

# Inhalt

Vorwort .....	3
Autorenverzeichnis .....	5
<b>1</b> Rechtliche und gesetzliche Grundlagen .....	7
1.1 Gesetzliche Krankenversicherung .....	8
1.2 Private Krankenversicherung .....	12
1.3 Patientenrechtegesetz .....	15
1.4 Umgang mit Patienten .....	17
1.5 Digitalisierung im Kontext Schienen .....	19
1.6 Laborkosten .....	21
1.7 Die zahnärztliche Heilmittelverordnung .....	23
1.8 EU-Medizinprodukte-Verordnung (EU-MDR) .....	25
<b>2</b> Schienen bei Kiefergelenkserkrankungen .....	27
2.1 Relaxierungsschiene mit adjustierter Oberfläche .....	28
2.2 Reflexschiene ohne adjustierte Oberfläche .....	81
2.3 Funktionstherapiegeräte (CMD) .....	105
2.4 Bimaxilläre Schienen .....	155
2.5 Umarbeiten einer Prothese .....	158
<b>3</b> Schienentherapie in der Chirurgie .....	165
3.1 Fixationsmaßnahmen .....	166
3.2 Verbandplatte .....	171
3.3 Umarbeiten einer Prothese .....	180
3.4 Schablonen für Implantologie .....	186
<b>4</b> Schienentherapie in der Parodontologie .....	203
4.1 Aufbissbehelf mit adjustierter Oberfläche .....	204
4.2 Semipermanente Schienung .....	219
4.3 Abnehmbare Dauerschienen .....	223
4.4 Schienung an Glattflächen .....	228
4.5 Wundverband .....	229
4.6 Verbandplatte .....	233

<b>5</b>	Schientherapie bei Kieferbruchbehandlung . . . . .	243
	5.1 Erstversorgung. . . . .	244
	5.2 Verbandplatte. . . . .	251
	5.3 Umarbeiten einer Prothese . . . . .	260
<b>6</b>	Präprothetische Schienen. . . . .	267
	6.1 Formteil für Provisorien . . . . .	268
	6.2 Bissführungsplatte bei der Versorgung mit Zahnersatz. . . . .	271
	6.3 Schiene als Provisorium. . . . .	288
<b>7</b>	Sonstige Schienen . . . . .	295
	7.1 Schiene als Medikamententräger . . . . .	296
	7.2 Unterkieferprotrusionsschiene (Schnarch-Therapie) . . . . .	310
	7.3 Sportmundschutz. . . . .	331
	7.4 Strahlenschutzschiene. . . . .	337
	7.5 Zahnkorrekturschienen („Aligner“) . . . . .	346
	7.6 Zahnfleischepithesen . . . . .	359
<b>8</b>	Anhang . . . . .	365
<b>9</b>	Informationen zum Download. . . . .	379

## 2 Vorwort

---

In kaum einem anderen Bereich des Gesundheitswesens treffen fachliche Präzision, handwerkliche Qualität und betriebswirtschaftliche Verantwortung so unmittelbar aufeinander wie in der Zahntechnik. Zwischen den berechtigten Ansprüchen der Leistungserbringer und den Erstattungsrichtlinien der Versicherer entsteht dabei immer wieder ein Spannungsfeld, das sowohl für Zahnarztpraxen als auch für Dentallabore eine tägliche Herausforderung darstellt.

Ausgangspunkt dieses Praxisleitfadens war die Beobachtung, dass viele Widersprüche gegen Erstattungskürzungen zwar fachlich begründet, jedoch nicht einheitlich, strukturiert und argumentativ abgesichert formuliert werden. Dadurch gehen wertvolle Ansprüche verloren – nicht, weil die Leistung unberechtigt wäre, sondern weil die Begründung nicht den formalen und inhaltlichen Anforderungen der Kostenträger genügt.

Mit diesem Werk möchten wir einen Beitrag dazu leisten, diese Lücke zu schließen. Der Begründungskatalog beb 97 bietet eine systematisch aufgebaute Sammlung von Begründungstexten, die die gängigsten Positionen der beb 97 abdecken und dabei die Perspektive von Labor, Praxis und Versicherung gleichermaßen berücksichtigen. Ziel

ist es, eine „Brücke“ zwischen handwerklicher Leistung, rechtlicher Begründung und nachvollziehbarer Kommunikation zu schlagen – damit fachgerechte zahntechnische Arbeiten auch wirtschaftlich anerkannt und erstattet werden.

Besonderer Wert wurde auf die Praxisnähe gelegt: Jede Begründung ist so formuliert, dass sie unmittelbar in die tägliche Korrespondenz übernommen werden kann – klar, nachvollziehbar und auf den Punkt. Dabei fließen sowohl langjährige Erfahrung aus der zahntechnischen Abrechnung als auch fundiertes Wissen aus Rechtsprechung, Verbandsarbeit und Praxismanagement ein.

Der Begründungskatalog versteht sich nicht nur als Nachschlagewerk, sondern auch als Orientierungshilfe für mehr Sicherheit im Umgang mit Versicherungen. Er soll helfen, berechnete Ansprüche konsequent durchzusetzen, die Kommunikation zu professionalisieren und das Bewusstsein für den Wert zahntechnischer Leistungen zu stärken. Denn Qualität verdient Anerkennung – fachlich, menschlich und finanziell.

Wir wünschen allen Leserinnen und Lesern, dass dieser Praxisleitfaden Ihnen im täglichen Umgang mit Kostenträgern Sicherheit, Klarheit und Zeitersparnis bietet – und damit einen Beitrag leistet, den hohen Standard zahntechnischer Arbeit in Deutschland sichtbar und nachvollziehbar zu machen.

Beate Kirch und Uwe Koch

### 3 Autoren



#### Beate Kirch

- 2007** Abitur
- 2007–2009** Ausbildung zur Zahnmedizinischen Fachangestellten
- seit 2009** Praxismanagerin einer zahnärztlichen Gemeinschaftspraxis
- 2013** Gründung Cocodent – Coaching und Consulting für Unternehmen in der Dentalbranche ([www.coco-dent.de](http://www.coco-dent.de))
- seit 2013** Freiberufliche Beratung und Unterstützung von Unternehmen in der Dentalbranche
- 2015** Abschluss Bachelor of Arts „Service Management“
- seit 2017** Referenten- und Seminartätigkeit
- 2018** Abschluss Master of Arts „Workplace Health Management“
- seit 2018** Mitglied im Prüfungsausschuss der Zahnärztekammer Nordrhein
- seit 2019** Autorentätigkeit für Spitta GmbH

#### Uwe Koch

- 1977–1981** Studium Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf
- 1982** Abschluss zur Ausbildung zum Zahntechniker
- seit 2000** Fachbuchautor von zahlreichen Abrechnungswerken und Beiträgen zur zahntechnischen Abrechnung für das Onlineportal [www.abrechnungswelt.com](http://www.abrechnungswelt.com), Spitta GmbH, Balingen
- seit 2005** Referent & Seminarleiter, u. a. für: Dr. Güldener-Gruppe, VDZI, KZV-WL, KZV-BW (FFZ) Handwerkskammer Nürnberg, Meisterschulen (Nürnberg, Trier und Neumünster) sowie Zahntechniker-Innungen bundesweit
- 2008–2020** CEO GO-ZAKK Abrechnungsportal/Seminarfirma/TÜV-Ausbildung Labormanager
- seit 2014** Autor des offiziellen BEL-Kommentars aktuell des VDZ
- 2021–2024** Leiter Kompetenzzentrum BEL/BEB Zahntechnik beim Deutschen Zahnärztlichen Rechenzentrum DZR
- seit 2025** Teamleiter Zahntechnik bei Confident & Senior-Coach  
Teamleiter Zahntechnik bei Coco-dent  
Mitglied der Praxisschmiede Volkach als Zahntechnik-Experte

## 1.2 Besonderheiten von Dentallaboren

Dentallabore müssen sich in der heutigen Zeit vielfältigen Herausforderungen stellen. Die Notwendigkeit, sich mit dem systematischen Management des Unternehmens zu beschäftigen, ist daher größer denn je. Gründe hierfür sind unter anderen

**Vielfältige Herausforderungen**

- steigender Wettbewerbsdruck (lokal und global),
- Trend weg von der manuellen zur maschinellen Fertigung,
- steigendes Anspruchsdenken der Kunden (Zahnärzte und Patienten),
- Zunahme der Bedeutung ästhetischer Zahnheilkunde (gegenüber rein restaurativer Zahnheilkunde),
- berufspolitische Entscheidungen und regulatorische Vorgaben,
- rasante Material- und Technologieentwicklung,
- Trend zu größeren Organisationseinheiten (Großlabore und Laborketten) sowie
- steigende Relevanz fachfremder Investoren in der Dentalbranche.

**Management**

Ziel eines systematischen Managements ist es daher, individuelle Strategien zu entwickeln, die dazu beitragen, sich diesen Herausforderungen erfolgreich zu stellen und im sich ändernden Markt langfristig zu bestehen.

**Flexibilität**

Dazu müssen sich Dentallabore entwickeln und die voranstehenden Entwicklungen vor Augen haben. Sie sollten flexibel auf sich ändernde Anforderungen eingehen, Mitarbeiter in notwendige Änderungen involvieren und das Unternehmen so erfolgreich zu einem wettbewerbsfähigen Dentallabor der Zukunft führen (Tab. 1).

Heute	Zukunft
Zahnarzt bezieht zahntechnische Produkte primär von seinem Laborpartner.	Regionale Labore stehen im Wettbewerb mit zahnärztlichen Praxislaboren, Großlaboren, Auslandslaboren und Fertigungszentren der Industrie.
Zahnarzt entscheidet darüber, mit welchem Dentallabor/welchen Dentallaboren er zusammenarbeitet.	Patient als aufgeklärter Endverbraucher entscheidet mit, welches Labor seinen Zahnersatz fertigt.
Zahnarzt beauftragt, Labor liefert fertiges Produkt.	Interaktion zwischen Zahnarzt, Labor und Patient nimmt zu.

(Fortsetzung nächste Seite)

Heute	Zukunft
Marketing fokussiert auf Produkte.	Marketing fokussiert auf Lösungen.
kleine Laborstrukturen, vorwiegend Einzellabore in Meisterhand	Trend zu größeren Laborstrukturen bzw. Laborketten, fachfremde Investoren gewinnen an Bedeutung.
Digitalisierung nur in einzelnen Bereichen	Digitalisierung erfasst zunehmend alle Bereiche (z. B. gesamter Workflow, alle Verwaltungsprozesse).
handwerkliche Herstellung	CAD/CAM-Fertigung
Preise stabil	Globalisierung und Digitalisierung führen zu sinkenden Preisen.
zahnersetzer Bereich, restaurative Aspekte	zahnerhaltender Bereich, ästhetische Aspekte
Finanzierung zahntechnischer Leistungen zum Teil aus Mitteln der gesetzlichen Krankenversicherung, „Vollkasko-Mentalität“ bei privat versicherten Patienten	Bei der Finanzierung hochwertiger zahntechnischer Versorgung ist der Kassenanteil verschwindend gering, bestimmte moderne Fertigungsverfahren sind teilweise oder sogar vollständig vom Patienten privat zu bezahlen, etwaige Sachkostenlisten privater Versicherer bedingen auch für privat versicherte Patienten Eigenanteile.
herausnehmbare oder Teilprothesen	feststehender Zahnersatz, implantatgetragene Versorgungen
herausnehmbare oder feststehende Zahnsperre	Aligner aus dem 3D-Drucker
Palette von Standardmaterialien und Standardtechnologien	Material- und Technologievielfalt wächst ständig.
Fachkräftegewinnung nicht einfach	Problem verschärft sich weiter aufgrund des demografischen Wandels.

Tab. 1: Dentallabore heute und in der Zukunft

Einige Besonderheiten, die in aller Regel auf das Unternehmen Dentallabor zutreffen, haben dabei bestimmte Auswirkungen auf die Abläufe im Unternehmen und damit auf das Management.

Besonderheiten

### 3.3 Erreichen von Zielen

Als Ergebnis steht am Ende des Prozesses ein Output. Es hat also mit Einsatz entsprechender Ressourcen (Materialien und Personal) eine Transformation innerhalb eines vorgegebenen Prozesses stattgefunden.

Output =  
Ergebnis

Der Output muss entsprechenden Vorgaben gerecht werden, die sich in erster Linie an den Anforderungen der Kunden orientieren.

Um diese bestmöglich zu erreichen, gilt es, diese Anforderungen zu kennen und deren Erreichung nachhaltig zu verfolgen. So ist das Erfüllen von Kundenanforderungen ein unternehmerisches Ziel, das den Erfolg des Dental-labors sicherstellen soll.

Erfüllen  
von Kunden-  
anforderun-  
gen

3

Ziele sind Grundlage für alle unternehmerischen Tätigkeiten und Entscheidungen. Im Hinblick auf den angestrebten Erfolg des Unternehmens müssen neben der Gewinnmaximierung Ziele in verschiedenen Dimensionen berücksichtigt werden, unter anderem Ziele, die sich auf

- die Kundenperspektive,
- die Mitarbeiterperspektive und
- externe Partner beziehen.

Ziel-  
dimensionen

Das Setzen von Zielen ist eines der wichtigsten Führungsinstrumente. Denn durch die konkrete Formulierung von Zielen und das Ausrichten der Geschäftsprozesse auf die Erreichung dieser Ziele wird die Voraussetzung dafür geschaffen, diese Vorhaben konkret umzusetzen.

Wichtiges  
Führungs-  
instrument

Wenn gesetzte Ziele transparent an die Mitarbeiter kommuniziert werden, schafft dies Vertrauen. Mitarbeiter haben das Gefühl, von einem übergeordneten Plan geleitet zu werden. Das vermittelt Sicherheit und stiftet Sinn bei der Arbeit.

Sicherheits-  
gefühl

Grundlage für die Zielsetzung ist es, sich eingehend und ausführlich Gedanken darüber zu machen, was genau erreicht werden soll:

- Welche Situation ist Ihre absolute Idealvorstellung?
- Wo wollen Sie hin, ungeachtet aller Sorgen, Schwierigkeiten, Fragen und Bedenken, die Sie bewegen?

Zieldefinition

Beschreiben Sie diese Situation – das ist Ihre Unternehmensvision.

## Unternehmensvision

### Leitidee

Die Unternehmensvision ist eine Leitidee, ein langfristiges Zukunftsbild des Unternehmens. Dieses Zukunftsbild beschreibt die Einzigartigkeit des Unternehmens und gibt ihm dadurch eine Identität. Für die Mitarbeiter zeigt die Vision Sinn und Nutzen ihres Handels auf und stiftet dadurch Sinn. Eine Vision muss von den Mitarbeitern gelebt werden und sie dazu anregen, auf die Erreichung des Zukunftsbilds hinzuwirken.



### Beispiel

#### Bestandteil der Unternehmensvision

„Für unsere treuen Kunden sind wir ein unverzichtbarer Partner.“

## Strategische Ziele

### Konkretisierung der Vision

Strategische Ziele stellen eine Konkretisierung der Vision dar. Sie haben grundlegenden Charakter und geben die Rahmenbedingungen für das Handeln der Organisation vor.



### Beispiel

#### Formulierung der Unternehmensvision zu einem strategischen Ziel konkretisieren

„Unsere Zuverlässigkeit und Pünktlichkeit garantieren uns eine hohe Kundenzufriedenheit und Kundenbindung.“

## Operative Ziele

### Konkrete Teilziele

Der nächste Konkretisierungsgrad erfolgt im Formulieren operativer Ziele. Operative Ziele sind aus den strategischen Zielen abgeleitete handhabbare und konkrete Teilziele, die auf der Ebene der einzelnen Organisationseinheit auszuführen sind.



### Beispiel

#### Konkretisierung des strategischen Ziels zu einem operativen Ziel

„Unsere Auslieferung erfolgt stets vollständig und termingerecht.“

### Zielzerlegung

Aus den Formulierungen der Vision bzw. dem Leitbild gilt es also, zunächst strategische Ziele abzuleiten, die dazu dienen, die Vision zu erreichen und dann entsprechende operative Ziele festzulegen, die diese wiederum in kleine, verarbeitbare Teilschritte aufgliedern (Abb. 5).

## 5.2 Bedarfsanalyse

Eine systematische Personalbedarfsplanung ist wichtig, um zu entscheiden, ob eine Stelle zu besetzen ist und welche Anforderungen ein Bewerber erfüllen muss.

Nicht zu wenig, nicht zu viel

Hierbei sollte eine Mindestgrenze an Personalressourcen nicht unterschritten werden, um Mitarbeiter vor Überforderung zu schützen. Es ist jedoch auch zu beachten, dass das Arbeiten mit mehr Mitarbeitern nicht automatisch effektiver bzw. effizienter ist. Sind zu viele Mitarbeiter in einem Unternehmen beschäftigt, resultieren hieraus häufig Unklarheiten in Bezug auf die Aufgabenstellung und nicht selten kollektive Ineffizienz.

Kapazität klären

Zunächst gilt es daher, die Kapazität zu klären; nicht immer sind Probleme im Arbeitsablauf durch die Einstellung zusätzlichen Personals zu lösen, manchmal können Aufgaben hervorragend mit Kapazitäten des vorhandenen Personals bewerkstelligt werden.

Darüber hinaus können Mitarbeiter, die sich eine interne Versetzung auf eine andere Stelle sehnlichst wünschen würden, gekränkt werden, wenn die Stelle extern besetzt wird.

Daher sollten vorhandene Kompetenzen und Interessen berücksichtigt werden, was ggf. im Vorfeld Teamgespräche oder Einzelgespräche notwendig macht. Die Stelle, die Sie ausschreiben, ist letztendlich das Puzzlestück, das nach interner Verschiebung übrigbleibt.

Wenn unklar ist, was genau Sie suchen und welche Eigenschaften ein Bewerber erfüllen muss, erschwert dies die Suche logischerweise erheblich. Es ist also zu klären:

Fragestellungen

- Welche **Aufgaben** können zurzeit intern nicht übernommen werden und müssen daher durch einen zusätzlichen Mitarbeiter bewerkstelligt werden?
- Welcher **Arbeitsaufwand** ist mit der Durchführung dieser Aufgaben verbunden (ist eine geringfügige Beschäftigung, eine Teilzeit- oder eine Vollzeitstelle auszuschreiben)?
- Welche **Kompetenzen** muss der Bewerber mitbringen, um die Aufgaben zufriedenstellend erledigen zu können und um den an ihn gestellten Anforderungen gewachsen zu sein?

Es sollten daher nicht nur die **Rahmenbedingungen** (Umfang der Stelle, Arbeitszeiten) der Stelle, sondern auch die **fachlichen und persönlichen Qualifikationen** festgelegt werden, die ein Bewerber für die erfolgreiche Bewältigung benötigt.

Dabei ist es wichtig, nicht ausschließlich auf technische Fähigkeiten abzu- zielen. Neben den Punkten Ausbildung, Berufserfahrung, Fachkenntnisse und Fähigkeiten sollte der Kriterienkatalog daher auch wünschenswerte Persönlichkeitsmerkmale beinhalten (Tab. 19).

In Dentallaboren gibt es Stellen mit Kundenkontakt, Stellen ohne Kunden- kontakt und Mischformen. Innerhalb der Bedarfsanalyse ist wichtig, zu defi- nieren, um was für eine Art Stelle es sich handelt, da sich die Anforderungs- profile erheblich unterscheiden:

Techniker/Backoffice	Kundenkontakt/Frontoffice
<ul style="list-style-type: none"> <li>• aufgabenorientiert</li> <li>• Spezialist</li> <li>• Standardisierung möglich</li> <li>• Konzeption</li> <li>• Teamfähigkeit</li> </ul> <p>Ziel: Arbeitspensum bewältigen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kundenorientiert</li> <li>• Generalist</li> <li>• Standardisierung schwierig</li> <li>• Interaktion</li> <li>• Teamfähigkeit</li> </ul> <p>Ziel: Kundenzufriedenheit</p>

Tab. 19: Anforderungen Backoffice/Frontoffice

Insbesondere für Mitarbeiter mit Kundenkontakt ist die Ausprägung einzel- ner Persönlichkeitsmerkmale mindestens genauso wichtig wie technische Fähigkeiten, denn Mitarbeiter mit Kundenkontakt

- sind direkter Ansprechpartner für Kunden,
- sind das „Aushängeschild“ des Dentallabore,
- müssen flexibel auf verschiedene Kunden eingehen können,
- müssen zuverlässige Auskünfte geben können und
- müssen Konfliktsituationen gut meistern können.

Sofern die von Ihnen zu besetzende Stelle nicht ausschließlich aus der Tätigkeit des Kundenkontakts besteht (wie beispielsweise bei einer Tele- fonistin/Rezeptionistin), sollte die Liste noch um die Qualifikation in Bezug auf die zahntechnische Tätigkeit erweitert werden.

Eine Sonderrolle nimmt in Bezug auf Dentallabore die Stelle des Boten/ des Fahrers ein. Sofern die Stelle ausschließlich die Botentätigkeit beinhal- tet, müssen weder zahntechnische Fähigkeiten vorhanden sein, noch ist ein umfassendes branchenspezifisches Wissen vonnöten (der Kunde wird verstehen, dass er einem Boten/Fahrer keine komplexen zahntechnischen Fragen stellen kann). Nichtsdestotrotz repräsentiert der Bote/Fahrer das Dentallabor den Kunden gegenüber, sodass er selbstverständlich entspre-

Sonderrolle  
Bote/Fahrer

## Beispiel

Sie haben sich für die Besetzung der folgenden Stelle zur Einstellung eines Quereinsteigers entschieden:

### Mitarbeiter/in (m/w/d) für Empfang in einem Dentallabor

Als erste Kontaktperson sind Sie der Dreh- und Angelpunkt unseres Dentallabors und neben der Betreuung unserer Kunden als Bürokraft auch für die Koordination und Verwaltung der Abläufe verantwortlich.

### Wie sieht der Arbeitsalltag des Mitarbeiters künftig aus?

- Arbeitsbeginn (Ankunft, PC hochfahren, Anrufbeantworter ausstellen)
- Prüfen von Post- und E-Mail-Eingang
- Post- und E-Mail-Bearbeitung, ggf. Beantwortung oder Weiterverteilung (Priorisierung)
- Prüfen des Arbeitsausgangs (Welche Arbeiten müssen heute wann ausgeliefert werden?)
- Prüfen angemeldeter Arbeiten (Wann werden heute welche Arbeiten angeliefert?)
- Koordination von Kurierfahrten
- Telefonannahme (z.B. Anfrage zur Dauer einer spontanen Bruchreparatur; Anfrage zur Terminabfolge für eine Totalprothese nach Gutowski; Beschwerde über eine Arbeit; Anfrage wegen möglicher Vorverlegung eines Fertigstellungstermins; Beschwerde über einen zu hohen Kostenvoranschlag; Anfrage wegen Laborkosten für einen Sportmundschutz)
- Koordination kurzfristiger zusätzlicher Kurierfahrten
- Fotodokumentation eingehender Arbeiten; Einscannen des Auftragszettels; digitale Datenspeicherung und Auftragserstellung
- allgemeine Sauberkeit und Ordnung im eigenen Arbeitsbereich halten
- Kostenvoranschläge und Rechnungen für einfache, wiederkehrende Arbeiten schreiben (z.B. Schutzschiene, Krone, Brücke)
- Kommunikation mit den Kollegen und Informationsweitergabe an die Kunden (z.B., dass ein Abdruck wiederholt werden muss; dass eine Arbeit nicht zum gewünschten Termin fertig werden kann; dass eine Arbeit teurer wird, als geschätzt)
- Kommunikation allgemein (z.B. Kontaktaufnahme mit Fräszentrum, weil Rechnung fehlerhaft; Kontaktaufnahme mit Lieferanten, um Sonderangebot anzufragen)
- etc.

Gehen Sie hierbei ruhig kleinschrittig vor, eine gründliche Vorarbeit wird sich in den nächsten Schritten und in Bezug auf eine erfolgreiche Einarbeitung auszahlen. Sie nehmen dadurch mögliche Fallstricke gedanklich nämlich bereits vorweg und helfen Ihrem Mitarbeiter dabei, darüber gar nicht erst zu stolpern.

Gründliche Vorarbeit

**Tragen Sie Anforderungen zusammen**

In einem nächsten Schritt stellen Sie sich nun die Frage, was der neue Mitarbeiter können muss, um seine tägliche Arbeit erfolgreich zu erledigen und vor allem auch, was er hierfür an nötigem Basiswissen braucht. Diese Informationen stellen die Grundlage für den Einarbeitungsplan dar. Sie können hierbei in Teilen auch auf das Anforderungsprofil zurückgreifen, das Sie für Ihre Stellenanzeige erstellt haben (Tab. 27):

Nötiges Basiswissen

Anforderung	Erfolgreiches Verhalten	Anforderungskriterien
direkter Ansprechpartner für Kunden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• freundliches, positives und souveränes Auftreten</li> <li>• Gesprächsaufhänger werden genutzt</li> <li>• Blickkontakt wird gehalten</li> <li>• Fähigkeit zum Smalltalk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Souveränität</li> <li>• Kommunikationsfähigkeit</li> <li>• Kontaktfähigkeit</li> </ul>
„Aushängeschild“ des Dentallabors	<ul style="list-style-type: none"> <li>• professionelles Auftreten</li> <li>• persönlicher Empfang</li> <li>• umsichtiges, hilfsbereites Verhalten</li> <li>• ansprechendes äußeres Erscheinungsbild</li> <li>• Wortgewandtheit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Professionalität</li> <li>• sprachliche Sicherheit</li> <li>• gepflegtes Erscheinungsbild</li> </ul>
flexibel auf verschiedene Kunden eingehen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• geeignete Kommunikationsebene mit verschiedenen Arten von Kunden finden</li> <li>• Kundenwünsche erkennen und darauf eingehen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anpassungsfähigkeit</li> <li>• Empathie</li> </ul>
zuverlässige Auskünfte geben können	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anfragen von Kunden sicher und korrekt beantworten, über Abläufe und Bearbeitungsstände etc. informieren können</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• branchenspezifisches Basiswissen</li> <li>• gute Auffassungsgabe</li> </ul>
Konfliktsituationen gut meistern können	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verständnis äußern, deeskalierend wirken, Ruhe bewahren, Lösungsansätze finden, sich einem Problem annehmen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objektivität</li> <li>• Kreativität</li> <li>• Verantwortungsbewusstsein</li> </ul>

5

Tab. 27: Anforderungsprofil Mitarbeiter

\*Achten Sie hierbei im Hinblick auf das Antikorruptionsgesetz darauf, ein angemessenes Entgelt für die Überlassung zu berechnen.



Begeisterung ist zwar stärker, aber grundsätzlich auch weniger beständig als Zufriedenheit. Dinge, die Kunden anfangs noch begeistert haben, können schnell zur Selbstverständlichkeit werden. Begeisterung schützt nicht vor Verärgerung oder Resignation.

## Kundenzufriedenheit – Vorteile

➤ **Umsatz und Gewinn steigern** – Zufriedene Kunden kaufen wieder, unzufriedene nicht. Höhere Wiederkaufsraten führen nachweislich zu Gewinnsteigerungen. Durch eine hohe Kundenzufriedenheit wird auch die Loyalität gesteigert, was die Abwanderung von Kunden minimiert.

Höhere  
Wiederkaufs-  
raten

➤ **Wettbewerbsvorteile** – Auf einem stark umkämpften Markt ist Kundenzufriedenheit ein wichtiger Wettbewerbsvorteil. Treue Stammkunden stabilisieren den Konkurrenzkampf und reduzieren das Risiko eines Anbieterwechsels aus unwesentlichem Anlass.

Stabiler  
Wettbewerb

➤ **Weiterempfehlungen der Kunden** – Zufriedene Kunden bringen positive Mundpropaganda und äußern Empfehlungen, die gegebenenfalls zu Neukunden führen. Ein Neukunde, der eine Leistung auf Empfehlung in Anspruch nimmt, bringt einen Vorschuss an Vertrauen mit.

Vertrauens-  
vorschuss

➤ **Weitergabe von Erfahrung** – Stammkunden können intensive Überzeugungsarbeit leisten, indem sie unentschlossenen Kunden für eine Referenz zur Verfügung stehen.

Referenz

➤ **Höhere Fehlertoleranz** – Kennzeichnend für Zufriedenheit ist eine erhöhte Toleranz gegenüber Fehlern. Ein gutes Verhältnis zum Kunden sorgt im Falle auftretender Unstimmigkeiten für eine einfachere Abwicklung der Korrektur. Dies spart langfristig Kosten ein und stellt neue Ressourcen für anderweitige Aufgabenbereiche zur Verfügung.

Einfachere  
Abwicklung  
von Korrek-  
turen

➤ **Geringere Kosten** – Neue Kunden zu gewinnen ist wesentlich aufwendiger und damit kostspieliger als die Bindung von Stammkunden. Eine loyale Stammkundschaft zu pflegen bedeutet einen geringeren finanziellen Aufwand als die Werbung und Akquise neuer Kunden.

Bindung  
von Stamm-  
kunden

➤ **Hohe Zahlungsmoral** – Zufriedene Kunden zahlen ihre Rechnungen pünktlicher als unzufriedene und kommen nur seltener in Verzug. Das Risiko eines vollständigen Zahlungsausfalls ist bei zufriedenen Kunden deutlich

Geringer  
Zahlungs-  
verzug

geringer als bei unzufriedenen. Dadurch fällt auch die Bearbeitung ausstehender Forderungen und Mahnungen einfacher und übersichtlicher aus.

**Kalkulierbare  
Aufträge**

➔ **Stabiler und berechenbarer Fluss an Einnahmen** – Stammkunden zu haben, auf deren Aufträge man sich verlassen kann, kommt der Liquidität des Unternehmens zugute, denn mit den Aufträgen Ihrer Stammkunden können Sie rechnen.

**Anregungen,  
Verbesserungs-  
vorschläge**

➔ **Kostengünstige Beratung** – Zufriedene Kunden können Anregungen und Vorschläge zur Verbesserung liefern. Verbesserungsvorschläge können spontan im täglichen Kontakt geäußert oder gezielt im Rahmen einer Kundenbefragung generiert werden.