

QM in der Zahnarztpraxis Muster-QM-Handbuch

So führen Sie ein QM-System in Ihrer Praxis ein, das die Anforderungen der QM-Richtlinie des G-BA und der ISO 9001:2015 erfüllt - und verbessern damit Ihre Praxisprozesse!

1. Auflage 2016. CD.
ISBN 978 3 8111 3342 6

Weitere Fachgebiete > Medizin > Human-Medizin, Gesundheitswesen >
Krankenhausmanagement, Praxismanagement

Zu Inhaltsverzeichnis

schnell und portofrei erhältlich bei

**beck-shop.de**
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

QM in der Zahnarztpraxis

NEWSLETTER | AUSGABE I | MAI 2013



Editorial



Liebe Zahnärztinnen, liebe Zahnärzte,

unser Gesundheitswesen wird auch in Zukunft vor der Herausforderung stehen,

Leistungen in Hinblick auf den demografischen Wandel und den kostentreibenden technischen Fortschritt zu finanzieren. Spannend bleibt dabei die Rolle der Versicherungen. Wohin steuert die Krankenversicherung nach der Bundestagswahl 2013?

Was schon jetzt feststeht: Der Patient wird für mehr Leistung auch mehr bezahlen müssen. Im Gegenzug dazu wird er auch in höherem Maße wie bisher Informationen und Transparenz rund um seine Behandlung einfordern, was ihm zukünftig auch rechtlich zugesichert wird.

Das „Gesetz zur Verbesserung der Rechte von Patientinnen und Patienten“, kurz „Patientenrechtegesetz“, schafft mehr Autonomie, Transparenz und Rechtssicherheit für Patienten. Ihre Patienten müssen umfassend und verständlich über Untersuchungen, Diagnosen, die Behandlung und deren Risiken und Kosten informiert werden. Ihr QM-System bildet eine gute Voraussetzung, um diese rechtlichen Forderungen zu erfüllen. Mithilfe Ihrer QM-Dokumentation können Sie die Umsetzung konform den gesetzlichen Vorgaben zu jedem Zeitpunkt des Prozesses der Patientenbetreuung nachweisen. So sind Sie auf der rechtlich sicheren Seite!

Nicht nur den Patienten werden in Zukunft mehr Rechte eingeräumt, auch Sie erhalten vom Gesetzgeber mehr Möglichkeiten, über Ihre Leistungen zu informieren und diese nach außen zu bewerben. Eine gute

Nachricht: Der „Kittel-Paragraf“ im Heilmittelwerbe-gesetz entfällt und damit werden die Werberichtlinien für Ärzte gelockert. Das ist sicher auch ein Ansporn für jede Praxis, über Marketingstrategien nachzudenken. Gerade in der Phase der Neugründung ist die richtige Vorgehensweise von Anfang an wichtig.

Im höchst sensiblen Bereich der Hygiene und des Arbeits- und Gesundheitsschutzes hat sich einiges getan. Dies war für uns Anlass, den Ratgeber „Hygienemanagement“ an die gesetzlichen Neuerungen anzupassen. Von welchen gesetzlichen Neuerungen sprechen wir? Im Oktober 2012 wurde die überarbeitete RKI-Empfehlung „Anforderungen an die Hygiene bei der Aufbereitung von Medizinprodukten“ veröffentlicht. Sie stellt die größte Änderung im Bereich der Infektionsprävention für zahnärztliche Einrichtungen seit 2001 dar und ist weit mehr als eine „Empfehlung“ – vielmehr hat sie einen verbindlichen Rechtscharakter.

Hinzu kommt im Mai 2013 die neue Biostoffverordnung (BioStoffV). Neu ist, dass die Biostoffverordnung nicht nur Maßnahmen zum Schutz der Beschäftigten regelt, sondern auch andere Personen einschließt, die durch Biostoffe gefährdet werden können, wie z.B. Patienten oder externe Dienstleister.

Am Schluss gestatten Sie mir einen „Blick über den Tellerrand“ hinaus: Dass die Implementierung eines ganzheitlichen QM-Ansatzes auch in einem Freizeit-Fußballverein möglich ist, hat Kevin Perseis im vergangenen Jahr im Wettbewerb um den Walter-Masing-Preis (Qualitätspreis) gezeigt. Er hat mit dem Team seiner „katalanischen“ Fußballfreunde bewiesen, dass es auch in einem Freizeitverein möglich ist, ein nachhaltiges Qualitätsverständnis zu entwickeln und zu verankern. Wenn schon die Beschäftigung mit

Auf einen Blick

Editorial	1
Patientenrechtegesetz	1
Arzt und Patient auf Augenhöhe	2
Arbeitssicherheit	2
Neue Biostoffverordnung 2013 erfordert Anpassungen des QM-Systems	2
Heilmittelwerbe-gesetz	3
„Kittel-Paragraf“ im HWG fällt weg	3
Praxismarketing	3
Praxisneugründung – mit Marketing zur Corporate Identity	3
Studie: Ärzte befürworten Praxismarketing.	4
Qualitätsmanagement	3
Neue Norm für QM-Systeme im Gesundheitswesen	4
Impressum	4

QM im Ehrenamt als wichtig erachtet wird, um wie viel sinnvoller und wichtiger muss es für Sie als Unternehmer sein, die ganze Palette der QM-Instrumente und -Methoden für Ihren Erfolg zu nutzen.

Ich wünsche Ihnen eine gute Zeit!

Ihre

Angelika Pindur-Nakamura
Herausgeberin

Patientenrechtegesetz

Arzt und Patient auf Augenhöhe

Das vorab viel diskutierte Patientenrechtegesetz – „Gesetz zur Verbesserung der Rechte von Patientinnen und Patienten“ – ist am 26.02.2013 in Kraft getreten. Es soll mehr Autonomie, Transparenz und Rechtssicherheit für Patienten schaffen.

Leitbild ist der „mündige Patient, der informiert und aufgeklärt wird und so dem Arzt auf Augenhöhe gegenüber treten kann“, so der Gesundheitsminister Daniel Bahr. Das neue Gesetz fasst die bisherigen rechtlichen Grundlagen und die Rechtsprechung zu den Patientenrechten und zu den Pflichten von Ärzten zusammen und erweitert sie in einigen Aspekten. Festgelegt wird dies in acht neuen Paragraphen im Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB).

Die Neuregelungen umfassen die Behandlung nach fachlichem Standard, die Informations-, Aufklärungs- und Dokumentationspflichten für Ärzte, die Patienteneinwilligung, die Einsichtnahme in die Patientenakte sowie die Regelungen zur Beweislast bei Behandlungsfehlern. Im Klartext heißt das für Sie: Ihre Patienten müssen ausführlich und verständlich über Untersuchungen, Diagnosen sowie die Behandlung und deren Risiken informiert werden. Darüber hinaus muss der Patient aber auch über die voraussichtlich anfallenden Kosten einer Behandlung aufgeklärt werden. Dies muss rechtzeitig erfolgen – und nicht nur schriftlich. Unter bestimmten Bedingungen sind Sie als Zahnarzt auch verpflichtet, Ihre Patienten über Behandlungsfehler zu informieren.

Weiter wird im Gesetz gefordert, dass die Behandlung selbst vollständig und sorgfältig dokumentiert werden muss. Patienten haben zudem das Recht, ihre Patientenakte einzusehen. Dies kann vonseiten des Zahnarztes nur unter streng geregelten Bedingungen abgelehnt werden.
Autorin: Angelika Pindur-Nakamura

Arbeitssicherheit

Neue Biostoffverordnung 2013 erfordert Anpassungen des QM-Systems

Mit Inkrafttreten der neuen Biostoffverordnung (BioStoffV) im Mai 2013 werden die Änderungen der EU-Richtlinie 2010/32/EU („Nadelstich-Richtlinie“) umgesetzt. Vorrangiges Ziel ist die Vermeidung von Verletzungen und Infektionen durch scharfe und spitze Instrumente.

In Ihrer Zahnarztpraxis ist ein intensiver Kontakt Ihrer Mitarbeiter mit biologischen Arbeitsstoffen gegeben. Sie als Zahnarzt sind hier gefordert, die Anforderungen der neuen BioStoffV in die Praxis zu übertragen. Damit Sie sich mit den Neuerungen vertraut machen können, haben wir die wichtigsten Änderungen für Sie zusammengefasst.

Überblick: Die zentralen Änderungen der Biostoffverordnung für Ihre Praxis

• Anwendungsbereich

Neu ist, dass die BioStoffV fortan nicht nur Maßnahmen zum Schutz der Beschäftigten regelt, sondern auch andere Personen einschließt, die durch Biostoffe gefährdet werden können, z.B. Patienten oder externe Dienstleister.

• Begriffsdefinitionen

Neu sind Definitionen für „Beschäftigte“, „Arbeitgeber“, „fachkundig“ und „Technischer Kontrollwert (TKW)“. Der TKW beurteilt die Wirksamkeit von technischen Schutzmaßnahmen bei der Konzentration von Biostoffen in der Luft, z.B. Schweißrauch bei Elektrokoagulation.

• Gefährdungsbeurteilung

Für Tätigkeiten mit geringer Infektionsgefährdung gibt es eine gute Nachricht: Die formalen Anforderungen werden vereinfacht und von den Anforderungen zur Schutzstufenordnung befreit. **Wichtig für Sie:** Die Gefährdungsbeurteilung muss nach wie vor von einer fachkundigen Person, z.B. von der Fachkraft für Arbeitssicherheit, durchgeführt und gemäß den neuen Anforderungen mindestens alle zwei Jahre (!) überprüft und bei Bedarf aktualisiert werden. Bis dato musste die Gefährdungsbeurteilung längstens im Abstand von fünf Jahren durchgeführt werden.

• Schutzmaßnahmen und Wirksamkeitskontrollen

Achten Sie darauf, erforderliche Schutzmaßnahmen zur Sicherheit und zum Schutz der Gesundheit der Beschäftigten zu ergreifen. Schutzmaßnahmen müssen die Einhaltung allgemeiner Hygienemaßnahmen entsprechend der TRBA 500. Hierbei sind neben der Infektionsgefährdung auch sensibilisierende und/oder toxische Wirkungen der biologischen Arbeitsstoffe zu berücksichtigen. Die Funktion und Wirksamkeit müssen regelmäßig geprüft werden. Die zugrunde liegenden Zeitintervalle legen Sie mit Ihrer Gefährdungsbeurteilung fest.

Tipp: Die Wirksamkeitskontrolle der in der Gefährdungsbeurteilung definierten Schutzmaßnahmen kann im Rahmen der internen Audits erfolgen.

• Schutzmaßnahmen ab Schutzstufe 2

Da Sie in Ihrer Zahnarztpraxis Kontakt mit biologischen Arbeitsstoffen haben, die primär den Schutzstufen 2 und 3 zugeordnet werden können, muss ein geeigneter Hygieneplan bereitstehen. Ferner müssen Sie die sichere Entsorgung spitzer und scharfer Instrumente in geeigneten Kanülenabwurfbehältern sicherstellen.

• Betriebsstörungen, Unfälle und Notfälle

Um die Auswirkungen auf die Sicherheit und Gesundheit der Beschäftigten zu minimieren und einen normalen Betriebsablauf nach einem Vorfall, z.B. nach einer Stichverletzung, wiederherzustellen, sind bestimmte Maßnahmen erforderlich. Abhängig davon, welche Biostoffe verwendet werden, ist insbesondere Folgendes festzulegen:

- Maßnahmen zur Ersten Hilfe
- Maßnahmen, um eine Verschleppung von Biostoffen zu verhindern
- Desinfektions- oder Dekontaminationsmaßnahmen
- Verfahren für Unfallmeldungen

Beachten Sie außerdem die Unterweisungspflicht neuer Mitarbeiter bei Beschäftigungsbeginn und dann wiederkehrend im Abstand von 12 Monaten.

• Betriebsanweisungen und Unterweisungen

Biostoff-Betriebsanweisungen müssen künftig folgende Bestandteile umfassen: mögliche Gefahren, Schutzmaßnahmen, Hinweise zur Ersten Hilfe und Informationen zur Entsorgung von Biostoffen. Die Unterweisung muss vor Aufnahme der Beschäftigung und mindestens einmal jährlich mündlich durchgeführt werden. Richten Sie Unterweisungen stets darauf aus, ein wirkliches Sicherheitsbewusstsein zu schaffen.

Die Neuregelungen der BioStoffV betreffen in erster Linie die Anforderungen an die Durchführung und

Dokumentation der Gefährdungsbeurteilung. Stellen Sie daher sicher, dass diese zeitnah umgesetzt werden. Sofern Sie von einer externen Fachkraft für Arbeitssicherheit betreut werden, sollten Sie gewährleisten, dass eine Aktualisierung der bestehenden Gefährdungsbeurteilung zeitnah erfolgt.

Ihre Aktualisierung enthält ein Musterdokument auf dem neuesten Stand, mit dem Sie die Dokumentation Ihrer Gefährdungsbeurteilung auch gemäß der neuen BioStoffV rechtssicher durchführen können.

Autor: Mario Krauß

Heilmittelwerbegesetz

„Kittel-Paragraf“ im HWG fällt weg

Das Heilmittelwerbegesetz (HWG) bildet neben dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) und den Berufsordnungen den rechtlichen Rahmen für Werbung im deutschen Gesundheitswesen. Mit dem Wegfall des sogenannten „Kittel-Paragrafen“ lockert der Gesetzgeber die Werberichtlinien für Ärzte.

Sofern Ärzte und Zahnärzte z.B. in Patientenbroschüren oder auf der Praxis-Homepage nicht nur über ihre eigenen zahnärztlichen Leistungen, sondern auch für bestimmte Verfahren oder Produkte – auch Medizinprodukte – werben wollen, kommen sie in Berührung mit dem Heilmittelwerbegesetz. Sinn und Zweck des HWG ist insbesondere das Verbot der irreführenden Werbung.

Der Gesetzgeber hat im Oktober 2012 dieses Gesetz geändert und zugunsten des Praxismarketings gelockert. Danach sind insbesondere die Neuerungen im § 11 für Ärzte von entscheidender Bedeutung. Der sogenannte „Kittel-Paragraf“ ist weggefallen. Mediziner müssen jetzt gemäß dem HWG keine Abmahnungen mehr befürchten, wenn sie auf Werbefotos Berufskleidung tragen.

Nach der gesetzlichen Änderung sind Vorher-nachher-Bilder mit Einschränkungen erlaubt. Nicht geworben werden darf nach wie vor „mit einer bildlichen Darstellung, die in missbräuchlicher, abstoßender oder irreführender Weise Veränderungen des menschlichen Körpers auf Grund von Krankheiten oder Schädigungen oder die Wirkung eines Arzneimittels im menschlichen Körper oder in Körperteilen verwendet“.

„Ärzte nehmen die HWG-Novelle am besten zum Anlass, ihre Website und Drucksachen zu prüfen“, rät Dr. Britta Specht, Vorsitzende von Medizinrechtsanwälte e.V.

Autorin: Angelika Pindur-Nakamura

Praxismarketing

Praxisneugründung – mit Marketing zur Corporate Identity

Aktives Marketing ist integraler Bestandteil, um die Wettbewerbsfähigkeit einer Zahnarztpraxis zu erhalten bzw. auszubauen. Dabei gilt es, eine eigene, unverwechselbare Identität zu erzeugen – die praxis-spezifische Corporate Identity.

Im Zuge einer Neugründung ergibt sich die Chance, die Praxis mithilfe einer Marketingstrategie entsprechend den Vorgaben des Eigentümers im Umfeld des Wettbewerbs prominent zu positionieren. Dazu evaluiert die Marktforschung vorab den direkten Mitbewerb, potenzielle Kunden und ihre Wünsche, Erwartungen an die optimale Praxis sowie das Angebotsprofil der eigenen Praxis. Hier spielen Fragestellungen eine Rolle wie: Was bieten die Zahnärzte in unmittelbarer Nähe? Wie kann ich mich absetzen? Was kann ich anbieten, das die anderen nicht haben?

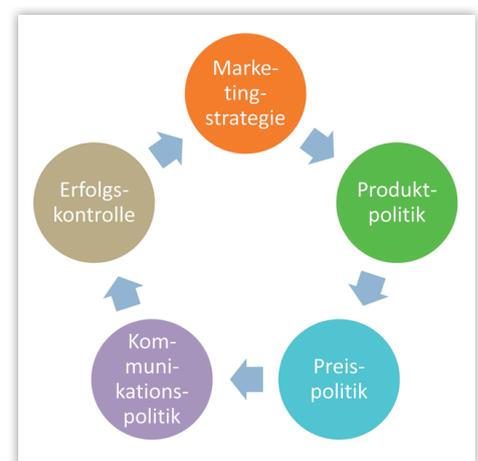
Danach werden Ziele und Maßnahmen festgelegt, und zwar operative (kurzfristige) und strategische (langfristige). Internetrecherche und Patientenbefragungen sind probate Mittel zur Zieldefinierung und -umsetzung. Ein umfassendes Qualitäts-

management, inkl. der Option der Zertifizierung, kann sowohl Marketingtool als auch Voraussetzung für eine praxisspezifische Marketingstrategie sein.

Diese beinhaltet eine durchdachte Produkt- und Preispolitik: Was bietet die Praxis in welchem Umfang und zu welchem Preis an? Welche Dienstleistung bietet der Zahnarzt an (z.B. Implantation)? Wie sieht die Behandlung aus (z.B. mit 3-D-Implantation)? Wie ist die Kostenbilanz? Welcher Profit wird kurz-, mittel- und langfristig generiert?

Entscheidend ist die praxisexterne Kommunikation der Praxisleistungen und der Praxisidentität. Ein Logo auf Visiten- und Terminkarte, Flyer, Briefkopf und Briefumschläge und vor allem eine übersichtliche Internetseite mit allen wichtigen Informationen über die Praxis lassen ein einheitliches Bild der Praxis nach außen entstehen. Die Praxis erhält so einen Wiedererkennungswert bei den Patienten.

Die regelmäßige betriebswirtschaftliche Auswertung (Erfolgskontrolle) der Maßnahmen hat zwingend in regelmäßigen Intervallen zu erfolgen. Eine Neugründung birgt viele Risiken und Unwägbarkeiten in sich, aber auch die Chance, von Beginn an eine eindeutige Marktpositionierung zu erreichen und diese weiterzuentwickeln. Wichtige Faktoren bei einer Neugründung sind:



Autorin: Kerstin Vintzileos

Studie: Ärzte befürworten Praxismarketing

Im Vergleich zum Vorjahr ist der Anteil der Ärzte, die Praxismarketing grundsätzlich befürworten, erneut gestiegen. Die Hälfte der Befragten hält Marketing für wichtig. Das zeigt die Studie „Ärzte im Zukunftsmarkt Gesundheit 2012“ der Stiftung Gesundheit.

Auffällig ist, dass es deutlich weniger Gegner von Marketing gibt. 2009 sprach sich fast ein Drittel der Ärzte gegen Marketing aus, heute ist es weniger als ein Viertel. In welche Marketingmaßnahmen wird nun investiert? An erster Stelle liegt nach wie vor mit 70,7 % die Internetpräsenz, z.B. per Homepage oder Eintrag in Internetverzeichnisse. An zweiter Stelle geben die Befragten mit 59,3 % die eigenen Praxismitarbeiter als wichtige Marketingmaßnahme an. Mit 44,8 % hat die klassische Visitenkarte das „äußere Erscheinungsbild der Praxis“ im Vergleich zum Vorjahr auf den vierten Platz verdrängt. Ärzte möchten mit ihren Marketingmaßnahmen ihre Patienten in erster Linie konkret über das eigene Leistungsspektrum informieren, an zweiter Stelle neue Patienten gewinnen und danach Patienten allgemein informieren.

Auch wenn unter den Ärzten die Zahl der Befürworter von Praxismarketing steigt, so ist zu verzeichnen, dass ein geplantes und budgetiertes Marketing nach wie vor nur in wenigen Praxen stattfindet. Ein angemessenes und ausbalanciertes Budget für Marketing- bzw. Kommunikationsmaßnahmen – ausgerichtet an den individuellen Ansprüchen des Praxisinhabers und der Patienten – wird aber in Zukunft ein wichtiger Baustein der Praxisführung sein. Spätestens seit Watzlawik wissen wir: „Man kann nicht *nicht* kommunizieren!“ Das heißt: Auch wenn man bewusst auf Informationen und Werbung in der Praxis verzichtet, ist das bereits Marketing an sich. Praxisinhaber sollten daher über den Stellenwert von Marketing in ihrer Praxis nachdenken und in einem zweiten Schritt diesen zukünftig wichtigen Bereich

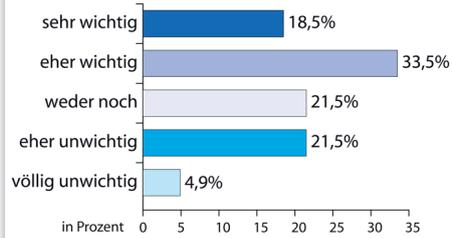
der Praxisführung nicht dem Zufall überlassen, sondern aktiv gestalten.
Autorin: Angelika Pindur-Nakamura

Interessante Links

Weitere Informationen zur Studie erhalten Sie im Internet unter:

www.stiftung-gesundheit.de

Bedeutung von Marketingmaßnahmen



Qualitätsmanagement

Neue Norm für QM-Systeme im Gesundheitswesen

Seit Dezember 2012 ist die DIN EN 15224:2012 „Dienstleistungen in der Gesundheitsversorgung – Qualitätsmanagementsysteme – Anforderungen nach EN ISO 9001:2008“ in Kraft. Die Norm wurde für alle Einrichtungen des Gesundheits- und Sozialwesens konzipiert. Experten prognostizieren, dass sie in kurzer Zeit die zentrale Qualitätsmanagementgrundlage im Gesundheitswesen sein wird. Eine Zertifizierung auf Basis dieser Norm wird erstmals Ende 2013 möglich sein, sobald das Akkreditierungsverfahren durch die DAkkS abgeschlossen ist.

Die DIN EN 15224:2012 führt einige neue Begriffe ein, die dem Sprachgebrauch der Zahnarztpraxis eher gerecht werden. So sind aus den „Kunden“ der ISO 9001 in der neuen Norm „Patienten“ geworden. Sie fokussiert zudem die bereichsspezifischen Anforderungen an die Qualität in der Gesundheitsversorgung. Es wurden elf wichtige und inhaltliche neue Qualitätsmerkmale konkretisiert, durch die das Thema Patientensicherheit stark in den Vordergrund tritt. Das bedeutet, dass die Zahnarztpraxis in ihren Ab-

läufen Risiken erkennt und Vorbeugemaßnahmen einleitet, damit Patienten nicht geschädigt werden.

Elementares Ziel der DIN EN 15224:2012 ist, „klinische Risiken“ zu identifizieren und zu minimieren. Die bestehende QM-Dokumentation wird um Regelungen des Risikomanagements ergänzt, damit Vorfälle, unerwünschte Zwischenfälle und Beinaheunfälle in den kontinuierlichen Verbesserungsprozess einfließen können.

Der prozessorientierte Ansatz hat zum Ziel, Erfordernisse und Erwartungen von Patienten und anderen interessierten Parteien (z.B. Angehörige, Kostenträger, ...) zu identifizieren und in stabile und steuerbare Prozesse zu überführen. Oberstes Ziel ist dabei die Patientenzufriedenheit.

Die Anforderungen der neuen Norm leiten sich aus der ISO 9001:2008 ab und sind in weiten Teilen deckungsgleich. In einigen Unterkapiteln gehen ihre Anforderungen über die der ISO 9001:2008 hinaus und wurden auf den spezifischen Kontext der Gesundheitsversorgung angepasst und interpretiert. Somit bedarf es bei einer Umstellung der Vertiefung einiger Aspekte, z.B. der elf Qualitätsmerkmale und des Risikomanagements.
Autor: Mario Krauß

Impressum

WEKA MEDIA GmbH & Co. KG

Sitz in Kissing, Registergericht Augsburg, HRA 13940

Persönlich haftende Gesellschafterin

WEKA MEDIA Beteiligungs-GmbH, Sitz in Kissing, Registergericht Augsburg, HRB 23695

Vertretungsberechtigte Geschäftsführer

Stephan Behrens, Michael Bruns, Werner Pehland

Bezug

WEKA MEDIA GmbH & Co. KG
Römerstraße 4, D-86438 Kissing
Fon 0 82 33.23-40 00
Fax 0 82 33.23-74 00
www.weka.de

Vi.S.d.P.

Dr. Sabine Krüger-Strohmayer, Anschrift siehe Bezug

Redaktion

Christine Le Claire
E-Mail: christine.leclaire@weka.de

Satz

Corinna Bauer, Anschrift siehe Bezug

Druck

Druckerei Marzorati Offset- und Digitaldruck
Angerstr. 10, D-86343 Königsbrunn

Vervielfältigungen jeder Art sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Genehmigung des Verlags gestattet.