



**CME: Kindliche  
Gebissentwicklung**

**Titelthema: Zahnarzt 2.0**

So bewegen Sie sich sicher  
in der digitalen Welt

**Endodontie: Sauber  
ran an die Wurzel**

Wie spült es sich am besten?

**Schritt für Schritt erklärt:**

Adhäsive Restaurationen  
bei dentalen Erosionen

# der junge Zahnarzt





## Zahnarzt 2.0

Irgendwann müssen Sie es Ihrem Chef sagen, auch wenn der vermutlich „not amused“ sein wird: Eine altbackene Homepage ist peinlicher als gar keine! Jede moderne Zahnarztpraxis braucht auch einen durchdachten Internetauftritt. Aber muss wirklich jeder Zahnarzt bloggen, twittern und eine Facebook-Fanpage besitzen?

**Ruth Auschra** // freie Journalistin, Berlin

**G**ibt es überhaupt noch Zahnärzte ganz ohne Homepage? Doch: Torsten Dietze zum Beispiel. Er hat zwar eine Zahnarztpraxis, aber bisher keinen Internetauftritt. Warum auch – er ist der einzige Zahnarzt auf der Nordseeinsel Juist! Und wo keine Konkurrenz besteht, da braucht man wohl auch keine Arbeit ins Marketing zu stecken, oder? „Naja“, antwortet Dietze nachdenklich, „für eine Homepage gibt es eigentlich auch hier ein paar Gründe“. Die zählt er dann auch gleich auf: Eine Website ist wie eine Art Visitenkarte mit Adresse und Sprechstun-

den. Das spart unnötige Telefonate mit Patienten, die sich nur mal nach den Öffnungszeiten erkundigen wollen. Und selbst auf Juist würde eine Online-Terminvergabe Sinn machen, weil sich die Nordsee-Urlauber schon von zu Hause aus einen Termin zur professionellen Zahnreinigung reservieren könnten. Gute Argumente – also wird wohl auch Dietze demnächst eine Homepage haben.

In der Großstadt stellen sich diese Fragen gar nicht. „Eine Website ist heute für einen Zahnarzt in der Stadt unumgänglich“, ▶

urteilt Dr. Matthias Beldoch. Der 29-jährige Zahnarzt aus Köln teilt sein Berufsleben zwischen Bildschirm und Behandlungsstuhl auf. Er interessierte sich schon als Kind für Computer und Programmierung. Der Vater war Arzt, sodass der heranwachsende Computer-Freak schon als Jugendlicher für das Netzwerk und die Probleme der väterlichen Praxis-Software zuständig war. Kein Wunder, dass er neben seinem Hauptberuf als angestellter Zahnarzt heute Kollegen berät, die in diesen Bereichen Schwierigkeiten haben. Ein Standbein ist das Angebot, Internetauftritte zu erstellen. Das macht Beldoch nicht allein, sondern in Kooperation mit einem Netzwerk aus Grafikern, Informatikern, Psychologen und Marketing-Experten.

Natürlich sind viele junge Zahnärzte fit, wenn es um Computer geht. „Aber nicht jeder will beim Praxisaufbau jede Entscheidung allein treffen“, weiß Beldoch. Er unterstützt beispielsweise auch Kollegen, die eine bisher unbekannte Praxis übernehmen und sich einen Überblick über die aktuelle und zukünftige IT-Situation verschaffen müssen. An Beratungsbedarf herrscht in dieser Situation wahrlich kein Mangel:

- Soll der EDV-Service des Praxisvorgängers übernommen werden?
- Wann sind wie viele und welche neuen Rechner fällig?
- Muss das Netzwerk neu aufgebaut werden?
- Stimmt die Sicherheitsarchitektur?
- Ist es nötig, Software-Lizenzen umzuschreiben?
- Kann und soll die alte Homepage übernommen werden?

„Nach durchschnittlich vier bis fünf Jahren muss die Hardware einer Praxis erneuert werden“, schätzt der junge Zahnarzt. Beim Kauf einer Praxis kann man also davon ausgehen, dass hier weitere Kosten fällig werden. Nicht jeder Neueinsteiger will auch mit der gleichen Software arbeiten wie sein Vorgänger. Einen Wechsel findet Beldoch allerdings nicht mehr so problematisch wie in früheren Jahren. Die Übernahme der Patientendaten ist seiner Erfahrung nach in vielen Fällen erfreulich unkompliziert.

---

## Mein Tipp

„Ich halte nicht viel von den früher oft üblichen Baukastenlösungen zum Erstellen einer Praxis-Homepage. Schließlich geht es ja darum, ein aktuelles und konkurrenzfähiges Design zu haben. Standardlösungen basieren leider meist auf veralteten Entwürfen. Eine echte Alternative können Programme wie Wordpress sein. Diese kostenlose Software ist zwar eigentlich für den Aufbau von Blogs gedacht, lässt sich aber auch für Homepages nutzen. Es erleichtert die Programmierung und bietet dem Endkunden die Möglichkeit, seine Inhalte sehr einfach selbst zu verwalten und zu aktualisieren.“

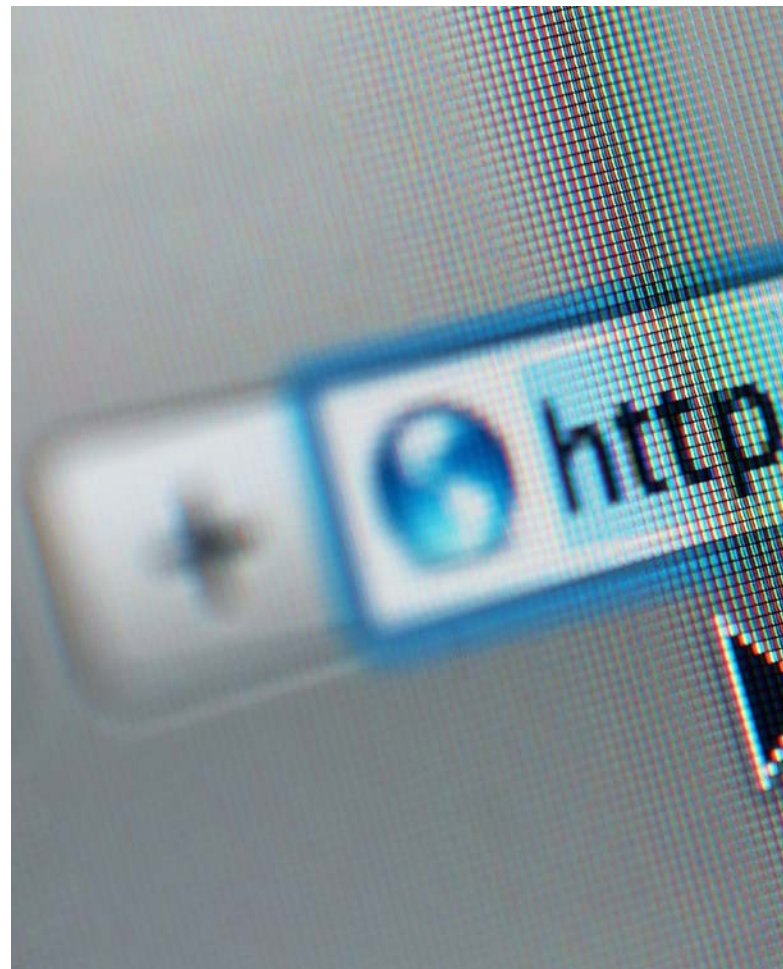


**Dr. Matthias Beldoch** //  
Angestellter Zahnarzt und IT-Berater

„Diagnosen und Leistungen werden meist mühelos übernommen; nur Notizen und freie Texte machen manchmal Ärger“, erzählt er und schlägt vor, in aller Ruhe zu überlegen, ob die Übernahme der alten Daten wirklich notwendig ist. Vielleicht ist es ja auch eine Alternative, eine Zeitlang die alte und die neue Praxis-Software parallel laufen zu lassen?

### Homepage selber machen?

Die eigene Website soll die virtuelle Visitenkarte der Zahnarztpraxis sein. Sie soll informieren, sympathisch rüberkommen und natürlich nicht nur die Kontaktdaten enthalten, sondern alle Informationen, die für diese Praxis wichtig sind. Für die Erstellung einer Homepage gibt es professionelle Anbieter. Ein auf Zahnärzte spezialisierter Webdesigner wird außerdem aus Marketing-Sicht zu den Inhalten beraten. Das Ergebnis kann richtig gut sein, es kann allerdings auch richtig Geld kosten. Ein Grund, den Internetauftritt mehr oder weniger selbst zu erstellen? Früher wurden dazu oft kostenlose Homepage-Baukästen mit unflexiblen Vorgaben genutzt. Sicher, auch mit solchen Angeboten konnte man seine Praxisinformationen kommunizieren. Die aktuellen Möglichkeiten sind nicht zuletzt durch Wordpress deutlich kreativer geworden. Diese Software, die ursprünglich als Weblog-Programm erstellt wurde, hat sich inzwischen zu einem kleinen „Content-management“-System weiterentwickelt. Es gibt natürlich noch viel mehr Programme zur Gestaltung von Blogs und Websites. Das „Open-office“-Programm Word-



press hat allerdings ein paar Vorteile. Es ist kostenlos, leicht zu bedienen und gleichzeitig sehr flexibel – vermutlich ist es deshalb auch so erfolgreich.

Die optischen Möglichkeiten einer selbst gebauten Homepage erkennt man am besten, indem man „wordpress“ und „blog“ googelt und sich dann die unterschiedlichsten Seiten anschaut. Die technischen Voraussetzungen sind auf <http://wpde.org> erklärt. Sind sie erfüllt, kann man Wordpress downloaden (<http://wpde.org/download/>), mit der berühmten Fünfminuteninstallation starten und sofort anfangen zu texten.

Als Selbstbastler spart man nicht nur das Geld für den Entwickler. Man muss seine Vorstellungen auch mit niemandem diskutieren, sondern kann sich in Wort und Bild ausleben. Ideen zur Gestaltung kann man selbst testen, umsetzen und weiterentwickeln. Die Ergebnisse hängen deshalb von der Vorerfahrung und dem „Händchen“ für Layout-Fragen ab. Die Technik ist einfach zu bedienen: Auch Anfänger lernen schnell, Seiten oder Beiträge zu erstellen und Plug-ins einzubinden, einfache SEO-Programme zum Beispiel. Die Abkürzung SEO bedeutet „search engine optimization“ oder Suchmaschinenoptimierung und meint die vielen Kleinigkeiten beim Aufbau einer Internetpräsenz, die dafür sorgen, dass man bei einer Google-Suche möglichst weit vorne liegt.

Anleitungen gibt es massenhaft bei *YouTube*, in Foren und Büchern. Wer ein paar Euro ausgibt, findet auch seinen persönlichen Wordpress-Lehrer. So eine professionelle Hilfe für



© iStock / thinkstockphotos.com

## ERFOLGREICH ZU IHRER EIGENEN PRAXIS!



[praxisstart@nwd.de](mailto:praxisstart@nwd.de)

dentale  
zukunft

NWD **NWD**  
Plandent GRUPPE

Weitere Unternehmen  
der NWD Gruppe:



Kontakt: Nadine Landes  
Tel.: +49 (0) 251 / 7607-370  
Mobil:+49 (0) 151 / 58438986

[www.nwd-praxisstart.de](http://www.nwd-praxisstart.de)

## Mein Tipp

„Wer sich als Zahnarzt selbstständig machen will, sollte im Business-Plan unbedingt eine ausreichende Summe für Marketing veranschlagen. Hier gilt: klotzen statt kleckern! Nicht nur, weil kluges Marketing bei den Patienten die Nachfrage steigert, die der eigenen Spezialisierung entspricht. Sondern auch, weil die Banken bei der Kreditvergabe erfahrungsgemäß oft ein schlechteres Rating vergeben, wenn an der Werbung gespart wird.“

**Dr. Ralf Peiler //**  
Inhaber der Werbeagentur „Praxisdesign“  
und selbst noch Teilzeit-Zahnarzt



die Erstellung der eigenen Wordpress-Homepage hat den Vorteil fachmännischer Unterstützung, ohne dass man gleich die gesamte Planung aus der Hand geben muss. Der Profis sollte gute Ideen schnell umsetzen können und erkennen, welche Vorstellungen unrealistisch sind.

### Oder doch lieber vom Profi?

Natürlich hat das Selberbasteln einer Website auch Nachteile. Es ist frustrierend, wenn man gute Ideen hat, die man allein doch nicht oder nur mithilfe von Nachtschichten umsetzen kann. Und manche der vermeintlich guten optischen Ideen sind für Experten vielleicht einfach nur gruselig.

Es ist aufwendig, sich nebenher zum SEO-Marketing-Experten auszubilden, und ganz sicher wird so nicht jeder die Fähigkeiten eines „layouter“ entwickeln. Aber für eine ordentliche Homepage sollten die SEO- und gestalterischen Möglichkeiten von Wordpress genügen.

Wer doch lieber einen Profi beauftragen möchte, sollte ein paar Dinge beachten.

- Am Anfang steht die Auswahl des passenden Fachmanns. Welche Ausbildung er hat, ist erfahrungsgemäß nicht so wichtig. Wichtiger sind seine Referenzen, gut gemachte Webseiten also und zufriedene Kunden mit medizinischem Hintergrund.
- Klare Absprachen sind ein echter Vorteil – und das bedeutet: schriftliche Absprachen! Welche Eckpunkte gibt es für die inhaltliche und optische Gestaltung der Homepage? Es ist leicht, einen Auftrag bei einer Tasse Kaffee zu vergeben. Schwierig wird es, wenn der Grafiker Entwürfe liefert, die nichts mit der eigenen Vorstellung zu tun haben. Dann sollte man belegen können, was man tatsächlich in Auftrag gegeben hat.
- Ein klares Zeitkonzept ist auch wichtig. Wann sollen die Entwürfe fertig sein? Wer erstellt bis wann die nötigen Texte? Wann kommen die Bilder, falls kein Fotograf in die Praxis geschickt wird?
- Gehört die regelmäßige Pflege der Homepage zum Auftrag? Oder soll der Zahnarzt diesen Job übernehmen können?
- Über die Kosten spricht man am besten, so lange noch keine entstanden sind. Rechnet der Grafiker nach Stunden oder Seiten ab? Wie werden Korrekturen berechnet?

Dr. Ralf Peiler hat sich gleich zwei Berufsträume seiner Kindheit erfüllt: Er ist nicht nur Zahnarzt, sondern auch Marketing-Fachmann. Pro Woche arbeitet er 15 Stunden in seiner Praxis und inzwischen hauptberuflich gut 30 Stunden in seiner Werbeagentur. Dort beschäftigt er mittlerweile sechs Mitarbeiter und hat sich – keine Überraschung! – auf Marketing für Zahnärzte spezialisiert.

Eine Website ist für ihn dann gut, wenn sie eine sympathische Ausstrahlung rüberbringt und es dem Besucher ermöglicht, sie schnell zu laden und zu erfassen. So viel zur Anwenderseite. Hinzu kommt für ihn zwingend die Optimierung nach SEO-Kriterien. „Sonst kann man sich die Investition in eine Website eigentlich auch gleich sparen“, meint Peiler.

Der Marketing-Profi weist außerdem darauf hin, dass man mit einem Werbeauftritt auf der Homepage gezielt Patienten gewinnen kann. Die Behauptung kann er auch belegen: Seine Website enthält den Hinweis, dass er sich auf Patienten mit Kiefergelenkproblemen spezialisiert hat. Und der Anamnesebogen in seiner



# Praxis-Schilder

Jetzt informieren:  
Telefon: 02744 / 920855

[www.schilder.beycodent.de](http://www.schilder.beycodent.de)

BEYCODENT





Landpraxis enthält unter anderem die Frage, wie neue Patienten auf ihn aufmerksam geworden sind. Aus den Antworten kann er ablesen, wie wirksam seine Homepage ist. Während rund 80 Prozent der „Knirsch“-Patienten über das Internet kommen, sind es bei den allgemeinärztlichen Patienten nur etwa 25 Prozent. Wer nach einer Spezialisierung sucht, setzt sich offenbar gezielt an den Rechner.

„Man kann mit einer schlechten Homepage aber auch Patienten verlieren“, warnt er, erzählt von altbackenen Internetauftritten und rät dazu, unbedingt professionelle Fotos zu nutzen. Sein Anspruch ist hoch: Jeder Zahnarzt kennt erfahrungsgemäß irgendeinen Hobbyfotografen mit Spiegelreflexkamera – Peiler bevorzugt Profis, die ein mobiles Fotostudio zum „Foto-Shooting“ mitbringen.

### Bewertungsportale

An Arztbewertungsportalen wie *Jameda* scheiden sich die Geister. Eigentlich ist es ganz einfach: Die einen hassen es, wenn sie ungerechterweise schlechte Noten bekommen, die anderen lieben ihre Eins-Komma-Null-Bewertung. Peiler ist da erfreulich emotionslos. Er rechnet damit, dass unter seinen Patienten auch mal einer unzufrieden sein könnte. „Querulanten gibt es nun mal“, sagt er „und man kann niemanden zu 100 Prozent glücklich machen“. Also fordert er zufriedene Patienten dazu auf, ihre Zufriedenheit auch im Internet zu dokumentieren. Das Resultat sind 20 Bewertungen, die ihm eine glatte Eins besche-

ren. Auch wenn es für Mediziner vielleicht noch ungewohnt ist, von Laien benotet zu werden: Diese Portale werden vermutlich in Zukunft eine immer wichtigere Rolle spielen. Schon aktuell

## Mein Tipp

„Es ist sinnvoll, gelegentlich den eigenen Namen zu googeln. Was Sie finden, finden auch Ihre Chefs, Kollegen und Patienten. *Facebook* und ähnliche Portale verfügen über sehr viele Einstellungsmöglichkeiten, mit denen man für mehr oder weniger Privatsphäre sorgen kann. Auch die Einträge auf Bewertungsportalen sollte man kennen, um im Bedarfsfall reagieren zu können.“



**Jan Willkomm //**

Fachanwalt für Medizinrecht  
Inhaber der Kanzlei LEX MEDICORUM, Leipzig

## Online-Risiken

### Vorsicht „shitstorm“!

Wer sich im Web darstellt, muss mit Kritik rechnen, im schlimmsten Fall auch mit einem Shitstorm. Verhindern lässt sich das nicht. Aber man kann sich und das gesamte Team darauf vorbereiten, was in so einem Fall zu tun ist.

### Impressumpflicht nicht vergessen!

Die juristischen Anforderungen an ein vollständiges Impressum sind hoch. Oder jedenfalls klar definiert. Was manche nicht wissen: Auch auf der *Facebook*-Fanpage ist ein korrektes Impressum Pflicht, ansonsten drohen Abmahnungen!

### Quellenangabe nicht vergessen!

Fotos vom Smartphone auf die Homepage – das funktioniert mit wenigen Klicks. Quellenangaben sind für Bilder fremder Fotografen allerdings vorgeschrieben. Fehlen sie, drohen Abmahnungen!

### Online-Beratung?

Eine Online-Arztpraxis à la DrEd.com darf man in Deutschland nicht betreiben; Fernbehandlungen sind bei uns nach wie vor verboten. Deshalb arbeitet DrEd auch von Großbritannien aus.

### Gruppenfotos?

Auf vielen Praxis-Webseiten sieht man Gruppenfotos des gesamten Teams. Klar, das sieht erst mal gut aus. Nur wenn das Personal wechselt, muss plötzlich das ganze Bild oder im schlimmsten Fall das gesamte Konzept der Homepage ausgetauscht werden ...

### Gute oder schlechte Homepage?

Ob die Website hübsch ist, sieht jeder auf einen Blick. Hier kann man online testen, ob auch die Suchmaschinen-Richtlinien berücksichtigt sind: <http://www.seobility.net/de/>

### Alles sicher?

Als Einsteigerlektüre empfehlenswert ist der *Datenschutz- und Datensicherheits – Leitfaden für die Zahnarztpraxis-EDV*, die von der Bundeszahnärztekammer und Kassenzahnärztlichen Bundesvereinigung (KZBV) als pdf herausgegeben wird.

### Datenschutz berücksichtigt?

Die Kollegen von der Kassenzahnärztlichen Bundesvereinigung (KBV) haben einen interaktiven Test erstellt: <http://www.kbv.de/service/praxischeck-tool.html>  
Er soll dabei helfen herauszufinden, ob eine Praxis in Sachen Datenschutz gut aufgestellt ist.

fließt bei *Google* in die Suchergebnisse auch die Anzahl positiver Bewertungen bei *Jameda* oder *Google Plus* ein.

Fast kein Arzt auf *Jameda* hat sich übrigens selbst eingetragen, „die meisten werden über einen Dienstleister automatisch eingespielt“, berichtet Elke Ruppert, die Leiterin der *Jameda*-Unternehmenskommunikation. Diesen automatischen Eintrag gibt es für Assistenz Zahnärzte nicht. Wenn eine Praxis es aber sinnvoll findet, kann auch ein Eintrag für den Assistenz Zahnarzt angelegt werden. „Das liegt dann im Ermessen des Zahnarztes“, erklärt sie. Es gibt also auch Assistenz Zahnärzte auf Bewertungsportalen, sie sind aber die Ausnahme.

### Was tun bei schlechter Bewertung?

Eine schlechte Bewertung muss man übrigens nicht klaglos hinnehmen. Am besten versucht man zuallererst, sich zu entspan-

nen und den Kommentar im Netz distanziert zu begutachten. Handelt es sich dabei um eine Meinungsäußerung, eine Tatsachenbehauptung oder eine Beleidigung?

→ „Unfreundliches Team“ oder „Gesamtnote sechs“ – das sind Meinungsäußerungen. Im so genannten Spickmich-Urteil (Az. VI ZR 196/08, BGH) wurde zum Beispiel der Grundsatz bekräftigt, dass auch anonym verfasste Lehrerbewertungen im Internet mit Namensnennung grundsätzlich zulässig sind, wenn keine schutzwürdigen Interessen der Betroffenen entgegenstehen. Ein ähnliches Urteil gibt es für Ärztebewertungsportale (Az. 16 U 125/11, OLG Frankfurt). Ein Urteil des Landgerichts Kiel hat kürzlich bestätigt, dass eine Notenbewertung als freie Meinungsäußerung gilt (Az. 5 O 372/13, LG Kiel). Das Grundgesetz schützt das Recht auf freie Meinungsäußerung; weitere



- Gerichtsurteile stärken die Position der Meinungsäußerer. Rechtliche Schritte wird man deshalb normalerweise gegen solche Meinungsäußerungen nicht unternehmen können.
- „Ich habe meinen Zahn wegen Dr. XY verloren“ oder „Dr. XY behandelte mich nicht, obwohl ich starke Schmerzen hatte“ – das sind Tatsachenbehauptungen. Falls sie nicht der Wirklichkeit entsprechen, sollte man das Portal unter Darstellung des tatsächlichen Sachverhalts auffordern, den Satz mit der falschen Tatsachenbehauptung oder den gesamten Beurteilungstext zu streichen. Auch juristische Schritte sind vorstellbar. Ob sie sich lohnen, ist allerdings eine andere Frage.
  - „Halsabschneider“ oder andere Beschimpfungen gelten als Schmähkritik oder Beleidigung. Diese Art von Kritik findet man auf Arztbewertungsportalen normalerweise nicht. Die Betreiber selbst haben ein Interesse daran, solche Kommentare redaktionell zu entfernen, da die Haftung bei Beleidigung auch auf den Betreiber übergeht. Falls man doch solche beleidigenden Äußerungen findet, sollte man Kontakt zum Portal aufnehmen.

Aus Marketing-Sicht betrachtet ist sinnvoll, die Bewertungsportale regelmäßig zu beobachten und auf neue Bewertungen zu reagieren. Auf vielen Bewertungsportalen ist es möglich, Patientenbewertungen zu kommentieren. Es kommt gut an, wenn man sich für ein Lob freundlich im Namen des Teams bedankt. Und auch auf kritische Kommentare kann und darf man reagieren. Wichtig ist es, dabei den passenden Ton zu treffen. Eine ernsthafte Kritik kann man als Verbesserungsvorschlag betrachten und eventuell sogar Konsequenzen ankündigen, beispielsweise organisatorische Änderungen wie eine neue Sondersprechstunde. Bei unfairen Meinungsäußerungen sind charmante oder augenzwinkernde Antworten eine gute Lösung.

Rechtsanwalt Jan Willkomm aus Leipzig rät grundsätzlich zu einem konstruktiven Umgang mit Internetkritik. „Man sollte auf jeden Fall sachlich bleiben und die Schweigepflicht berücksichtigen“, erinnert er. Wichtig ist es ihm außerdem, die jungen Zahnärzte daran zu erinnern, dass jede Online-Äußerung auch von zukünftigen Chefs oder Patienten gefunden werden kann.

### Facebook, Twitter, Blog?

Die sozialen Medien bieten sicherlich Chancen, es gibt aber auch Fallen. Wie ist es zum Beispiel mit dem Akzeptieren von Freundschaftsanfragen? Professionelle Zuwendung, Freundlichkeit und Nähe werden von Patienten bekanntlich manchmal fehlgedeutet. Ein akzeptiertes Freundschaftsangebot könnte weiteren Raum für Missverständnisse bieten ...

Für manche Zahnmedizinstudenten ist der Schritt in den Beruf nicht bloß wegen der Arbeitszeiten eine echte Umstellung. Wer seine Facebook-Seite bisher genutzt hat, um der Welt auch freizügige Urlaubs- oder Partybilder zu präsentieren, sollte jetzt umdenken. Patienten finden es vielleicht nicht vertrauenerweckend, „ihren“ neuen Zahnarzt in Feierlaune zu sehen. Und es macht den Praxisalltag nicht leichter, wenn man von Patienten süffisant auf sein Privatleben angesprochen wird. Vielleicht lohnt es sich, bei Xing eine berufliche Visitenkarte einzurichten und den Facebook-Account für private Zwecke zu nutzen und entsprechend abzuschotten?

Man sollte auch nicht vergessen, dass Facebook richtig Arbeit macht. Eine professionelle Fanpage für die Praxis kann für man- ▶



„Einkaufen wann ich will“  
[www.busch-dentalshop.de](http://www.busch-dentalshop.de)  
 24 Stunden täglich



**Nutzen sie unsere  
 wechselnden Monatsspecials**



**BUSCH & CO.** GmbH  
 & Co. KG  
 D-51766 Engelskirchen

[www.busch-dentalshop.de](http://www.busch-dentalshop.de)

chen Zahnarzt die Alternative zur eigenen Homepage sein: eine Kontaktform, um mit Patienten zu kommunizieren, ohne ihnen Zugriff auf die privaten Informationen zu gewähren. Im Gegensatz zu einer normalen Homepage werden mit der Fanpage nicht nur allgemeine Praxisinfos veröffentlicht. Der Witz besteht ja gerade darin, Nachrichten an seine Fangemeinde zu verschicken. Wer das als passendes Marketing empfindet und nicht als lästige Zusatzarbeit, der ist hier richtig.

Wer als Zahnarzt twittern oder bloggen will, sollte sich die Berufsordnung vergegenwärtigen. Rechtsanwalt Willkomm weist sicherheitshalber noch einmal darauf hin, dass es zwar kein Werbeverbot mehr gibt. Aber es ist, berufsrechtlich gesehen, nach wie vor unzulässig, irreführende, anpreisende, herabsetzende oder vergleichende Werbung zu betreiben. Zulässig ist dagegen eine sachliche Information. Wer also fröhlich Grüße vom besten Zahnarzt der Stadt twittert oder Rabatte auf alle Leistungen anbietet, der könnte Probleme bekommen. Ganz abgesehen davon, dass der positive Effekt solcher Marketing-Aktionen zu diskutieren wäre. Sicher ist es auch kein Fehler, sich außerdem mit dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) und dem Heilmittelwerbegesetz (HWG) zu beschäftigen.

Beim Mitreden im weltweiten Netz geht es sicher in erster Linie um Marketing-Überlegungen. Bei Twitter bedeutet das: Mitreden in Form von Minitexten, die man an seine „follower“ schickt.

Manche Zahnarztpraxen zwitschern und bloggen in erster Linie Neuigkeiten aus ihrer Praxis in die Welt hinaus. Sie berichten beispielsweise über Schließungszeiten wegen Urlaub, über die Einstellung neuer Mitarbeiter, oder sie erinnern zum Jahresende an den Eintrag im Bonusheft. Andere zeigen Marketing-orientiert Kompetenz, indem sie auf aktuelle wissenschaftliche Neuigkeiten aus ihrem Fachgebiet hinweisen. Die Inhalte sind frei; man

findet auf *Twitter* ebenso wie in Blogs eine wüste Mischung aus Pressemitteilungen, mehr oder weniger liebenswertem Unsinn und wirklich interessanten Neuigkeiten, die es wohl trotzdem nie in die *Tagesschau* schaffen würden. Wichtig ist es, sich die richtigen „Vögel“ zum Folgen auszusuchen und sich von den falschen wieder zu trennen („entfolgen“).

Ein Tweet darf genau 140 Zeichen umfassen, mehr nicht. Das reicht natürlich nicht aus, um irgendetwas zu erklären oder zu beschreiben. Aber geht es darum überhaupt? Für einen Aufhänger plus Link zur eigenen Homepage (oder *Facebook*-Seite oder Blog) reicht dieser Umfang – und auf diese Funktion kommt es beim virtuellen Schaulaufen an.

Diese Zeichenbegrenzung gilt für den eigenen Blog nicht. Hier darf man sich umfangsmäßig austoben. Erfahrungsgemäß fällt es allerdings vielen Zahnarztpraxen schwer, regelmäßig interessante Praxisneuigkeiten zu veröffentlichen. Ein Neujahrsgruß an die Patienten, Wochen später gefolgt von dem Hinweis auf die Praxisferien zu Ostern – damit gewinnt man sicher keinen Blumentopf. Und so zeigt sich beim Googeln, dass viele Zahnärzten nach ein paar Texten aufgeben. Peinlich, wenn der letzte Beitrag vom August 2011 stammt – so sieht jeder potenzielle Patient, dass hier die Luft raus ist!

Aber wenn man tatsächlich mehr zu sagen hat, dann lohnt sich die Kombination einer *Facebook*-Fanpage plus *Twitter* und eventuell Blog.

Im Einzelfall zahlt es sich vermutlich aus, mit einem auf *Arztrecht* und Marketing spezialisierten Juristen durchzusprechen, welche Pläne umsetzbar sind und wo rechtliche Fallstricke lauern. Oder sich bei einem Marketing- und SEO-Experten über die vernünftigsten Kombinationen von Homepage und Social Media zu unterhalten. Wenn es nämlich auf ein gutes Ranking ankommt, müssen „backlinks“ her: Links von fremden Webseiten auf die eigene Homepage. Die Zahl der Backlinks ist eins der Schräubchen, an denen SEO-Fachleute zu drehen versuchen.

Dr. Christian Hojczyk, Zahnarzt aus Köln, ist der Auffassung, dass man als Zahnarzt nicht jede Online-Innovation mitmachen muss. Er hat sich selbstverständlich eine Homepage erstellen lassen, aber er twittert und bloggt nicht, hat weder eine *Facebook*-Seite noch eine Online-Terminvergabe. Seine Gegenargumente sind gut durchdacht: „Einerseits bin ich skeptisch, wie weit man sich, juristisch gesehen, als Zahnarzt Marketing-mäßig aus dem Fenster lehnen darf“, erklärt er und weist auf die Risiken der aktuellen Rechtsprechung hin. Andererseits weiß er, wie viel Zeit es kostet, zu bloggen oder eine *Facebook*-Seite zu pflegen. Sinnvoll findet er dagegen die Verbindung zum Bewertungs-

## Apps für Zahnis

**AcciDent:** Die Deutsche Gesellschaft für Endodontologie und zahnärztliche Traumatologie (DGET) hat diese App zum dentalen Trauma in Zusammenarbeit mit dem Zahnunfallzentrum der Universität Basel entwickelt.

Sie soll dabei helfen, im Notfall schnell alle nötigen Informationen für eine adäquate Diagnostik und Therapie zu finden.

**Bruxismus-Selbstbehandlung:** Sie wollen Ihren Patienten zeigen, mit welchen Übungen sie die Spannung der Kaumuskulatur mindern können? Mithilfe dieser App von Jaysquared Hillebrand können Sie es vorführen und kommentieren.

**DentalNavigator:** Eine App von Dr. Jean Bausch, mit deren Hilfe Sie Patienten über verschiedene Behandlungsmethoden informieren können. Aktuell sind Themen wie Okklusionsprüfung, Implantologie und interaktiv steuerbare Kieferbewegungen implementiert.

**Fortbildungsguide Zahnmedizin:** Angeblich findet man hier die ganze Welt der zahnmedizinischen Fortbildung in einer App. Von lokalen Kongressen über Veranstaltungen bis hin zu überregionalen Terminen – kostenlos!

### Checkliste Online-Terminvergabe

- Wie kompliziert ist die Installation?
- Kann man selbst installieren oder wird ein Techniker benötigt?
- Wie funktioniert die Synchronisation mit der üblichen Terminvergabe?
- Ist der Zugang oder die Installation kostenpflichtig?
- Welche Termin-Optionen können gebucht und eingestellt werden?
- Funktioniert die Terminvergabe auch auf Smartphone oder Tablet?

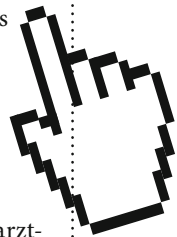
portal *Jameda*. Dort können Patienten nicht nur ihre Kommentare veröffentlichen, sondern andere Kommentatoren auch anonym befragen. Hojczyks Erfahrung nach ist diese Funktion für viele Menschen – speziell für Angstpatienten – eine hoch interessante Sache. „Eine Homepage ist kein Ersatz für eine persönliche Empfehlung“, meint er. Auf seiner Homepage ist deshalb ein gut sichtbarer *Jameda*-Button eingefügt, der gleich auf seine guten Bewertungen hinweist: Er gehörte 2012 zu den Kölner Top-Zehn-Zahnärzten.

### Online Terminvergabe

Hojczyk hat sich vorerst gegen die Online-Terminvergabe entschieden, obwohl es mittlerweile mehrere funktionierende Systeme gibt. Für ihn mit seiner Einzelbehandlerpraxis ist die Vorstellung ungut, Terminkontingente für Online-Patienten freihalten zu müssen. Bei einer telefonischen Terminanfrage wird eine gut ausgebildete Assistentin sehr genau wissen, was für einen Termin sie bei den geschilderten Beschwerden blocken muss. Auch die Dringlichkeit der Terminvergabe kann ein erfahrener Mitarbeiter gut einschätzen. „Der Patient weiß oft eigentlich nur, dass er Schmerzen hat oder ein Stück Zahn abgebrochen ist“, meint der Kölner Zahnarzt, „er kann nicht wissen, wie viel Zeit seine Behandlung benötigt und welche räumlichen Anforderungen eventuell zusätzlich berücksichtigt werden müssen“. Er befürchtet, dass die Online-Terminvergabe ohne anschließende Absicherung durch einen kompetenten Praxismitarbeiter die Zuverlässigkeit seines Termin-Managements negativ beeinflussen könnte – mit Folgen für Praxis und Patienten. Um Fehlbuchungen zu vermeiden, sind also Telefonate oder E-Mail-Anfragen bei den Patienten nötig, die sich online einen Termin besorgt haben. Kein

### Webtipps und Beispielseiten:

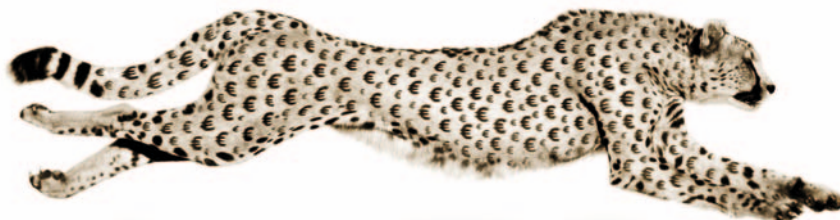
- Dr. Matthias Beldoch: BITS – Beldoch IT Solutions <http://beldoch.eu>
- Dr. Ralf Peiler: [www.praxisdesign.de](http://www.praxisdesign.de)
- Rechtsanwalt Jan Willkomm aus Leipzig: [www.lex-medicorum.de](http://www.lex-medicorum.de)
- sehr informative Seiten über Kinderzähne: <http://kinderzahnarzt-bochum.blogspot.de>
- Jede Menge Fallvorstellungen aus mehreren Zahnarztpraxen, Schwerpunkt Endodontie: <http://wurzelspitze.wordpress.com>
- Marketing-Profis aus Ungarn: <http://www.topzahnarzt-ungarn.de>
- Den Überblick eines bloggenden Arztes zu Stärken, Schwächen und Kosten der vorhandenen Angebote zur Onlineterminvergabe findet sich hier: [www.update-arztpraxis.de/online-termin-arzt-buchen-2013](http://www.update-arztpraxis.de/online-termin-arzt-buchen-2013) (<http://bit.ly/1as9vyf>)
- Vergleich der verschiedenen Homepage-Software: [www.websitetooltester.com/testberichte/](http://www.websitetooltester.com/testberichte/)



geringer Aufwand! Vom Ärger nichtabgesagter versäumter Termine mal ganz abgesehen.

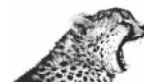
Andere Zahnärzte haben eine Online-Terminvergabe dagegen längst in ihre Homepage integriert. Offenbar ist es hier wie bei so vielen Einzelheiten des Online-Lebens: Man nutzt, was gefällt und was zum Marketing-Auftritt der eigenen Praxis passt. ■

## LUST AUF EINEN STARKEN UMSATZTREIBER MIT JAGDINSTINKT?



PRAXIS-GRÜNDER-  
AKTION

verlängert bis 31.12.2014



**CHARLY**  
Das Prinzip Vorsprung

Praxisgründungen kosten Geld. Umso wichtiger ist eine Praxismanagement-Software wie CHARLY – sie treibt Ihren Umsatz tierisch gut voran. Lassen Sie es sich vorrechnen! Mehr Informationen unter Telefon 07031 4618-600.

WIE DIE PRAXISMANAGEMENT-SOFTWARE CHARLY  
IHREN UMSATZ TREIBT: [WWW.SOLUTIONIO.DE](http://WWW.SOLUTIONIO.DE)



CHARLY goes Facebook!  
Jetzt Fan werden!