

Zur Sache Gemeinsam Stärke beweisen

In diesem Heft

7. Prothetik Symposium: „Ein neuer Biss ist wie ein neues Leben“	6
Laborsoftware Kollege PC ist unentbehrlich geworden	9
Mit Barcode und Touchscreen ist das Labor immer up to date	10
Neues BEL/Bema 2004 – Chancen und Verwaltungsaufwand	11
BEL-II-Abrechnung nach den neuen Regelungen	12
Das Programmpaket spiegelt den Laboralltag wider	13
Fasergestützte Langzeitprovisorien	15
Kooperation im Vollkeramik- segment	17
10. DeguDent Marketing Kongress: Erfolgsfaktor Kommunikation	35
Herstellernachweis	40
DZW Workshop Zukunft 2004	41
Impressum	41
50. Umweltsiegel der Innung Berlin-Brandenburg übergeben	42



Laborkooperationen – der Erfolg gibt ihnen Recht. Unser Update zum „Leistungsspiegel Laborgemeinschaften“ finden Sie auf den Seiten 26 bis 33 in diesem Heft.

Titelgestaltung: Oliver Brühl

Den Start ins Jahr 2004, ein Jahr wichtiger Entscheidungen für die Zukunft der Zahntechnik, denken wir nur daran, dass bis zum Sommer die befundbezogenen Festzuschüsse für die Kostenerstattungsregelung ab 1. Januar 2005 definiert sein müssen, nutzen wir, um aufzuzeigen, wie die Zahntechnik-Branche sich vorbereiten kann, um die kommenden Herausforderungen nicht nur zu bewältigen, nein, mehr zu erreichen, zu den Gewinnern zu gehören. Denn eines ist sicher: Wir bekommen mehr Markt, Patient und Zahnarzt gemeinsam können ab 2005 freier über bessere Leistungen entscheiden, die Mengenbegrenzungen aus Budgets werden fallen. Für viele Dentallabore, die sich bisher gut im System der Gesetzlichen Krankenversicherung (GKV) – trotz aller Klagen – eingerichtet haben, wird aber ein hohes Maß an Sicherheit verloren gehen. Viele Dentallabore fühlten sich, von den eigenen Zahntechniker-Innungen und Verbänden darin bestärkt, doch recht wohl im „Kassenbett“, wenn auch die Zudecke immer kürzer und der Lattenrost immer härter wurde, – einige sind auch schon hindurchgefallen.

Zahnersatz-Markt heißt Wettbewerb um Leistung, Service, Qualität und Preis, zuallererst beim Zahnarzt, dem Kunden des Dentallabors. Der Zahnarzt muss seinerseits die Zahnersatzversorgung dem Patienten als dem „Kunden der Praxis“ indikationsgerecht und medizinisch gesichert „verkaufen“. Sicher kann dabei das Labor dem Zahnarzt helfen, mit guten Argumenten für bessere Versorgungen, Materialien, Modellen, technischen Hilfestellungen bis hin zur Mitberatung des Patienten. Die Entscheidung aber trifft eigentlich der Zahnarzt, indem er sie dem Patienten – alternativ oder nicht – vorgibt. Er trägt auch die Verantwortung für die Versorgung. Das hat im Vordergrund jedes „Marketings“ des Labors zu stehen.

Wie kann der Zahnarzt seine Patienten für eine Versorgung gewinnen, die allen Beteiligten, Praxis, Labor und Patient, Nutzen sichert? Diese Frage gilt es vorrangig zu lösen. Ein zu Recht nach den letzten Erfahrungen mit den Festzuschüssen im Jahr 1998 und auch aus den vergangenen Jahren mit den Importskandalen zu befürchtender ruinöser Preiskampf ab 2005 kann nur mit einem von Zahnarzt und Dentallabor gemeinsam entwickelten Leistungspaket für den Patienten zur „besseren Versorgung“ gewonnen werden. Das ewige

Beschwören vom angeblichen „Wunsch nach schönen Zähnen“ reicht dabei überhaupt nicht, denn eine schöne Fassade macht nur durch innere Funktion und langwährende Gebäudetechnik Sinn. Sie erfordern den Aufwand, machen den Preis aus, mit „Schönheit“ als längst selbstverständlicher Zugabe. Das gilt alles in besonderem Maße für die Zahntechnik.

Sicher bietet die Dentalindustrie mit ihren Verfahren und Techniken wie Systemen und Materialien beste Voraussetzungen, in der Zahntechnik Höchstleistung zu erbringen. Sie versucht, auch beim Marketing zu helfen. Aber auch da geht es weniger um die richtige Körpersprache, mit der ein Laborinhaber seinem Zahnartzkunden ein Angebot zur Kooperation unterbreitet, wie vielfach vermittelt, sondern um die Qualität des Angebots, von der Dienstleistung, der Arbeit selbst, bis hin zum „gerechten“ Preis.

Auf diesem Weg, gemeinsam Stärke zu finden, sind auch – wir zeigen es in einer Übersicht in diesem Heft –, eine Reihe von Laborgemeinschaften, wobei die Konzepte der Kooperation entscheidender sind als die gewählten Organisationsformen der Verbände.

Was zu tun ist in diesem Jahr, das wollen wir auch im DZW-Forum „Workshop Zukunft Zahntechnik“ (siehe Seite 41) gemeinsam diskutieren und dazu Konzepte entwickeln. Aber dies zum guten Schluss: Die Verantwortung, die Laborzukunft im freieren Markt der Zahntechnik mit Festzuschüssen und Kostenerstattung ab 2005 zu gestalten, muss jeder Laborinhaber für sich übernehmen. Gewinnen kann man nur, wenn man sie als positive Herausforderung sieht, toi, toi, toi,

**Freieren Markt
als positive
Herausforderung
sehen**

Ihr

Jürgen Pischel

