

Die Zeitschrift der SSO für junge Zahnärztinnen und Zahnärzte

## EDITORIAL

### Qualitative Aspekte in der Zahnarztpraxis

Im Jahr 2005 publizierte die SSO die «Qualitätsleitlinien in der Zahnmedizin», erarbeitet und definiert von Universitäten und Privatpraktikern. Darin ist beschrieben, welches Qualitätsniveau von zahnärztlichen Therapien erwartet wird, z. B. welche Kriterien bei einer Krone erfüllt sein müssen, damit sie mit «A+» bewertet werden kann. Die Definition der Qualität zahnärztlicher Therapien soll als Orientierung für die Zahnärzte in der Schweiz dienen. Die SSO will damit zu einer Qualitätssteigerung beitragen.



Aber wie definieren unsere Patienten «Qualitative Aspekte in der Zahnarztpraxis», wenn sie unsere Praxis aufsuchen? Natürlich erwarten sie, dass der Zahnarzt eine gute Füllung legt oder die Wurzelbehandlung gewissenhaft durchführt. Aber die Patienten stellen an ihren Zahnarzt, an ihre Zahnarztpraxis ganz andere Anforderungen. Dies beginnt mit dem Betreten der Praxis – der Patient fragt sich instinktiv: fühle ich mich in den Räumen der Praxis wohl? Ist die Empfangssekretärin nett und hilfsbereit? Treten Zahnarzt und Dentalassistentin als Team auf, führen sie die Behandlung möglichst schmerzfrei und schnell durch? Geht der Zahnarzt auf mich ein, ist er sozial kompetent?

Qualität in der Zahnarztpraxis bedeutet für mich, beide oben beschriebenen Aspekte zu berücksichtigen und umzusetzen. Ein Patient kommt mit einer Lückensituation in meine Praxis. Zuerst muss ich als Zahnarzt versuchen, Vertrauen zu ihm aufzubauen. Ich muss ihn so beraten, dass er mich versteht. Dann möchte ich ihm eine patientenorientierte Planung mit einer transparenten Kostenschätzung vorlegen. Es reicht also nicht, eine Implantatversorgung von hoher Qualität durchzuführen: Ich muss auf meinen Patienten, auf seine Erwartungen und Ängste eingehen. Erst dann ist meine Behandlung qualitativ perfekt.

Andreas Bintl  
PD Dr. med. dent.

## Themen

### AUS DEN FAKULTÄTEN

#### Qualität zahnärztlicher Behandlungen 2

In Fortsetzung des Beitrags aus Dentarena Nr. 4/2008 werden die ergänzenden Aspekte der klassischen Qualitätsstandards behandelt, die zu einer nachhaltigen partnerschaftlichen Kundenbindung führen.

### INTERNATIONAL

#### Hilfsprojekt Ecuador 6

Redaktionsmitglied Frauke Berres berichtet von ihren Erfahrungen in der Clinica Santa Maria in Guadalupe, medizinische Versorgungsstation von Padre Georg Nigsch für die Ärmsten der Armen.

#### Impressum 6

# Qualität zahnärztlicher Behandlungen: Die Patientensicht (Teil 2)

In der letzten Dentarena-Ausgabe (Nr. 4/2008) haben wir Kernaspekte eines Qualitätsverständnisses aus Patientensicht beleuchtet. Berücksichtigt ein Unternehmer in einer Zahnarztpraxis diese Aspekte zusätzlich zu den klassischen Qualitätsstandards des Fachgebietes (hohes praktisches Können und Erfahrung), kann eine langfristige partnerschaftliche Kundenbindung (Patientenbindung) entstehen, von welcher beide Partner ihren Nutzen ziehen. Der Begriff sollte, wie in der letzten Dentarena-Ausgabe genauer erläutert, im Sinne einer Kundenverbundenheit verstanden werden.

Philipp Häring

Für dieses Qualitätsverständnis helfen marktwirtschaftliche Überlegungen, vor denen ein Zahnarzt nicht die Augen verschliessen sollte; selbst wenn mancher geneigt sein könnte anzunehmen, dass das Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten und die Berufung (Zahn-)Arzt zu sein, ausreichen: Für eine langfristige Kundenbindung im Praxisalltag reicht ein Qualitätsverständnis, das ausschliesslich auf moralischen und ethischen Werten aufgebaut ist, nicht aus.

Die Qualität zahnärztlicher Behandlungen wird vom Patienten ständig, oft auch unterbewusst, bewertet. Der mündige Patient hat klare, persönliche, im Voraus gestellte Erwartungshaltungen an die Behandlung; auch wenn diese nur im Unterbewussten

des Patienten ruhen und nicht zwangsläufig dem Behandler gegenüber kommuniziert werden.

Diese Erwartungshaltungen werden laufend in so genannten «moments of truth» (marktwirtschaftliche Definition) mit dem tatsächlichen Ist-Zustand verglichen, und daraus wird die Qualität abgeleitet (Homburg, Christian: Kundenzufriedenheit, Konzepte – Methoden – Erfahrungen; Wiesbaden: Gabler Verlag, 2003). Im zahnärztlichen Sektor kommen diese «moments of truth» sehr häufig vor; Herr und Frau Schweizer sind im Allgemeinen zahnärztlich gut bis sehr gut versorgt, besuchen Ihren Zahnarzt des Vertrauens in der Regel genügend oft und haben gute Vergleichsmöglichkeiten. Im folgenden Artikel erläutern wir einige wichtige Aspekte zahnärztlicher Behandlungen aus Patientensicht.

## Mitarbeiter

Der erste Kontakt mit einer Praxis erfolgt meistens über die Mitarbeitenden. Den Praxismitarbeiterinnen und -mitarbeitern kommt eine grosse Bedeutung in der langfristigen Kundenbindung zu. Eine freundliche, höfliche und aufgestellte Begrüssung durch die Dentalassistentin vermittelt einen ersten positiven Eindruck. Gesprächspartner sollten mit einem Lächeln begrüsst werden. Rasches Entgegennehmen von Anrufen sollte selbstverständlich sein, ebenso eine gute Erreichbarkeit. Können Anliegen nicht gleich befriedigt oder beantwortet werden, sollte man immer die Bereitschaft zum Rückruf anbieten können.

Ein gutes Terminmanagement gehört ebenfalls in die Hände gut qualifizierter Mitarbeiter. Ein hohes Qualitätsbewusstsein der Dentalassistentin bei der Assistenz zahnärztlicher Behandlungen und ein einfühlsamer Umgang mit den Patienten sollten selbstverständlich sein. Ein gutes Personalmanagement ist enorm wichtig: Es hat nicht nur zum Ziel, die Qualifikationen der Mitarbeitenden zu fördern, sondern auch deren Motivation. Die praktischen Erfahrungen des Autors und von Berufskollegen sowie zahlreiche Patientenbefragungen (in verschiedenen Praxen in Deutschland) zeigen, dass beides zu einer langfristigen Kundenbindung und hohen Kundenzufriedenheit führt.



**Der erste Eindruck zählt –  
freundliches Praxispersonal schafft  
Vertrauen.**



**Patienten erwarten von ihrem Zahnarzt keine Wellness-Behandlung. Aber zum Beispiel kürzere Wartezeiten und telefonische Terminerinnerungen.**

### Behandlungs- und Mehrleistungen

Aus Patientensicht genügt es nicht immer, sich als Arzt auf seine Kernleistung, sprich eine qualitativ gute Behandlung, zu berufen. Der heutige ‚moderne‘ Kunde möchte oft eine Mehrleistung, die in seiner Wahrnehmung über die eigentliche Kernleistung hinausgeht, ein Mehrwert im Sinne eines zusätzlichen Services. Er freut sich aber nur, wenn ihm das Mehr an Leistung auch einen zusätzlichen Nutzen bringt. Er freut sich, wenn ihm ein Arzt ausführlicher als seine Kollegen erklärt, warum er bestimmte Untersuchungen durchführt und diese notwendig sind. Das vermittelt ihm ein Gefühl von Sicherheit (Stamminski, Wolfgang: Mythos Kundenorientierung; Was Kunden wirklich wollen; Frankfurt/Main: Campus Verlag; 1998).

Untersuchungen belegen, dass schlechte Servicequalität und fehlende Kundenfreundlichkeit mit ca. 68% vor mangelnder Produktqualität (ca. 14%) und Preiserhöhung (ca. 9%) die Hauptgründe für Kundenabwanderungen darstellen (Busch, Burkard; Aktive Kundenbindung; Vom klassischen Verkaufen zum Kundenerfolgsmanagement. Der Verkäufer als «Client Manager». Beziehungsmanagement und Clienting sichern langfristige Kundenbindung; Berlin: Cornelsen Verlag; 2001).

Mehrleistungen einer Zahnarztpraxis, welche den Patienten positiv überraschen, können sehr mannigfaltig sein. Denkbar sind zum Beispiel längere Öffnungszeiten, Samstagsdienst, Musik- und/oder Film-Entspannung während der Behandlung, Möglichkeit der EC-Zahlung, Dentalshop in der Praxis, Besichtigungstour

durch die Praxis für neue, ängstliche Patienten, warm-heisse Frotteetücher mit ätherischen Dämpfen, telefonische Erkundigung nach dem Patientenempfinden nach komplexeren Eingriffen.

Patientenumfragen zeigen, dass bereits weniger ausgefallene «klassische» Mehrleistungen genügen, um ein Plus an Zufriedenheit zu erzeugen. Verbesserungsvorschläge betreffen: Erinnerung an den nächsten (Vorsorge-)Termin, die Möglichkeit, auch kurzfristig einen (Notfall-)Termin zu bekommen, kürzere Wartezeiten, Zahnputzgelegenheiten vor der Behandlung, Anruf der Praxis bei Terminverzögerungen (Riegl, Gerhard F.; Zahnarztpraxis als Center of Excellence – Neue Wertschöpfung für Zahnärzte und Labors; Augsburg: Verlag Prof. Riegl & Partner GmbH; 2001). Man muss in diesem Sinne also nicht unbedingt jedem neomodischen Trend nacheifern, um Zufriedenheit bei den Patienten zu erzeugen.

### Patientenumfragen / Gruppeneinteilung / Rating nach Wichtigkeit

Im Folgenden soll auf gemeinsame Faktoren verschiedener Zahnarztpatientenumfragen hingewiesen werden. Diese Hinweise stammen vornehmlich aus dem Buch «Kuffer, Benjamin; Zahnarzt-Marketing – Kundenbindung beim Zahnarztbesuch»; VDM Verlag Dr. Müller, Saarbrücken; 2007. Dort finden sich auch Querverweise zu anderen Umfrageergebnissen. Nach Wissen des Autors existieren in der Schweiz in der Zahnmedizin keine aktuellen publizierten Ergebnisse aus Patientenumfragen. Die Zahlen und Erkenntnisse aus Deutschland dürften in der Schweiz aber ähnlich ausfallen; sie decken sich mit praktischen Erfahrungen von Zahnärzten und Umfragen, die in der Schweiz vermehrt im ärztlichen Bereich oder im Gesundheitssektor im Allgemeinen durchgeführt wurden.

Ein interessanter gemeinsamer Faktor vieler Patientenumfragen in Zusammenhang mit zahnärztlichen Behandlungen ist, dass das Befragungsverhältnis Männer zu Frauen bei ca. 2 zu 3 liegt. Begründet werden diese Aussagen dadurch, dass Frauen im Schnitt 2,3 Mal pro Jahr zum Zahnarzt gehen, Männer hingegen nur 1,8 Mal.

Es kristallisieren sich aus Patientensicht vier Wichtigkeitskategorien heraus. Das Rating geht von 0 (gar nicht wichtig) bis 100 (überaus wichtig); die Auflistung innerhalb einer Gruppe erfolgt absteigend, das heisst, höchste Ratings werden zuerst genannt.

*Gruppe 1:* Alle mit Rating 90 oder mehr; sehr bis überaus wichtig  
Als sehr bis überaus wichtig werden bewertet:

- Qualität der Produkte (Füllungen, Haltbarkeit, Aussehen, Verträglichkeit)
- Behandler- / Mitarbeiterqualität (Können, Fertigkeiten Behandler und Dentalassistentinnen/Team)
- Ansprache und Aufklärung
- Bemühung um eine gute Mundgesundheit
- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Freundliche Ausstrahlung im Behandlungsraum
- Schmerzfreie Behandlung

# B+A TREUHAND AG

## Qualifiziertes Coaching bei der Praxiseröffnung

**Die Treuhandgesellschaft «B+A Treuhand AG» in Cham hat sich seit vielen Jahren schweizweit auf die Dentalbranche spezialisiert und sich dank erfolgreichem Coaching von Zahnärztinnen und Zahnärzten bei der Praxisneugründung einen Namen gemacht.**

Ökonomische Aspekte spielen bei der Eröffnung einer neuen Praxis eine entscheidende Rolle. Die jungen Zahnärztinnen und Zahnärzte, die eine eigene Praxis eröffnen wollen, müssen einen geeigneten Standort finden, die zu erwartenden Kosten und Geschäftszahlen abschätzen und verschiedene Fragen der Finanzierung und Vorsorge beantworten. Alle diese Aspekte werden im Rahmen ihres Studiums höchstens am Rande behandelt. Beim Schritt in die Selbständigkeit ist der Beizug einer Treuhandunternehmung hilfreich, die über die nötige Branchenerfahrung und Kernkompetenz verfügt. Das individuelle Coaching einer Praxiseröffnung erlaubt es, rasch und kompetent auf sich stellende Fragen zu antworten. Ein erfahrener Partner an der Seite bietet dem Zahnarzt die nötige Sicherheit bei den Verhandlungen mit Verkäufern, Banken, Versicherern und Vermietern.

### Coaching von Jungunternehmern

Seit 1980 ist die B+A Treuhand AG schweizweit auf die Begleitung von selbständigen Zahnärztinnen und Zahnärzten bei ihrer Praxiseröffnung spezialisiert.

Dazu offerieren wir eine Vielzahl von spezifischen Dienstleistungen rund um die Übernahme und Neueröffnung einer Zahnarztpraxis:

- Hilfe bei der Standortwahl für die neue Praxis
- Beratung bei der Übernahme einer bestehenden Praxis
- Evaluation von neuen Praxisstandorten
- Kontrolle der Verkaufs- bzw. Mietverträge
- Vorschläge für Praxis-Finanzierungslösungen
- Erarbeitung von Geschäftsbudgets und Geschäftsplänen (Businesspläne)
- Beratung bei der Wahl der Finanzpartner
- Evaluation von zweckmässigen Versicherungslösungen
- Unterstützung bei den Verhandlungen mit Verkäufern, Banken, Versicherern und Vermietern
- Hilfe bezüglich operativer Geschäftsführung in der Startphase

Unsere stets aktualisierte Praxisbörse auf der Homepage der B+A Treuhand AG gibt Ihnen einen Überblick über die

verschiedenen Möglichkeiten beim Kauf einer Zahnarztpraxis. Interessentinnen und Interessenten für eine Praxisübernahme können sich mit einem Formular in unserer Datenbank eintragen. Sie erhalten dann Informationen zu Praxen, welche ihren Anforderungen entsprechen.

### Alles aus einer Hand

Die Beraterinnen und Berater der B+A Treuhand AG sind Ihre kompetenten und erfahrenen Gesprächspartner während der Standortwahl bzw. Standortbestimmung Ihrer Zahnarztpraxis und wenn es um steuerliche, administrative, finanzielle, vorsorgerische und juristische Fragen geht. Ein Netzwerk von Spezialisten und Finanzpartnern, von Juristen und Vorsorgeberatern gewährleistet auch in komplexen Fällen effiziente Lösungen.

Die wichtigsten Dienstleistungen nach der Eröffnung einer eigenen Praxis sind:

- Führung der Finanz- und Lohnbuchhaltung
- Planung und Optimierung der Steuerbelastung
- Ausfüllen der Steuererklärung
- Beratung in finanziellen, juristischen und vorsorgetechnischen Fragen
- Beratung in Fragen rund um die Wirtschaftlichkeit der Unternehmung

Im Auftrag der Schweizerischen Zahnärzte-Gesellschaft SSO hat die B+A Treuhand AG eine Betriebsstatistik aufgebaut, die den vorgegebenen Normen bezüglich SSO-Kontenplan und Kontierungen nach SSO-Schlüssel entspricht. Die Vergleichsmöglichkeit innerhalb der Zahnarztbranche und die lange Erfahrung der B+A Treuhand AG bieten unseren Kunden einen wertvollen Zusatznutzen.

Unsere Beraterinnen und Berater werden von einem kompetenten Team unterstützt, welches die Bedürfnisse und Anforderungen der Zahnärztinnen und Zahnärzte aus seiner täglichen Arbeit bestens kennt.

Für weitere Informationen:

Gruppe 2: Rating 70–90; wichtig

Als wichtig werden eingestuft:

- Terminalschnelligkeit
- Kurze Wartedauer
- Öffnungszeiten
- Empfangsbereich (Gestaltung, Atmosphäre)
- Wartezimmer (Gestaltung, Atmosphäre)

Gruppe 3: Rating 60–70; eher unwichtig

Als eher unwichtig werden eingestuft:

- Informationsmaterial

Gruppe 4: Rating unter 60; ziemlich unwichtig bis unwichtig

Als ziemlich unwichtig bis unwichtig werden eingestuft:

- Praxis-Parkplätze
- Aussenansicht der Praxis
- Anbindung an den öffentlichen Verkehr.

Für eine langfristige, gute Kundenbindung (Kundenverbundenheit) ist es folglich unternehmerisch essentiell, in den Gruppen 1 und 2 die Qualitätsschwerpunkte zu setzen. Die Patienten sollten mit den Punkten dieser Kategorien zufrieden bis sehr zufrieden sein.

Ist man als Zahnarzt unsicher bezüglich seiner Patientenzufriedenheit, besteht die Möglichkeit, ein Zufriedenheits-Rating zu einzelnen Qualitätskriterien durchführen zu lassen. Setzt man das Zufriedenheits-Rating dann in Relation zum Wichtigkeits-Rating erhält man interessante Aussagen.

Bei Unzufriedenheit in den Qualitätsmerkmalen der Gruppen 1 oder 2 bestünde dringender Handlungsbedarf, da sie zu den Qualitätskernbedingungen einer erfolgreichen Praxis gehören.

Bei Unzufriedenheit in den Qualitätsmerkmalen der Gruppen 3 und 4 sollte man sich fragen, ob sich der zusätzliche Aufwand zur Qualitätssteigerung lohnen würde, respektive ob es sich um Faktoren handelt, die man überhaupt beeinflussen kann (z.B. Praxisstandort). Viele kleine Dinge lassen sich aber ohne weiteres mit relativ wenig Aufwand verbessern; z.B. das Angebot einer grösseren Zeitschriftenauswahl im Wartezimmer.

Zufriedenheit in Qualitätsmerkmalen, egal welcher Gruppe, sollten laufend überprüft werden, um ein hohes Qualitätsniveau aufrechtzuerhalten.

## Diskussion

Das Erwähnte soll zur kritischen Reflexion anregen. Marktwirtschaftliche Überlegungen und Befragungen liefern interessante Einsichten in die Patientensichtweise, wenn es um das Verständnis von Qualität geht. Einschlägige Fachliteratur liefert entsprechendes Know-how.

Aufgrund der demographischen Entwicklung in der Schweiz, insbesondere des Anstiegs der Lebenserwartung, dürften in Zukunft die eher unwichtigen Dinge der Gruppe 4 als vermehrt wichtig betrachtet werden. Unter zunehmend älter werdenden

Patienten findet sich eine steigende Zahl weniger mobiler Patienten, die Bequemlichkeit schätzen, sprich eher eine Praxis in unmittelbarer Nähe aufsuchen, die ihnen eine qualitativ gute Behandlung bieten kann. Die eigene Praxis in vielen Belangen auf diese Zielgruppe einzustellen, macht deshalb sicher Sinn.

Die Erläuterungen sollten den verantwortungsbewussten Zahnarzt nicht dazu verleiten, Patientenanliegen als oberstes Gebot zum Handeln zu verstehen. Moralisch und ethisch sollten wir Zahnärzte auch darauf bedacht sein, nicht jeden Patientenwunsch blindlings zu befolgen, sondern die Anliegen aufzunehmen, abzuwägen und einen ärztlichen Ratschlag zu erteilen (siehe hierzu den überaus interessanten Artikel von Prof. Dr. med. Giovanni Maio: Die Zahnmedizin zwischen Heilkunde und Beauty-Industrie – Zu den ethischen Unzulänglichkeiten des Ästhetik-Booms in der Zahnheilkunde; Schweizer Monatsschrift für Zahnmedizin Vol. 119; 1/2009, S. 47–51). Neue Trends in der Zahnmedizin, wie das offenbar grossräumig geweckte Bedürfnis nach ästhetischer Zahnmedizin, sind zwar interessant, bedürfen aber durchaus einer kritischen Reflexion und eines verantwortungsbewussten Umgangs durch den Zahnarzt, der sich allein durch eine klare Indikation leiten lassen sollte.

Gute Qualität zu liefern, ist ein unternehmerisches Gebot der Stunde; die Wünsche des Patienten zu befriedigen, trägt zur Gesamtbehandlungsqualität bei; moralische, ethische Grundsätze und Wertvorstellungen sollten damit aber stets im Einklang stehen.



**Für Patienten zählen primär Behandlungsqualität und Fachkompetenz des Zahnarztes und seines Praxisteams.**

# ¡Buenos dias, Ecuador!

Kurz vor Weihnachten im letzten Jahr lernte ich in einem Vortrag an der Medi Dentalhygieneschule Bern ein medizinisches Hilfsprojekt in Ecuador kennen: Die Clinica Santa Maria in Guadalupe im Süden von Ecuador. Die Klinik, die den Ärmsten der Armen eine medizinische Basisversorgung bietet, konnte in Zusammenarbeit mit dem deutschen Förderkreis Clinica Santa Maria e.V. eine zahnmedizinische Abteilung aufbauen. Fast 150'000 Patienten kommen pro Jahr in die Klinik. Dank des unermüdlichen Einsatzes von Dr. Eberhard Pierro, Präsident des Förderkreises, kann die zahnmedizinische Versorgung fast das ganze Jahr über durch Volontäre gesichert werden.

Frauke Berres



Wetterpech auf dem Weg nach Guadalupe...



Das Missionshaus der Clinica Santa Maria in Guadalupe.

Ecuador gehört zu den sozial schwächsten Ländern des südamerikanischen Kontinents. Armut, Hunger, Arbeitslosigkeit, Krankheit, Alkoholismus und Kriminalität prägen den Alltag, fehlender Zeitbegriff, Gleichgültigkeit und Fatalismus die Mentalität. Weder existieren in Ecuador ein funktionierendes staatliches Sozialwesen noch eine flächendeckende medizinische Versorgung. Krankenversicherungen sind

nur etwas für reiche Ecuadorianer, Alter oder Krankheit kann sich hier niemand «leisten». Padre Georg Nigsch, seit über 15 Jahren in Ecuador tätig, baute deshalb 2001 in der kleinen Gemeinde Guadalupe im Süden Ecuadors eine Missionsklinik auf, die den Ärmsten der Armen eine medizinische und zahnmedizinische Basisversorgung bietet.

## Zahnmedizinische Versorgung und Prophylaxe

Seit langem hegte ich den Wunsch, einmal in einem Hilfsprojekt zu arbeiten. Da es im zahnmedizinischen Bereich nur wenige solche Möglichkeiten gibt, war ich sofort Feuer und Flamme für das Projekt. Nach einem halben Jahr Planungsphase machte ich mich gemeinsam mit einer Dentalhygienikerin auf den Weg nach Ecuador. Voll bepackt mit allerlei Behandlungsmaterial traten wir im September letzten Jahres die gemeinsame Reise an. Drei Wochen verbrachten wir auf der Missionsstation und arbeiteten in der Klinik Hand in Hand. Die zahnmedizinische Ausrüstung vor Ort entspricht europäischem Standard. So war es möglich, eine qualitativ gute Basisversorgung durchzuführen. Für die einzelnen Behandlungen gibt es

## IMPRESSUM

**Herausgeberin** Schweizerische Zahnärzte-Gesellschaft SSO **Redaktion** Felix Adank, Frauke Berres, Philipp Häring, Urs Laederach, Klaus Neuhaus **Redaktionsadresse** Presse- und Informationsdienst SSO, Postfach, 3000 Bern 8, info@sso.ch, www.sso.ch **Grafisches Konzept** atelierrichner.ch **Layout** Marianne Kocher **Druck** Stämpfli AG, Bern **Auflage** 1200 Ex. deutsch, 300 Ex. französisch **Erscheinungsweise** dentarena erscheint viermal jährlich.

Die Herausgabe von dentarena ist nur dank Sponsoren möglich. dentarena dankt der B+A Treuhand AG in Cham herzlich für die Ermöglichung der Publikation dieser Ausgabe.



Die Dentalhygienikerin Serafina in ihrem Element.



Mit Eifer folgen die Kinder den Zahnputzinstruktionen.

klare Richtlinien: Amalgamfüllungen im Seitenzahnbereich, Kompositfüllungen und Wurzelkanalbehandlungen im Frontzahnbereich, ansonsten kommt die Zange zum Einsatz. Für Frontzahn­lücken werden einfache Klammerprothesen angefertigt. Die meisten Patienten haben einen sehr langen Anreiseweg, so dass meist das Nötigste in einer Behandlung erledigt werden musste. Aufwendige Nachbehandlungen und Kontrollen nach chirurgischen Eingriffen gestalteten sich eher schwierig. Ein weiteres Ziel unseres Aufenthaltes war es, das Prophylaxeprogramm weiter auszubauen. Hierzu gingen wir direkt in die öffentlichen Schulen und vermittelten in

kleinen interaktiven Vorträgen die Wichtigkeit einer gesunden Ernährung und der richtigen Mundhygiene. Mit Freude stellten wir fest, dass ein grosses Interesse seitens der Schüler, aber auch seitens der Lehrer bestand. So fragte uns ein schon etwas betagter Lehrer schliesslich, wo denn die Zahnpaste hin gehöre: Auf die Borsten oder auf die Rückseite der Zahnbürste...

#### Eindrücklich herzlich

Die Unterkunft in Guadalupe erfolgte in einer eigens gebauten «Residencia», dem Gästehaus auf der Missionsstation. Die

Terrasse bot einen traumhaften Blick ins Tal, und es war, als sei man direkt im Paradies gelandet ... Die herzliche Aufnahme in das Missionsteam von Georg Nigsch machte es uns zudem leicht, uns in die Gemeinde Guadalupe zu integrieren und von den Ecuadorianern schnell akzeptiert zu werden. Die Zeit in Guadalupe war eine sehr eindrückliche Erfahrung. Nicht nur fachlicher, sondern vor allem auch menschlicher Art. Die unglaubliche Herzlichkeit und Zufriedenheit der Menschen vor Ort machten den Aufenthalt zu etwas ganz Besonderem.

Weitere Infos unter [www.fcs.org](http://www.fcs.org)



Für die Sonntagsmesse kreieren die Frauen solche wunderschönen Blumengestecke.



Ein Strassenzug im Dorf Guadalupe.

# Sie gewinnen Freiraum...

...und vereinfachen  
Ihre Administration

mit unserer individuellen Betreuung  
von Zahnärzten seit über 25 Jahren

**Praxiseröffnung**

**Praxisübergabe**

**Praxispartnerschaften**

**Finanzen/Steuern**

**Coaching**

**Praxisadministration**

**Buchführung**

Zugerstr. 51 · 6330 Cham

Tel. 041/784 10 10

Fax 041/784 10 29

[contact@ba-treuhand.ch](mailto:contact@ba-treuhand.ch)

[www.ba-treuhand.ch](http://www.ba-treuhand.ch)

Mitgl. STV/USF Schweiz. Treuhänderverband

 **B+A** TREUHAND AG

Der Bogen von Ihnen zu uns und von uns zu Ihnen