

## Bericht

---



### Bericht des Vizepräsidenten

**Bundesversammlung der Bundeszahnärztekammer, 04. Juni 2021**

Prof. Dr. Dietmar Oesterreich,  
Vizepräsident der Bundeszahnärztekammer



Sehr geehrte Damen und Herren,  
liebe Kolleginnen und Kollegen,

ich freue mich sehr, dass wir uns heute wieder persönlich begegnen können und dass die Bundesversammlung wieder eine echte Versammlung ist, wenn auch mit Einschränkungen. Videokonferenzen wird es auch in Zukunft geben, davon ist auszugehen. Aber es tut auch gut, seine Kolleginnen und Kollegen regelmäßig in der analogen Wirklichkeit zu treffen. In diesem Sinne begrüße ich Sie ganz herzlich.

Bei unserer letzten Bundesversammlung, die ja erst ein halbes Jahr zurückliegt, habe ich meine Rede mit folgenden Worten beendet:

„Ich habe der Hoffnung Ausdruck verliehen, dass 2021 ein Jahr der Erleichterung und Normalisierung wird. Man weiß nie, was kommt, aber ich bin vorsichtig optimistisch, dass das kommende Jahr besser wird als das scheidende.“

Wir können heute sagen: 2021 wird besser als 2020. Die Inzidenzen gehen zurück, die Intensivstationen leeren sich, die Zahl der Todesopfer ist ebenfalls gesunken und die Impfquote steigt – das sind gute Nachrichten. Wir müssen uns aber auch eingestehen: Erleichterung und Normalisierung stellen sich eher schleppend ein. So schnell wie erhofft lässt sich das Corona-Virus nicht kleinkriegen. Und zur Wahrheit gehört auch: Ganz verschwinden wird es nie. Insofern werden viele Themen, die wir in den vergangenen Monaten diskutiert haben, relevant bleiben. Und dazu gehört auch ein Thema, für das wir Zahnärztinnen und Zahnärzte eine besondere Expertise besitzen: die Hygiene.

## Hygiene

Wenn über die Zeit nach der Pandemie gesprochen wird, dann stellt sich auch beim Thema Hygiene die Frage: Gibt es eine Rückkehr zur Hygiene-Normalität vor der Pandemie oder haben wir manche Maßnahmen so verinnerlicht, dass wir sie beibehalten werden? Und wenn ja, in welchem Umfang?

Im Moment kann man diese Frage noch nicht beantworten.

Auf jeden Fall sollten wir uns in solche Debatten einmischen. Denn hier besitzen wir eine ausgewiesene Expertise und Erfahrung, die wir in die Diskussion einbringen können. Und wir besitzen beim Thema Hygiene einen Vertrauensvorsprung in der Öffentlichkeit. Das lässt sich zumindest dem Hygiene-Check entnehmen, den wir im Februar und März dieses Jahres durchgeführt haben.

Der Hygiene-Check ist Teil unserer Kommunikationsoffensive „Gesund ab Mund“, die wir im vergangenen Jahr gestartet haben. Eine repräsentative Umfrage zum allgemeinen Hygieneverhalten in Deutschland und zur Wahrnehmung von Hygiene-Maßnahmen in medizinischen Einrichtungen, u.a. Zahnarztpraxen. Wir haben damit eine gute Medienresonanz vor allem in Regional- und Fachmedien erzielt. Und konnten der Öffentlichkeit zeigen, wie professionell die Zahnmedizin seit Jahren Hygiene praktiziert. Und wir haben bei der Befragung interessante Ergebnisse erhalten, die wir alle als Bestätigung unserer Arbeit betrachten können. Denn in Sachen Hygiene sind wir nicht nur Spitze – wir werden von der Öffentlichkeit auch so wahrgenommen.

Das größte Vertrauen in Sachen Hygiene genießen Zahnärztinnen und Zahnärzte, gefolgt von Hausärzten. 88 Prozent der Befragten haben die Erfahrung gemacht, dass in Zahnarztpraxen besondere Hygiene-Vorkehrungen getroffen werden, bei Allgemeinmedizinerinnen vermuten dies 84 Prozent. Zum Vergleich: Von besonderen Hygiene-Maßnahmen in Krankenhäusern gehen nur 65 Prozent der Befragten aus, also etwa zwei Drittel. Man sieht: Der hohe Hygieneaufwand in Zahnarztpraxen lohnt sich. Erst einmal praktisch, weil es kein nennenswertes Infektionsgeschehen

im Umfeld von Zahnarztpraxen gab. Aber auch dem Ansehen unseres Berufsstandes tut es gut, dass der hohe Hygiene-Aufwand von den Patientinnen und Patienten wahrgenommen und gewürdigt wird. Und schlussendlich: Wo Vertrauen besteht, da kommen die Patientinnen und Patienten.

Die Hygiene wird wichtig bleiben für die Patienten, davon dürfen wir ausgehen. Und wir sollten dieses Thema weiter vorantreiben, mit unserer Expertise nicht hinterm Berg halten, sondern sie auf allen Ebenen aktiv anbieten. Auf Bundesebene tun wir dies in persönlichen Gesprächen, aber auch in den „Gesundheitspolitischen Positionen“, mit denen wir uns an die wahlkämpfenden Parteien wenden.

Kommunikationsoffensive „Gesund ab Mund“

Ich habe unsere Kommunikationsoffensive „Gesund ab Mund“ bereits erwähnt. Das Thema Hygiene hat bisher einen hohen Stellenwert in der Kommunikationsoffensive gehabt.

Dazu gehörte der Hygiene-Check, die Social-Media-Kommunikation und ein kurzer Video-Spot, der dem Zuschauer einen Eindruck vermittelt, mit welchem Hygieneaufwand in Zahnarztpraxen gearbeitet wird, um Infektionen zu verhindern. Alle Maßnahmen hatten dieselbe Botschaft: Die Praxen sind sicher, weil wir Zahnärztinnen und Zahnärzte Hygiene können. Und das scheint angekommen zu sein, vor allem auch durch die tägliche Arbeit in den Zahnarztpraxen.

Das Thema Hygiene wird relevant und ein wichtiger Teil unserer Kommunikation bleiben. Aber wir wissen auch: Wenn das Impfen voranschreitet und die Infektionszahlen weiter sinken, dann werden sich andere Themen allmählich an Corona und Hygiene vorbeidrängeln. Und auch wir wollen den Themenfächer stärker ausbreiten und haben auf der Gesund-ab-Mund-Webseite bereits begonnen. Das soziale Engagement der Zahnärzteschaft im In- und Ausland, das Thema Ausbildung und Fachkräftesicherung und natürlich die neuen Leistungen zur systematischen Parodontitis-Behandlung – solche Themen sollen verstärkt kommuniziert werden. Sie alle helfen, das Bild der Zahnmedizin in der öffentlichen Wahrnehmung zu korrigieren. Ein echtes, sympathisches, modernes Bild unseres Berufes zu transportieren.

Und dann stehen die Bundestagswahlen Ende September an. Es hat ja etwas länger gedauert, bis vermutlich entscheidende Personalien geklärt wurden. Aber jetzt besteht Klarheit, wer antritt und auch die programmatische Arbeit ist bei fast allen Parteien abgeschlossen. Wir haben uns die Parteiprogramme angeschaut, unsere Botschaften an die jeweiligen Parteien angepasst und im Rahmen der Kommunikationsoffensive gezielt in Richtung der politisch Aktiven und Interessierten kommuniziert. Dafür haben wir in relevanten Entscheider-Medien – zum Beispiel Süddeutsche Zeitung, Tagesspiegel Checkpoint, FAZ – während der Parteitage unsere Botschaften platziert, die auf die jeweiligen Parteien abgestimmt sind.

Beim SPD-Parteitag ging es um das Thema Bürgerversicherung, bei dem wir sehr unterschiedliche Auffassungen haben.

Die FDP haben wir bestärkt, die Freien Berufe vor überbordender Bürokratie zu schützen. Den Grünen bieten wir das Gespräch über Nachhaltigkeit in der Zahnmedizin an. Dieser differenzierte Ansatz ermöglicht es uns, die Parteien mit den Themen anzusprechen, die sie bewegen und sie mit dem zu verbinden, was uns wichtig ist.

Und die Zahlen sind gut. Bei dem Mediaflight zum FDP-Parteitag zum Beispiel lag die Reichweite, die sogenannten Impressions, bei 497.520. Unsere Webseite wurde 578-mal über diese Schaltung aufgerufen. Bei den Impressions lagen wir deutlich über dem, was erwartet wurde. Thema und Tonalität passten also genau zu der Zielgruppe - und darum geht es. Kleine Randnotiz: Man kriegt bei diesen Schaltungen ein Gefühl für die öffentliche Stimmung. Jetzt sind wir umso mehr

gespannt auf die Parteitage von Bündnis 90 / Die Grünen und der CDU. Das öffentliche Interesse dürfte bei diesen beiden Parteien nochmal höher sein. Die grüne Basis hat erhöhten Gesprächsbedarf und die CDU bisher noch gar kein Programm vorgelegt.

Uns allen muss aber auch klar sein: Wir stehen vor einer Richtungswahl – auch in der Frage der Zukunft des Gesundheitssystems in Deutschland. Deswegen gilt es, sich hier klar und deutlich zu positionieren.

Unsere tägliche Kommunikationsoffensive ist auch das Tagesgeschäft der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Ich habe es schon letztes Mal geschildert, möchte es aber an dieser Stelle gerne noch mal wiederholen. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Bundeszahnärztekammer und in den Landeskammern haben ihren Job großartig gemacht in diesen ungewöhnlichen und schwierigen Zeiten. Das betrifft diejenigen, die die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit verantworten, aber auch alle anderen, die ihnen inhaltlich zuarbeiten.

Die vielen Medienanfragen während der Pandemie zeigen, dass man uns vertraut. Und man vertraut uns, weil wir auf Kommunikation mit Substanz setzen statt auf Effekthascherei. Dabei muss es auch bleiben. Eine verständliche Sprache und professionelle Aufbereitung der Themen sind wichtig - und manchmal muss man auch zuspitzen. Aber wir setzen weiter auf Fakten statt Fake News, auf Wissenschaft statt Bauchgefühl, auf Solidität statt übertriebener Inszenierung. Vertrauen ist die Basis für das Verhältnis von Zahnarzt und Patient. Und es ist auch die Basis für das Verhältnis zwischen Zahnärztekammern und politischer Öffentlichkeit.

Das heißt nicht, dass man zahnärztliche Themen staubtrocken aufbereiten muss. Im Gegenteil: Sowohl bei der Kommunikationsoffensive „Gesund ab Mund“ als auch bei der Initiative proDente, die die BZÄK-Öffentlichkeitsarbeit in Richtung Patienten unterstützt, gibt es auch leicht verdauliche Informationen. Im Corona-Jahr 2020 hat proDente mit seiner Kommunikation über 328 Millionen Leser, Hörer und Zuschauer erreicht – ein Wert, der sich sehen lassen kann.

## Prävention

Die Corona-Pandemie hat in Erinnerung gerufen, was gerne vergessen wird: Eine Erkrankung verhindern ist besser, als eine Krankheit zu behandeln. Womit wir beim Thema Prävention wären.

Wir können viele Erfolge vorweisen beim Kampf gegen Munderkrankungen, sei es Karies oder Parodontitis. Und dennoch: Munderkrankungen sind immer noch weit verbreitet in Deutschland, obwohl sich die Verbreitung mit einer besseren Prävention eindämmen ließe.

Auf politischer Ebene ist derzeit eine Novellierung des Präventionsgesetzes geplant. Leider wird die zahnärztliche Expertise nicht ausreichend genutzt - und das trifft auch bei der Umsetzung der Prävention in Lebenswelten zu. Da werden wir dranbleiben und uns aktiv einbringen.

Wir haben in unseren Gesundheitspolitischen Positionen zur Bundestagswahl unsere Expertise angeboten und auf bestehenden Handlungsbedarf hingewiesen. Beispiel vulnerable Zielgruppen: Das Versorgungsstärkungsgesetz hat Verbesserungen in der Alters- und Behindertenzahnheilkunde ermöglicht. Aber: Aus unserer Sicht ist der betroffene Personenkreis zu eng gefasst. Nicht alle Menschen werden erreicht, die eine zahnmedizinisch relevante Behinderung haben. Hier muss nachgearbeitet werden, um auch bei Menschen mit Behinderung oder in sozial schwieriger Lage stärker präventiv wirken zu können und Munderkrankungen zu vermeiden.

Ein anderes Beispiel: Zahnärztinnen und Zahnärzte haben Zugang zu weiten Teilen der Bevölkerung. Sieht man vom Haus- oder Frauenarzt ab, gibt es kaum einen Mediziner, den die Patienten so oft sehen wie ihren Zahnarzt oder ihre Zahnärztin. Zumindest, wenn sie regelmäßig zur Prophylaxe gehen.

Hier liegt ein Aufklärungs- und Präventionspotenzial - und hier müssen wir entsprechend unserer medizinischen Kompetenz eingebunden sein. Die Zahnärztinnen und Zahnärzte könnten helfen, über systemische Krankheiten wie Diabetes, Herz-Kreislauf- oder Tumorerkrankungen aufzuklären oder sie frühzeitig zu erkennen. Bedenkt man die Alterung der Gesellschaft, ist es ein Versäumnis, dieses Potenzial ungenutzt zu lassen. Zumal es ja bekanntermaßen einen Zusammenhang zwischen Mundgesundheit und allgemeiner Gesundheit gibt. Es ist also naheliegend, wenn wir nicht nur über das Krebs-Risiko im Mund-Rachen-Raum bei Tabakmissbrauch oder über das Diabetes- und Herz-Kreislauf-Risiko bei Parodontitis informieren.

## Parodontitis

Womit wir bei dem anderen großen Thema mit P wären: Parodontitis.

Sie wissen: Ab dem 1. Juli 2021 gibt es ein neues wissenschaftliches Therapiekonzept für die Behandlung und Verlaufskontrolle der GKV-Versicherten. Die Kassenzahnärztliche Bundesvereinigung und der GKV-Spitzenverband haben sich auf eine PAR-Richtlinie geeinigt - Kompliment an die KZBV für das Ergebnis! Festgelegt wurden neben der Bewertung die Leistungsbeschreibungen und Abrechnungsbestimmungen.

By the way – Mittlerweile schaue ich auf zahlreiche erfolgreiche Projekte gemeinsam mit der KZBV zum Thema Alterszahnheilkunde, frühkindliche Karies, Parodontitis und auch bei der Patientenberatung. Zeichen einer guten erfolgreichen Arbeit beider Organisationen zum Wohle der Patienten und des Berufsstandes.

Wir alle kennen es aus unserer zahnärztlichen Praxis: Die Patientinnen und Patienten wissen zu wenig über die Parodontitis. Die Weltgesundheitsorganisation hat gerade erst die wichtige Rolle der Mundgesundheit für die gesamte Gesundheit mit einer eigenen Resolution hervorgehoben. Aber dieser Zusammenhang von Mundgesundheit und allgemeiner Gesundheit, den wir ja auch mit „Gesund ab Mund“ kommunizieren, ist in der Bevölkerung nur unzureichend bekannt. Selbst die Patientinnen und Patienten, die an einer Parodontitis erkrankt waren, wissen oft nicht, wie wichtig die regelmäßige Nachsorge ist.

Die Bedeutung dieser Krankheit muss an die Zielgruppe vermittelt werden. Das wird neben der Kommunikation und Interessenvertretung zur Bundestagswahl in der zweiten Jahreshälfte eine wichtige Aufgabe für die Bundeszahnärztekammer. Wir werden aufklären über die Früherkennung möglicher Symptome und Risiken einer Parodontitis, über Prävention und die Therapiemöglichkeiten, die zur Verfügung stehen. Die Bundeszahnärztekammer wird deshalb eine Kommunikations- und Aufklärungsoffensive starten. Ein Vorteil: Das Thema Parodontitis fügt sich hervorragend ein in die bestehende „Gesund ab Mund“-Kommunikation. Wir haben also schon ein kommunikatives Dach. Denn gerade bei der Parodontitis ist der Zusammenhang von Mund- und Allgemeingesundheit besonders stark. Wir werden Sie wie gewohnt zu der Kommunikationsoffensive und den Planungen selbstverständlich auf dem Laufenden halten.

Gestatten Sie mir zum Abschluss noch ein paar Worte zum Thema demografischer Wandel:

Es geht mir nicht um die allgemeine Alterung der Gesellschaft, obwohl die älter werdenden Patientinnen und Patienten auch auf unsere Arbeit in den Praxen Einfluss haben. Mir geht es um die demografischen Veränderungen in der Zahnärzteschaft und in den Praxen.

Worum es mir hier geht: Es gibt Veränderungen, die wir nicht ignorieren, sondern aktiv aufgreifen sollten:

1. Unser Beruf wird weiblicher. Vor gut zehn Jahren, im Jahr 2010, gab es knapp 28.000 Zahnärztinnen in Deutschland, 2019 waren es bereits 33.500. Hält der Trend an, gibt es bald mehr Zahnärztinnen als Zahnärzte. Und die Absolventenzahlen lassen vermuten,

dass dieser Trend anhält: Etwa zwei Drittel der Hochschulabsolventen sind weiblich.

2. Immer weniger Studierende, die ihr Zahnmedizin-Studium erfolgreich absolviert haben, streben sofort nach Selbständigkeit und eigener Niederlassung. Die Zahl der niedergelassenen Zahnärzte ist zwischen 2010 und 2019 von rund 54.700 auf unter 49.000 gesunken, die Zahl der angestellten Kolleginnen und Kollegen ist im gleichen Zeitraum kontinuierlich gestiegen – auch das ein stetiger Trend.

Diese demografischen Trends haben Auswirkungen auf die Erwartungen unserer Kolleginnen und Kollegen, für die Versorgungslage in Stadt und Land und auf die Standespolitik insgesamt. Darüber wird zu reden sein, wenn es um die künftige Standespolitik geht. Mit der AS-Akademie und unserem Netzwerk mit bdzm und BdZA haben wir bereits geeignete Möglichkeiten geschaffen um den Nachwuchs zu erreichen. Aber reicht das aus?

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

2021 wird besser als 2020 – davon bin ich überzeugt. Und ich ergänze: die zweite Hälfte des Jahres wird deutlich besser als die erste. Und das liegt nicht nur daran, dass der Sommer vor uns liegt. Ich wünsche uns allen, dass wir selbst und unsere Familien gesund bleiben – es sind ja noch längst nicht alle geimpft. Und ich hoffe, dass bei unserer nächsten Bundesversammlung das Thema Corona nur noch eine untergeordnete Rolle spielt. Denn es gibt auch ohne Corona genug zu tun.

In diesem Sinne herzlichen Dank!

