
Eigenlabor	%
Fremdlabor	%
100 %	

Anmerkungen:

b. bei **Privat**patienten

Bei Behandlungen Ihrer Privatpatienten interessiert uns der durchschnittliche Satz, den Sie in Rechnung stellen.

Füllungsmaterial	Zuzahlung Patient	Anteil aller Patienten (geschätzt)
Amalgam	- facher Satz	%
einfacher Kunststoff	- facher Satz	%
hochwertiger Kunststoff	- facher Satz	%
Inlay	- facher Satz	%
		100 %

Zusatzfrage Inlay:

Bitte schätzen Sie ebenfalls den jeweiligen Anteil, wer Ihre Inlays erstellt.

Cerec	%
Eigenlabor	%
Fremdlabor	%
100 %	

Anmerkungen:

Zum Abschluss bitten wir Sie, um ein paar statistische Angaben

3. Regionalanalyse

a. In welchem Bundesland befindet sich die Praxis?

b. In welchem Regierungsbezirk befindet sich die Praxis?

c. Wie groß ist der Ort der Praxis?

- ländliche Gemeinde (<5.000 Einwohner)
- Kleinstadt (5.000–20.000 Einw.)
- Mittelstadt (20.000–100.000 Einw.)
- Großstadt (>100.000)



4. Welche Vergleichszahlen wünschen Sie sich für die nächste Umfrage?

Bitte beachten Sie, dass es Kennzahlen sein sollten, die Sie selber auch bereit sind herauszusuchen bzw. herauszugeben.

Hiermit erkläre ich mich einverstanden, dass die ABZ eG und ABZ BestPraxis GmbH meine anonymen Daten speichern, nutzen und verarbeiten darf. Außerdem erkläre ich mich damit einverstanden, dass Zusammenfassungen der Daten veröffentlicht sowie an Dritte (Mandanten und Kunden) weitergegeben werden dürfen.

Unterschrift: _____

Die ABZ BestPraxis GmbH sagt Danke für Ihre Teilnahme an der Umfrage!

Bitte senden Sie den Fragebogen **bis spätestens 30.06.2019** an folgende E-Mail: info@abzeg.de

oder senden Sie uns ein Fax unter: 089-89 26 33-33

Wenn Sie Fragen haben rufen Sie gerne an: 089-89 26 33-66

WIE SUCHT EIN PATIENT EINEN ZAHNARZT UND NACH WAS SUCHT DER PATIENT?

Viele Praxen geben sich größte Mühe, um neue Patienten zu gewinnen oder zumindest die Richtigen! Nicht alle dieser Bemühungen gehen jedoch in die richtige Richtung.

Noch vor wenigen Jahren war eine der Standardantworten bei Existenzgründern, wenn es um die Frage ging, wie neue Patienten gewonnen werden sollen: „Homepage“. Natürlich ist das im Grundsatz eine gute Idee, der Teufel steckt wie immer im Detail!



Wie vielen Ihrer Patienten ist im Traum Ihre Domain (www.zahnarzt-xy.de) eingefallen?

Wer sich auf die hellseherischen Fähigkeiten seiner Neupatienten verlässt, wird über seine Homepage keine Patienten erhalten.

Was Webseiteninhabern bewusst sein muss ist, dass Patienten immer über einen Umweg auf ihre Homepage kommen. Deshalb ist nicht nur eine gute Homepage wichtig, sondern es müssen auch die Zugangswege auf diese Domain „gefüllt“ werden. Das bedeutet Empfehlungsmanagement, ein gutes Google-Ranking, die Verteilung von Flyern bzw. Visitenkarten und viel andere Maßnahmen.

Da viele Werbeagenturen hier nicht so viel Erfahrung haben oder zu wenig Geld daran verdienen, beschränken sie sich zumeist auf die Erstellung der Homepage. Manchmal werden auch teure Goog-

le-Anzeigen verkauft, woran die Agenturen zwar verdienen, die dem Praxisinhaber aber häufig nicht den gewünschten Erfolg bringen.

Deshalb ist es so wichtig, dass Sie sich ein Gesamtkonzept überlegen, wie Patienten auf Ihre Homepage kommen sollen. Darunter fällt Empfehlungsmanagement, Internetbewertungen, das Google-Ranking, eine Strategie für das Verteilen von Printmedien (Flyern, Visitenkarten) und viele andere Wege.

Wenn die Patienten auf Ihre Homepage kommen, was suchen Sie dann? Suchen Sie nach den konkreten Leistungen (z.B. Zahnersatz, Endodontie, Paradontologie?) oder suchen Sie einfach nach einer Lösung für Ihr Problem?

Nehmen wir ein plastisches Beispiel: Wenn Ihr Auto nicht mehr so fährt, wie Sie es gewohnt sind, fah-

ABZ BestPraxis
Rat & Tat für Ihren Erfolg

ren Sie dann in die Werkstatt und sagen dem Mechaniker, dass er bitte mittels dem „Walnusschalen Strahlverfahren“ die Direkteinspritzung reinigen soll. Oder beschreiben Sie einfach die Symptome und überlassen dem Mechaniker was er tun soll und die Wahl des Werkzeuges?

Ähnlich ist es auch bei Ihren Patienten: Ihr Patient hat ein Problem und mit dem kommt er zu Ihnen. Ihr Patient will einfach sein Problem gelöst bekommen.

Sie sind der Fachmann/die Fachfrau und man kann erwarten, dass Sie den optimalen Lösungsweg vorschlagen und umsetzen. Gestalten Sie also auch Ihre Homepage in Hinsicht auf die Wünsche und Probleme der Patienten (Vertrauen, Verständnis, Zeit...). Der Kern Ihrer Homepage sollte also nicht Ihre Leistungen beschreiben, sondern Ihr Tun!

Wenn Sie bei einem dieser Themen Unterstützung wünschen, sind wir für Sie da. Wir erstellen eine Marketinganalyse und geben Ihnen ganz konkrete Tipps, die Sie ab morgen einsetzen können und die Sie von kaum einer Werbeagentur erhalten werden.

Und unsere Tipps sind langjährig erprobt und verfeinert – und funktionieren sehr gut!



Michael Kreuzer Dipl.-Kfm.
Geschäftsführer
der ABZ BestPraxis GmbH

ABZ
In der Praxis bewährt.



REFERENTIN: Iris Hartmann
Spezialistin für Prozesse
in der Zahnarztpraxis

NEU SO KLAPPT'S! PROFESSIONELLES TELEFONIEREN UND KOMMUNIZIEREN IN DER ZAHNARZTPRAXIS

Ihr Lächeln kann man hören!? Ein freundliches Telefonat ist ein wichtiger Bestandteil für eine langfristige Patientenbindung. Nutzen Sie Ihre Chance und erhöhen Sie die Kompetenz Ihres Praxisteam im Umgang mit unterschiedlichen und herausfordernden Situationen am Telefon.

Stärken und überprüfen Sie den wichtigsten Punkt in Ihrer Praxis „die Patientenkommunikation“.

SEMINARINHALT

- ▶ Positive Imagegestaltung
- ▶ Patientenorientierte Umgangsformen
- ▶ Verhalten am Telefon
- ▶ Entwicklung von Gesprächsleitfäden
- ▶ Suggestionstechniken am Telefon
- ▶ Trainingstelefonate und deren Besprechung
- ▶ Souveränität bei schwierigen Patienten
- ▶ Selbstmanagement: Gute Laune auf die Schnelle/ Umgang mit Stress



TERMIN:
Samstag, 14.09.2019
09:30 - 17:00 Uhr,
in Nürnberg
002-02

Samstag, 19.10.2019
09:30 - 17:00 Uhr,
in München
006-02

ZIELGRUPPE:
Zahnärztin/Zahnarzt,
Praxismanager/Innen,
Praxismitarbeiter/Innen

gebühr:
ABZ-Mitglieder 250,00 Euro,
Nicht-Mitglieder 275,00 Euro
(pro Teilnehmer, zzgl. MwSt.,
inkl. Arbeitsmaterial und
Bewirtung)

TEILNEHMERZAHL:
Maximal 16



Seminar

LET'S TALK ABOUT.... „Erfolgsgeschichten“



Meine Praxispartnerin und ich lernten uns 2016 als angestellte Zahnärztinnen in einer zentral gelegenen Münchner Praxis kennen. Wir waren beide bereits seit vielen Jahren im Beruf tätig, jeder mit unterschiedlichem Behandlungsschwerpunkt. Oralchirurgie und Endodontie; eine tolle Kombination, fanden wir damals schon.



Privat hatten wir eine ähnliche Lebenssituation. Wir hatten beide Kinder, waren geschieden und mit oder ohne neuen Lebenspartner gut aufgestellt.

Die Idee zur Praxisübernahme entstand im Arbeitsalltag. Der Wunsch nach einem eigenem harmonischen Team, das Bedürfnis nach flexiblen Arbeitszeiten mit Kindern sowie die Umsetzung der eigenen Praxisstrategie wurden immer größer.

Über ein Dental Depot erfuhren wir von unserer jetzigen Praxis. Zum Übernahmzeitpunkt handelte es sich um eine Einzelpraxis in relativ großzügigen Räumlichkeiten. Die Praxis bestand aus drei Behandlungszimmern und einem Prophylaxezimmer.

Die Inhaberin arbeitete zum Übernahmzeitpunkt jedoch bereits stundenreduziert.

Ein deutlicher Pluspunkt waren die tolle Lage in München-Solln und der gute Zustand der Praxis. In Gesprächen mit der Praxisinhaberin stellte sich heraus, dass sie stundenweise einen externen Oralchirurgen und eine Endodontologin beschäftigte. Das passte bei unseren Fachbereichen natürlich hervorragend.

Nach Kaufpreisverhandlungen und Absteckung der Rahmenbedingungen führten wir mit einem ausgetüftelten Business Plan, plus Baby auf dem Arm, erfolgreiche Finanzierungsgespräche bei verschiedenen Banken durch.

Eine kleine Überraschung gab es, als wir uns mit der Praxisbesitzerin zur Unterschreibung des Übernahmevertrages zusammensetzten. Sie setzte, nach Rücksprache mit ihrer Steuerberaterin, spontan den Kaufpreis deutlich höher an. Letztendlich einigten wir uns ein paar Tage später und waren mit dem Ergebnis dann alle zufrieden.

Das traumhafte Team freut sich täglich mit uns über neue Ideen, wir arbeiten unheimlich gerne zusammen. Der Patientenstamm hat uns bestens angenommen. Wir haben genau das gefunden, nachdem wir lange gesucht haben. Eine Praxis, die für unsere Behandlungsschwerpunkte bestens ausgestattet ist. Wir haben Zeit für unsere Kinder, genießen die Flexibilität in der Selbständigkeit und freuen uns über das positive Feedback der Patienten und die gute Stimmung im Team.

Über einen befreundeten Kollegen sind wir kurz nach der Praxisübernahme auf Herrn Kreuzer von der ABZ BestPraxis GmbH aufmerksam geworden. Er wurde uns wärmstens empfohlen, um die betriebswirtschaftlichen Aspekte der Übernahme im Auge zu behalten und gegebenenfalls zu optimieren.



ABZ eG
In der Praxis bewährt.

Letztendlich kommen wir seit 2 Jahren zu regelmäßigen Gesprächen zusammen und sind froh, dass wir diese tolle Unterstützung haben. Die von ihm vorgeschlagenen Ideen nehmen wir gerne an und freuen uns über die geduldige Erklärung der BWA Zahlen. Das geht sogar mit viel Humor auf beiden Seiten.

Wir bedanken uns herzlich bei Frau Dr. Henrike Südkamp, Zahnärztin und Beate Rieger, Zahnärztin, dass Sie Ihrer Erfahrungen mit unseren Lesern teilen.

www.meinezahnaerztin.de

SEMINARE „PRAXISABGABE OHNE STOLPERSTEINE“

- 05. Juni 2019 in Nürnberg/Erlangen
- 23. Oktober 2019 in Nürnberg/Erlangen
- 13. November 2019 in Würzburg
- 04. Dezember 2019 in München

Die nächsten Seminare bei ...

REFERENT: Florian Hoffmann

TERMINE GENERALVERSAMMLUNG TAGUNGEN + MESSEN



SAVE THE DATE! Ordentliche Generalversammlung der ABZ eG 2019

Termin: Samstag, den 29. Juni 2019
Beginn: 10:00 Uhr
Ort: The Charles Hotel,
Sophienstraße 8,
80333 München

TAGUNGEN + MESSEN 2019 WIR SIND DABEI!

- **Fränkischer Zahnärztetag**
17. und 18. Mai 2019 in Fürth,
Stadthalle Fürth
- **33. Oberpfälzer Zahnärztetag**
vom 27. bis 29. Juni 2019
in Regensburg, in den Räumen
des Universitätsklinikums Regensburg
- **92. DGKFO-Jahrestagung**
vom 04. bis 07. September 2019
in Nürnberg Messe, Nürnberg



3 Monate je einen bunten Blumenstrauß für Ihre Praxis!

NUTZEN SIE DIE CHANCE – UND GEWINNEN SIE ...

Senden Sie einfach Ihr Lösungswort bis zum 31.07.2019 an service@abzeg.de – Viel Erfolg!



moralisch einwandfrei (ugs.)	Staat in Nahost, Persien	Kameraeinstellung	beständig, gleichbleibend	weibliches Lasttier	altrom. Liebesgöttin; Planet	Fremdwortteil; allein	südamerikanisches Kamel	Kuhantilope	kalt. Erfrischungsgetränk	mithilfe	mit Absicht stoßen	Buckelrind
Gepflogenheit, Brauch			gefüllt				Wort der Ablehnung			Segelbefehl		
Leid lindern, beruhigen						Ausruf des Missfallens			heftiger Schlag			bayerisch, österreichisch: Alm
Nagetier			kleine Rechnung				anziehend, begehrenswert	belgischer Kurort		Brei aus Früchten, Kartoffeln		
			Fluss in den Finn. Meerbusen		Stadt im Ruhrgebiet	dt. Philosoph (Immanuel)			russ. Währungseinheit	wagemutig, beherzt		Funkortung
Stadt an der Saale	Spazierfahrt, Ausflug	Edelgas					innerster Teil unseres Planeten					
					gefeierter Künstler	Geliebter der Isolda	anhänglich, loyal			früherer Lanzenreiter		
Sendungsanlage	engl. Adelstitel Graf	lettische Hauptstadt		Held der griechischen Sage	Aufsehen, Skandal			Weltmacht (Abk.)	Bildloch der Kamera			
Bewohner eines Erdteils						Punkt auf dem Spielwürfel			fließig, unermüdet	eiförmig		männliches Borstentier
			weibl. Höflichkeitsbezeichnung					Ballade von Bürger				Übungseinheit
Flottenwesen	Schiffsfahrt	TV-Radiosender (Abk.)		blühende Pflanze	Abchnitt der Woche	Gebirge in Marokko	höchste Spielkarte	bayerischer Autor (Ludwig)	englisches Bier	Traubenerte		
			Klostervorsteher					rechter Nebenfluss der Donau				
ostfranzösisches Grenzland	in Richtung, nach	Oper von Verdi	demaskieren									
exakt, pünktlich				lächerlich, kindisch	einfarbig (franz.)		römischer Grenzwall	Bezahlung von Künstlern		Turmkünstlerin		dauern-des Herumstreiten
		Weltreligion				blut-saugendes Insekt		Trinkgefäß	Tennis-spielabschnitt			
chem. Element, Selten-erdmetall			an dieser Stelle, an diesem Ort	Wind-schatten-seite o. Schiffs			Sammlung altnord. Dichtung	Italienisches Wirtshaus				
Missgunst	zeitlos; immerzu	Gestalt aus „Moby-Dick“ (Kapitän ..)		beklemmend; hohl klingend					exotische Echse	Töpfermaterial		
			kegel-förmiges Indianerzelt	Schwur		Kassen-zettel; Gut-schein	dickes Seil		un-sportlich, regel-widrig			
Himmelsrichtung				vertraulich, im engsten Kreis	verworfen, schwer verständlich					ächzen, krachen (Tür, Diele)	Wertpapier	
Ausgedehntheit	Studienabschlussprüfung	Fingerschmuck			trockenes Land in Küstennähe	erhitzen, heiß machen	Götter-trank; Blüten-saft					
übertriebene Spar-samkeit			zwischen Finger-spitzen drehen	Begriff beim Fußball					griechische Sieges-göttin			
Halbaffe Madagaskars, Lemur	Matsch, Schlamm	Verbandmaterial			Kinderbuch-gestalt (Alpen)	größere Anzahl von Tieren	Aus-spritz-mundstück	Italienisch: Vorwärts!				
Gotteshaus, große Kirche				Helfer in der Not	landwirt-schaftliches Gerät	Rinder-fett			Vorsilbe: über, jenseits (lat.)	Südasiat	Ober-bekleidungsstück	
		Vorname Strawinskys	Kanton der Schweiz				angeborener Instinkt					
bewegungs-hindernde Kraft					Heer; Heeresverband			nordischer Hirsch			Dienst-stelle; Behörde	
Grünfläche im Dorf				Berufs-vereinigung, Zunft			Bezirk von Berlin					
obere Gesichtspartie	Ölbaumfrucht				hochbegabter Mensch			Waren-art; Wert-gruppe		Bad an der Lahn		

Der Teilnehmer erklärt sich mit Teilnahme an dem Gewinnspiel einverstanden, dass sein vollständiger Name in der Newslettausgabe 50/2019 veröffentlicht wird. Das Lösungswort aus dem Newsletter 49/2018: PLÄTZCHEN. Und freuen über 3 Blumensträuße können sich Praxis Gonsler aus Starnberg. Herzlichen Glückwunsch!

DIES UND DAS & REZEPT

Was gibt es schöneres, als nach einem langen Winter endlich wieder frischen Spargel einkaufen zu können. Die ersten Stangen Spargel gibt es bereits ab Mitte Ende April und traditionell endet die Spargelzeit am 24. Juni, mit dem sogenannten „Spargel Silvester“. Daher wünschen wir Ihnen nun guten Appetit mit unserem Spargelrezept!



Spargelcremesuppe

Was wäre denn die Spargelsaison ohne Spargelsuppen? Wussten Sie schon, mit Spargelwasser lassen sich viele tolle Suppen zaubern! Sei es die klassische Spargelcremesuppe oder neu interpretiert – lassen Sie sich von diesem Rezept inspirieren!

Grundrezept für Spargelcremesuppe (4 Pers.):

- 250 g Spargel (weiss)
- 40 g Butter
- 40 g Mehl
- 1 l Flüssigkeit (Spargelwasser und Brühe)
- 1 Eigelb (Kl. M)
- 3 El. Milch oder süße Sahne
- Zucker, Salz, Pfeffer, Muskat und Zitronensaft zum Würzen

Zubereitung:

- Schritt: Spargel gründlich waschen und schälen. Anschließend in 3 - 4 cm lange Stücke schneiden und in leicht gesalztem Wasser gar kochen.
- Schritt: Nachdem der Spargel gar gekocht ist, das Wasser abgießen und dabei das Spargelwasser auffangen.
- Schritt: Nun die Butter in einem Topf erhitzen, das Mehl dazugeben und unter ständigem Rühren hellgelb anschwitzen lassen.
- Schritt: Mithilfe des Spargelwassers die Butter und das Mehl unter Rühren ablöschen, aufkochen und in der Nachwärme etwas quellen lassen. Anschließend mit Brühe aufgießen.
- Schritt: Das Eigelb mit Milch oder Sahne verrühren und in die nicht mehr kochende Suppe geben.
- Schritt: Schlussendlich die Spargelsuppe mit Zucker, Salz, Pfeffer, Muskat und Zitronensaft abschmecken und die Spargelstückchen dazugeben.



Drei kleine Tipps:

- TIPP:** Die Suppe sollte nicht mehr kochen, wenn Sie das Ei dazugeben, da es sonst gerinnt.
- TIPP:** Bei dem Hinzufügen von mehr Sahne oder Crème fraîche erhalten Sie eine noch cremigere und gehaltvollere Spargelsuppe.
- TIPP:** Die beim Schälen vorher angefallenen Spargelschalen und abgeschnittenen Enden können Sie, um mehr Aroma in der Suppe zu erhalten, auskochen. Dafür ist es wichtig, den Spargel vorher gründlich zu waschen und die „Spargelabfälle“ in ausreichend Wasser ca. 30 Minuten köcheln zu lassen. Aus diesem gewonnen Spargelwasser, lassen sich hervorragende Spargelsuppen zaubern!

Viel Spaß beim Kochen und einen guten Appetit!

INTERVIEW MIT HERRN MAIK GIEBE

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

wer könnte besser beschreiben, was die Arbeit bei der ABZ eG ausmacht, als die MitarbeiterInnen ihrer zahnärztlichen Genossenschaft. Erfahren Sie deshalb direkt, welche Aufgaben die MitarbeiterInnen im alltäglichen Geschäft meistern.

Herr Maik Giebe (Projektleiter Factoring) ist seit dem Sommer 2018 Mitarbeiter der ABZ eG. Gerne möchten wir Ihnen seine Tätigkeiten näher vorstellen.

ABZ: Seit einiger Zeit sind Sie Herr Giebe an Bord der ABZ eG.

Die ABZ eG ist auf den zahnmedizinischen Bereich fokussiert, und somit in der Gesundheits-Branche tätig. Haben Sie bereits Erfahrungen in diesem Bereich sammeln können, oder welchen beruflichen Werdegang haben Sie bisher absolviert?

Herr Giebe: Ja, seit circa 11 Jahren sammle ich jetzt bereits Erfahrungen in der Gesundheitsbranche. Ich war bei der Kassenärztlichen Vereinigung Bayerns als Projektleiter für Versorgungs- und Abrechnungsprojekte tätig. Zuletzt war ich bei einem Abrechnungs- und Factoring-Unternehmen für Humanmediziner und Kliniken für das Business Development verantwortlich. Nach meinem BWL Studium dachte ich zunächst mein berufliches zu Hause ist der Konzern. Ich arbeitete drei Jahre als Produkt- und Vertriebscontroller in einem damals noch holländischen Unternehmen. Inzwischen gehört die Firma zu einem großen japanischen Technik-Konzern.

ABZ: Was interessiert Sie besonders in der Gesundheits-Branche und warum haben Sie sich bei der ABZ eG beworben?

Herr Giebe: Die Digitalisierung ist für mich eines der spannendsten Felder der Gesundheitsbranche. Mich fasziniert welchen unheimlichen Raum sie für Innovation und Effizienz schafft und wie die-

se Chancen in Praxen, Kliniken oder Unternehmen bereits genutzt werden. Gleichzeitig ist die Digitalisierung mit ihren Möglichkeiten - beispielsweise in Form von Big Data oder künstlicher Intelligenz - eine sehr polarisierende Entwicklung. Für mich ist es sehr interessant zu sehen wie die Marktteilnehmer der Gesundheitsbranche inzwischen ihren Umgang mit dem Thema finden. Damit meine ich insbesondere die vielen Projekte und Initiativen in der Gesetzgebung, bei Krankenkassen oder der ärztlichen Selbstverwaltung.

Ich bin durch berufliche Kontakte zur ABZ eG gekommen. Der Mix aus spannenden Aufgaben, familiärem Umfeld und starker strategischer Positionierung war für mich ausschlaggebend. Die ABZ eG meistert gerade große Herausforderungen in den Bereichen Regulatorik und IT Infrastruktur. Darüber hinaus ist sie ein etabliertes Unternehmen im Markt, mit klarem strategischen Plan und ambitionierten Zielen. Für mich persönlich ist es inzwischen besonders wichtig, für einen Arbeitgeber tätig zu sein, der weiß was er will und seine Ziele auch konsequent verfolgt. Die ABZ eG hat den Mut sich zu verändern und auf Trends im Markt zu reagieren. Das gefällt mir.

ABZ: Da Sie das Factoring hervorragend im Griff haben stellt sich uns die Frage, worin liegt Ihr Erfolgsrezept und was macht Ihnen in Ihrer Arbeit am meisten Spaß. Wo liegt im Moment der Fokus Ihrer Arbeit und was sind die größten Herausforderungen in Ihrer täglichen Arbeit?

Herr Giebe: Es freut mich, wenn Sie meine Arbeit so wahrnehmen. Aber das laufende Geschäft haben insbesondere die langjährigen Kolleginnen und Kollegen im Griff. Als erfahrener Projektleiter liegt mein Schwerpunkt aktuell auf der Umsetzung der neuen IT Infrastruktur und der damit einhergehenden Neuorganisation der Aufgaben und Prozesse.

Für mich ist es wichtig, dass Arbeit sinnvoll ist. Ist sie das, bin ich zufrieden. Wenn ich zufrieden bin, bin ich gelassener und damit häufig auch erfolgreicher.

Ich finde es toll, wenn sich kleine und große Ideen oder ganze Geschäftsmodelle in einer neuen Unternehmenssoftware wieder finden. Dann erinnere ich mich daran, als die Idee das erste Mal formuliert wurde und denke an die viele Arbeit, die bis zur Umsetzung notwendig war. Besonders herausfordernd sind die klare Analyse der notwendigen Prozesse und Anforderungen sowie die darauf folgende Abstimmung mit unserem IT-Entwicklungspartner.

ABZ: Worin unterstützt Sie die Factoring-Abteilung derzeit am meisten?

Herr Giebe: Das Team hilft mir immer noch täglich dabei die bisherigen Prozesse und den Geschäftsablauf bei der ABZ eG kennenzulernen und zu verstehen. Ich benötige deren Meinung und Einschätzungen, wenn es darum geht Produkte, Prozesse oder Systemfunktionalitäten neu zu entwickeln. Das Team kennt die Kundengewohnheiten und -wünsche sehr gut, die Geschäftsleitung kennt die übergeordneten Trends im Markt. Das gepaart mit meinen Erfahrungen und Ideen ist eine gute Symbiose für die aktuellen Herausforderungen der ABZ eG

ABZ: Teamarbeit ist besonders wichtig. Mit welchen Worten würden Sie das Team im Factoring beschreiben?

Herr Giebe: Im Kern ist unser Team eine sehr erfahrene Clique, die sich auch in freundschaftlichen Beziehungen innerhalb der Kollegen widerspiegelt. Genau das, ist im Tagesgeschäft wichtig und erleichterte mir den Einstieg bei der ABZ eG. Es handelt sich um starke Charaktere und unterschiedliche Persönlichkeiten. Und das ist auch gut so. Gerade während einer Quartalsabrechnung und in Zeiten von Veränderung ist Diversität und Kollegialität für ein Unternehmen besonders wichtig.



Maik Giebe
Projektleiter Factoring



ABZ: Wenn Sie eine Sache auf der Welt verändern dürfen: Was wäre das?

Herr Giebe: Schwierige Frage. Vielleicht würde ich Egozentrik und Hass abschaffen. Davon haben wir eindeutig zu viel. Ich bin sicher, dann wäre die Welt etwas gerechter und friedlicher.

ABZ: So wie Sie Ihr Arbeitsumfeld beschreiben, haben Spaß an Ihrer Arbeit und in Ihrem Team. Wenn Sie dennoch im Lotto gewinnen würden, was würden Sie mit Ihrem Gewinn tun?

Herr Giebe: Ich würde zunächst meine Familie und sehr enge Freunde finanziell absichern. Dann würde ich mir eine Selbstversorger-Hütte in den Bergen kaufen und ein Teil des Geldes spenden. Wahrscheinlich würde ich auch weniger arbeiten bzw. mehr Zeit dafür verwenden nochmal neue Sachen auszuprobieren. Beispielsweise war ich schon kurz davor eine Ausbildung zum Heilpraktiker zu beginnen, dann habe ich jedoch dem neuen Job den Vorrang gegeben. Ich fahre viel Mountainbike und frage mich öfters wie es wäre eine eigene Radl-Werkstatt mit Radl-Verleih zu betreiben.

ABZ: Wir bedanken uns herzlich für das Interview und die interessanten Informationen.

Und wünschen Ihnen weiterhin alles Gute!

APP ZU DEN STERNEN MIT M+W



Als interaktive Erlebniswelt präsentierte sich das M+W Produkt-Universum bei der diesjährigen IDS. Rund um die Space Bar gab es aktuelle Neuheiten zu entdecken wie die innovative Bestell-APP heja+, das Rundum-Sorglos-Paket für die professionelle Zahnaufhellung HealthySmile und vieles mehr.



Als interaktive Erlebniswelt präsentierte sich das M+W Produkt-Universum bei der diesjährigen IDS. Rund um die Space Bar gab es aktuelle Neuheiten zu entdecken wie die innovative Bestell-APP heja+, das Rundum-Sorglos-Paket für die professionelle Zahnaufhellung HealthySmile und vieles mehr.

Der neue Star der M+W Einwegprodukte ist der hochwertige M+W Select Nitril Handschuh. Der gehört ab sofort zu einer 9-teiligen Kollektion an Einmalartikeln, die dank kosmischer Farbpalette fröhlich-frische Highlights in den Praxisalltag bringen. Erhältlich ist der Handschuh in Größen von XS bis XL. Eine kostenlose Musterpackung können Interessierte über Ihren ABZ-Außendienstmitarbeiter bestellen.

HealthySmile heißt das Planetensystem, bei dem sich alles um die Zahnaufhellung zuhause dreht. Das Komplettkonzept für Zahnarztpraxen reicht von Print- und Online-Werbemitteln bis hin zum Bleaching-Kit mit patientenindividuell angepassten Schienen. Geliefert wird aus einer Hand und nur an Praxen, nicht Endverbraucher. Weitere Informationen unter www.healthysmile.de.

Der neue Raketenantrieb für den schwerelosen Bestellprozess heißt heja+. Einfach die Gratis-App aus dem Google Play Store oder dem App Store auf ein mobiles Endgerät wie Handy oder Tablet laden und dann in Lichtgeschwindigkeit scannen und nachbestellen. Die Zielkoordinaten von heja+ sind „mehr Überblick – weniger Papier“, spacige Rabatte inklusive. Für die Versandzeiten gilt wie gewohnt: bis 17 Uhr bestellt, morgen geliefert.

Karl Jonas Redin (Geschäftsführer): „Ein herzliches Dankeschön an die vielen Besucher, die uns auf der IDS-Reise begleitet haben! Nach Monaten der Vorbereitungszeit auf diese aufregende Expedition ist die Verknüpfung von Innovation und Interaktion erfolgreich geglückt. Das Feedback war überwältigend! Wir von M+W freuen uns schon darauf, mit den Messe-Teilnehmern in zwei Jahren wieder in Galaxien vorzudringen, die nie ein Mensch zuvor gesehen hat...“

DIE NEUE BESTELL-APP IST DA!
heja+

Google play
Download on the App Store

FAXANTWORTEN



FAXBESTELLUNG: 089/892633-33

Hiermit bestelle ich mein „EXKLUSIVES MUSTER“ der M+W Dental Handschuhe

Name: _____

Vorname: _____

Straße: _____

PLZ/Ort: _____

Praxisstempel

ICH ...

Name:

Adresse:

Empfehle die ABZ eG gerne weiter an ...

Name:

Adresse:

Sämtliche personenbezogenen Daten der empfohlenen Teilnehmer werden ohne Einverständnis weder an Dritte weitergegeben, noch diesen zur Nutzung überlassen.



**ANTWORT-FAX:
089/892633-33**



IHRE RECHTSPRECHUNGSTIPPS

MÄRZ 2019



Dr. Martin Greiff
Rechtsanwalt

Liebe LeserInnen, hier erfahren Sie die aktuellsten Abrechnungstipps. EXKLUSIV werden diese Tipps von „RATZEL Rechtsanwälte FACHANWÄLTE FÜR MEDIZINRECHT, München“ für die ABZ eG Mitglieder zur Verfügung gestellt. Auf Anfrage erhalten Sie bei uns den vollständigen Kommentar.

1. Schleswig-Holsteinisches Verwaltungsgericht, Urt. v. 1.11.2018, Az. 12 A 25/17

Orientierungssätze (nicht amtlich):

1. Beihilfefähig sind grundsätzlich nur notwendige und wirtschaftlich angemessene zahnärztliche Leistungen. Bei Überschreitung des Schwellenwerts von 2,3 kann sich die Angemessenheit aus einer hinreichend konkreten Einzelfallbegründung ergeben.

2. Die spätere Konkretisierung einer dem Grunde nach ausreichenden Begründung durch den Zahnarzt kann im gerichtlichen Verfahren berücksichtigt werden

Gegenstand dieses beihilferechtlichen Verfahrens war die zahnärztliche Versorgung einer Patientin mit Implantaten. Für diese Leistungen weist die Rechnung mehrfach die Gebührennummer 4050 mit einem Steigerungsfaktor von über 2,3 (2,9, 3,3 und 3,2) aus. Begründet wurden diese Überschreitung jeweils durch „erschwerende Umstände, aufgrund erhöhten Platzbedarfs bei pulpennaher Präparation für eine ästhetisch anspruchsvolle Keramikversorgung.“

Erst deutlich später konkretisierte der behandelnde Zahnarzt dies weiter wie folgt: „Überdurchschnittlicher Schwierigkeitsgrad und Zeitaufwand aufgrund der Schonung des Nachbarzahnes bei Freundsituation bei stark hyperämischem Operationsgebiet und schlechter Sicht. Überdurchschnittliche Umstände und Zeitaufwand bei Frau A. wegen Stützzonenverlust und ungünstiger Pfeilerzahnverteilung.“

Das Gericht erachtete diese nachträgliche Erweiterung – oder je nach Lesart auch Änderung – der Begründung unter Verweis auf die gleichlautende Rechtsprechung des Oberverwaltungsgerichts Lüneburg (Beschl. v. 12.08.2009, Az.5 LA 368/0) als zulässig.

Interessant ist nun die Frage, wie sich diese Entscheidung zu dem hier bereits im Dezember besprochenen Urteil des VG München (Urt. v. 01.08.2018, Az. M 17 K 17.5384) verhält, (...)

2. Kammergericht Berlin, Beschl. v. 4.10.2018, Az. 20 U 113/17

Leitsatz:

Es existiert kein Auskunftsanspruch eines Patienten gegenüber einem Arzt oder Zahnarzt, ob und bei wem dieser berufshaftpflichtversichert ist.

Gegenstand dieses Verfahrens war eine Streitigkeit über eine zahnärztliche Leistung, welche aus Sicht des Klägers völlig unbrauchbar sein sollte. In diesem Rahmen begehrte dieser zudem, zunächst außergerichtlich, später gerichtlich, Auskunft von dem beklagten Zahnarzt darüber, ob und bei welcher Versicherungsgesellschaft er eine Berufshaftpflichtversicherung unterhalte.

Das Gericht wies diesen Antrag auch in zweiter Instanz ab. Eine gesetzliche Regelung hierzu bestehe nicht. Ansprüche dieser Art existierten zwar im Verhältnis zu bestimmten Berufskammern, nicht aber gegenüber einzelner Berufsträger, was eine entsprechende Anwendbarkeit ausschließe. (...)

 FACHANWÄLTE · FÜR · MEDIZINRECHT
RATZEL RECHTSANWÄLTE

ANGEBOTE ANTWORT PER E-MAIL, FAX ODER POST

E-MAIL: INFO@ABZEG.DE
FAX: 0 89/89 26 33-33
POST: (Porto zahlt der Empfänger)

Postanschrift

ABZ Abrechnungs- und
Beratungsgesellschaft für Zahnärzte eG
Kaflerstraße 6
81241 München

BANKVERBINDUNG FÜR DIVIDENDENZAHLUNG

Titel, Vorname, Name _____

Geb.datum _____ Tel. Nr. _____
(für eventuellen Rückfragen)

IBAN _____

Steuer-Identifikationsnummer* _____

*Diese Angabe ist notwendig, um zu überprüfen, ob Kirchensteuer abgeführt werden muss.

ANMELDUNG E-MAIL-NEWSLETTER

Titel, Vorname, Name _____

Geb.datum* _____

E-Mail _____

Interessensgebiete*

- Zahnmedizin Kieferorthopädie
 Mund-, Kiefer-, Gesichtschirurgie; Oralchirurgie
 Praxisübernahme, -gründung, -beteiligung
 Praxisabgabe

*freiwillige Angaben

WEITERE ANGEBOTE

Bitte informieren Sie mich zu folgenden Themen:

- Bonitätsabfrage (INDICIUM ABZ eG) Validierung/Revalidierung (Hücker & Hücker)
 QM-Einführung und Umstellung auf DIN ISO 9001:2015 Arbeits- und Gesundheitsschutz (econMED®)
 Betriebswirtschaftliche Beratung (ABZ BestPraxis) Honorarmanagement
 Seminarangebote Reparatur und Wartung von Hand- und Winkelstücken KaVo andere Hersteller



JUBILÄUMS- AUSGABE

50



ABZ ABRECHNUNGS- UND BERATUNGSGESELLSCHAFT FÜR ZAHNÄRZTE eG

KAFLERSTR. 6 // 81241 MÜNCHEN // TEL. 089/89 26 33 - 0 // FAX 089/89 26 33 - 33 // E-MAIL: INFO@ABZEG.DE // WWW.ABZEG.DE

AUSGABE 50/2019