



Harald Schlepper

Ein Tipp für Ihr Praxismarketing

In der Zahnarztwoche habe ich kürzlich einen interessanten Artikel gelesen. Ein niedergelassener Vertragszahnarzt überweist schwierige Endofälle lieber an Spezialisten – und profitiert davon. Obwohl er mit rotierendem NiTi-System, einem neuen Endomotor und Apexlocator ausgestattet ist, traut er sich nicht zu, absolut jeden endodontischen Fall lege artis zu behandeln. Denn Fähigkeiten und Ressourcen (z.B. OP-Mikroskop) stoßen in der Allgemeinpraxis eben an ihre Grenzen.

Die unter seinen Kollegen verbreitete Sorge, Patienten auf diese Weise zu verlieren, teilt er nicht. Ganz im Gegenteil versteht er die Behandlung durch den Spezialisten als vertrauensbildende Maßnahme und Chance zur Patientenbindung. Und diese Rechnung geht auf, denn der Spezialist überweist den Patienten wieder zurück an den Vertragszahnarzt zur regelmäßigen Kontrolle.

Das Schöne daran ist: Es gibt dabei nur Gewinner. Der Endodontist, der Hauszahnarzt und der Patient sowieso. Diese Einstellung kann man nur unterstützen und fördern. Das möchte ich Ihnen als Anregung für Ihr Praxismarketing mit auf den Weg geben.

Die „Wurzelfüllung“ ist der Themenschwerpunkt der zweiten Ausgabe und beschäftigt sich nicht nur mit aktuellen Wurzelkanalfülltechniken, sondern auch mit der Behandlung von Schmerzen nach Wurzelkanalbehandlungen und die Herangehensweise, unnötige oder gar falsche Heilversuche zu vermeiden. Des Weiteren wird der Einsatz der Ultraschalltechnik in der modernen Endodontie sowie die Mikrochirurgie in der aktuellen Ausgabe näher beleuchtet. Auch die Fortbildung kommt nicht zu kurz – zahlreiche Beiträge und Fortbildungsberichte sowie Neuigkeiten aus der Zahnmedizin finden Sie im hinteren Teil des Heftes.

Viel Spaß und interessante Einsichten beim Lesen dieser Ausgabe wünscht Ihnen

Harald Schlepper