

„Hier ist das Business-Magazin mit Max Lehrer

Dass man bei der Hamburger Kette Tchibo nicht nur Kaffee bekommt ist bekannt, nun erweitert das Unternehmen seine Produktpalette um günstigen Zahnersatz. Ab dem 23.Juli können Tchibo-Kunden in den Filialen eine so genannte ZahnersatzCard erwerben, die einen Rabatt von bis zu 50% auf Zahnersatz verspricht. Die Skepsis der hessischen Zahnärztervertretungen ist groß. Ich habe mit Stephan Allroggen, dem Vorstandsvorsitzenden der Kassenzahnärztlichen Vereinigung Hessen, über die ZahnersatzCard von Tchibo gesprochen.

Was bereitet Ihnen am meisten Sorgen?

Vor allem die Behandlung ist Vertrauenssache. In der Regel, wenn Zahnersatz gebraucht wird, das ist nicht am Beginn einer zahnärztlichen Behandlung, sondern meistens am Ende eines umfassenden Therapiekonzeptes, da ist ein Vertrauensverhältnis aufgebaut. Wenn der Patient dann zu diesem Zeitpunkt mit der ZahnersatzCard kommt, kann es natürlich passieren, dass der Zahnarzt sagt: Nein, ich bin ja nicht verpflichtet dieses Angebot anzunehmen. Er ist ja letztendlich der Auftraggeber für die Zahntechnik und dann wird der Patient möglicherweise genötigt sein, seinen Zahnarzt zu wechseln weil er zuvor für 24 Euro eine ZahnersatzCard bei Tchibo erworben hat.

Und wie sieht es mit der Qualität aus? Gibt es hier überhaupt schon Langzeitstudien, auf die man sich berufen könnte?

Also über die Qualität dieser zahntechnischen Produkte können wir keine Aussage treffen. Wir haben da keine Vergleichsstudien, die etwa Importzahnersatz mit heimischem Zahnersatz vergleichen. Und wir haben schon überhaupt keine Studien, die belegen könnten, dass der Importzahnersatz eine andere qualitative Ausrichtung hat als heimischer Zahnersatz. Ich glaube, letztendlich ist die Frage des Gefüges der Entstehungskosten von Zahntechnik hierbei die entscheidende. Natürlich wird der Lohn für einen Zahntechniker in Manila oder in China oder wo auch immer auf dieser Welt, geringer sein, als in Deutschland. Und daraus werden offensichtlich die Preisvorteile generiert.

Welche Personengruppe sehen Sie denn als potentielle Käufer?

Also ich glaube, dass ja diese ZahnersatzCard ohnehin nur von Verbraucherinnen und Verbrauchern erworben wird, die eine Zahnersatzversorgung in Aussicht haben. Ich glaube, Patienten mit einem völlig intakten Gebisszustand oder die gerade eine frische Sanierung bekommen haben, die gehören ja sicherlich nicht zum Interessentenkreis für diese Karte. Diejenigen, die die Karte kaufen, wollen natürlich diese kleine Investition von 24 Euro und das Versprechen von 50% Rabatt dann auch realisieren und werden dann sicherlich bei Ihrer Hauszahnärztin, ihrem Hauszahnarzt auflaufen und sagen: Ich habe jetzt hier einen Rabattberechtigungsschein, so will ich es mal nennen. Aber dann kommt es wiederum darauf an, ob denn der Zahnarzt überhaupt mit diesem Dentalimporteur kooperieren möchte. Und in vielen Fällen wird er möglicherweise sagen: Das mache ich gar nicht, weil die Herstellung von zahntechnische Produkten ist eben auch auf Grundlage eines langjährigen Vertrauensverhältnisses entstanden und da sind die Kommunikationen zwischen Zahnarztpraxis und zahntechnischem Labor natürlich schon von besonderer Bedeutung.

Kann man Zahnersatz überhaupt als handelsübliche Ware anbieten?

Zahntechnisches ist eben keine Handelsware. Man kann nicht bei Zahntechnik vergleichen, wie bei anderen Produkten, die man im täglichen Leben braucht und dann sagt: Das Produkt möchte ich gerne haben und jetzt gucke ich nur mal nach dem günstigen Preis. Es ist halt ein handwerkliches Produkt, was im Grunde genommen eine manuelle Fertigungstiefe von bis zu 100 % hat in vielen Bereichen und da ist schon eine langjährige Erfahrung zu notwendig, dass es dann auch optimal sitzt und passt. Und denken Sie noch an das Thema, wenn es mal Reklamationen geben sollte oder mal Nachbesserungen erforderlich sind. Auch da haben wir Bedenken, dass das aus Patientensicht so schnell und so reibungslos funktionieren kann, wie mit dem zahntechnischen Meisterlabor, was vielleicht im gleichen Ort ansässig ist. .

Das war Stephan Allroggen, Vorstandsvorsitzender der Kassenzahnärztlichen Vereinigung Hessen über die ZahnersatzCard der Hamburger Kette Tchibo, die ab dem 23. Juli 2013 in den Filialen erhältlich ist. Die Kassenzahnärztliche Vereinigung Hessen bezieht klar Stellung: Individualität und Vertrauen stehen beim Zahnersatz an erster Stelle und nicht der Preis.“