

Die Monatszeitung für das zahntechnische Labor | www.zt-aktuell.de

Spezialisierungen gefährlich?	Labor als beratender Partner	Ästhetik in Team (2)	Event mit Tradition
FVDZ-Bundesvorsitzender Dr. Karl-Heinz Sundmacher über Markt und Wettbewerb in der zahnmedizinischen Versorgung.	Um ihre Kunden aktiv zu unterstützen, müssen Labore nicht reagieren, sondern agieren. So kann des Einen auch des Anderen Erfolg sein.	Drei Pädagogen berichten über ein Schulprojekt der besonderen Art – diesmal über Patientenanalyse, Farbmessung und Schichtung.	Zum mittlerweile neunten Mal fand in Berlin das Prothetik Symposium von Merz Dental statt. ZT Matthias Ernst war für Sie dabei.
ZT Politik_4	ZT Wirtschaft_5	ZT Ausbildung_8	ZT Service_11

ANZEIGE



dentaltrade
...faire Leistung, faire Preise

Labor-Power!

Wir beliefern Labore bis 65% unter BEL II / BEB
Ergänzen Sie Ihr Angebot professionell und bleiben Sie erfolgreich im Wettbewerb. Wir liefern bundesweit Zahnersatz mit Garantie und TÜV-Zertifikat.

3-gliedrige NEM-Brücke
kompl., vollverb., zzgl. MwSt. **ab € 166,00**

- Bis zu 5 Jahren Garantie
- Kompl. zahn. Leistungspalette
- Bundesweite Lieferung

dentaltrade GmbH & Co. KG • Grazer Str. 2c • 28359 Bremen
☎ - freecall: (0800) 247 147 - 1 • www.labor.dentaltrade.de

VDZI-Mitgliederversammlung: Fedderwitz zu Korrekturen aufgefordert

Eingeschlagenen Weg weiter fortsetzen

Jürgen Schwichtenberg auf VDZI-Delegiertenversammlung: Dachverband wird sich auch weiterhin für Korrekturen am Festzuschuss-System einsetzen / Kritik an Fedderwitz-Vortrag

Auf der Herbst-Mitgliederversammlung des Verbandes Deutscher Zahntechniker-Innungen (VDZI) am 6. und 7. Dezember 2005 in Frankfurt am Main hat Präsident Jürgen Schwichtenberg auf das kata-

strophale Jahr „Eins“ im neuen Festzuschuss-System zurückgeblickt. Mit einem Auftrags-einbruch der zahntechnischen Meisterbetriebe in den ersten neun Monaten des vergangenen Jahres von 29,6 Prozent sei die wirtschaftliche Lage der Betriebe schlechter als beim letzten „Experiment“ mit Festzuschüssen im Jahr 1998. Für den VDZI, so Schwichtenberg, bestehe seit der Einführung des Festzuschuss-Systems das oberste Ziel, trotz der bloßen Anhörungsrechte im zuständigen Gemeinsamen Bundesausschuss konstruktiv an dessen funktionsfähiger Umsetzung mitzuwirken. Dadurch konnten Pläne, den Leistungsanspruch der Patienten noch weiter zu reduzieren, verhindert werden. Kritisch betrachtete Schwichtenberg die

Rolle der Vertreter von Krankenkassen und Zahnärzten bei der Einführung der Festzuschüsse. Als „unglaublich“ bezeichnete er schließlich den Widerstand der Zahnärzte gegen eine flexible Änderung der

gungsniveaus der Bevölkerung.

Dr. Jürgen Fedderwitz, Vorsitzender der Kassenzahnärztlichen Bundesvereinigung (KZBV), sieht dies allerdings nicht so. Sein Gastvortrag im Rahmen der Versammlung war für die meisten anwesenden Zahntechniker eine pure Provokation. „Ich weiß, dass Sie mit der Nivellierung so Ihre Probleme haben, das ist uns nicht verborgen geblieben“, gestand Fedderwitz den Zahn-technikern zu. Ansonsten verteidigte der KZBV-Vorsitzende seine alte Linie. Änderungsbedarf am Festzuschuss-System gäbe es, wenn überhaupt, nur in wenigen Punkten. Die Schuld an den eventuellen Auftragsseinbrüchen der Zahn-technikern gab Fedderwitz der Dentalbranche selbst. „Wenn ich das System, in dem ich lebe, selbst schlecht mache, dann ist das kontraproduktiv, so bekomme ich die Leute nicht in die Praxis“, so sein Argument. Trotz dessen forderte Schwichtenberg den Zahnärzte-Vertreter auf, zeitnah und flexibel die notwendigen strukturellen Änderungen am Festzuschuss-System im Gemeinsamen Bundesausschuss vorzunehmen. Nur durch die entsprechenden Fehlerkorrekturen – vor allem im Bereich der Brücken- und Kombinationsversorgungen sowie der Reparaturen – könne die notwendige Akzeptanz für das Festzuschuss-System in der Bevölkerung etabliert werden. Fedderwitz reagierte auf das Angebot sehr reserviert.

ZT Politik_2

Wer den Überblick behalten möchte, braucht Fachkenntnisse

Markt macht Spezialisierung notwendig

Differenzierung des zahnärztlichen Angebots in Parodontologie, Endodontie oder Chirurgie scheinen jedoch langfristig keine negativen Auswirkungen auf die Labore zu haben.

(kh) – Ein Jahr ist es her, dass der Wissenschaftsrat in seinen Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Zahnmedizin an den Universitäten zu mehr Spezialisierung aufgerufen hat. Eine Forderung, die für den Berufsstand wenig nachvollziehbar war, gestaltete sich doch besonders die postgraduierte Ausbildung in der Zahnmedizin bereits zu diesem Zeitpunkt viel differenzierter als beschrieben. Heute gibt es kaum eine Praxis, die nicht auf eine ihrer Spezialisierungsrichtungen wie Parodontologie oder Oralchirurgie verweist. Als Gründe hierfür gelten der medizinische Fortschritt, der die Beherrschung des gesamten modernen Behandlungsrepertoires durch einen einzelnen Zahnarzt fast unmöglich macht, sowie ein umkämpfter Markt, in dem sich die einzelne Praxis positiv von anderen abheben muss. Gerade mit Blick auf die Labore ist dabei jedoch die Unterscheidung zwischen

einem Spezialisten in Richtung Fachzahnarzt und einem Zahnarzt, der sich auf ein Fachgebiet spezialisiert hat und weiterhin Kronen und Brücken einsetzt, wesentlich. Doch ungeachtet dessen, ob ein Zahnarzt als Kunde komplett wegbriecht oder „nur“ weniger Zahnersatzaufträge auf Grund einer besonderen Schwerpunktsetzung weitergibt, stellt sich die Frage nach möglichen Auswirkungen auf die Labore. Für Dr. Karl-Heinz Sundmacher, Bundesvorsitzender des Freien Verbandes Deutscher Zahnärzte, hat Spezialisierung keine „gravierenden Auswirkungen auf die gewerblichen Dental-labore“. Denn auch Paro oder Implantologie als beliebte Spezialisierungsrichtungen seien ohne Zahnersatz undenkbar. Zudem werde der Bedarf an Zahnersatz insgesamt trotz Prophylaxe nicht geringer, so Sundmacher. Damit wird „lediglich“ die Frage, auf wie viele und welche Zahnärzte sich die

Zahnersatzversorgung in Zukunft verteilt, zur Strategiefrage für das einzelne Labor. Der Positionierungsexperte Peter Foth von DeguDent empfiehlt den Laboren angesichts des wandelnden Marktes eine klar erkennbare und auf den

ANZEIGE



PicoDent
Neue Kurstermine 2005
Jetzt erfragen!

☎ 023 47 61 11 1 • www.pico-dent.de

Kunden zugeschnittene Angebotspalette. Ein besonders Erfolg versprechender Weg sei damit auch seitens der Labore die Spezialisierung auf bestimmte Bereiche, erklärt Foth.

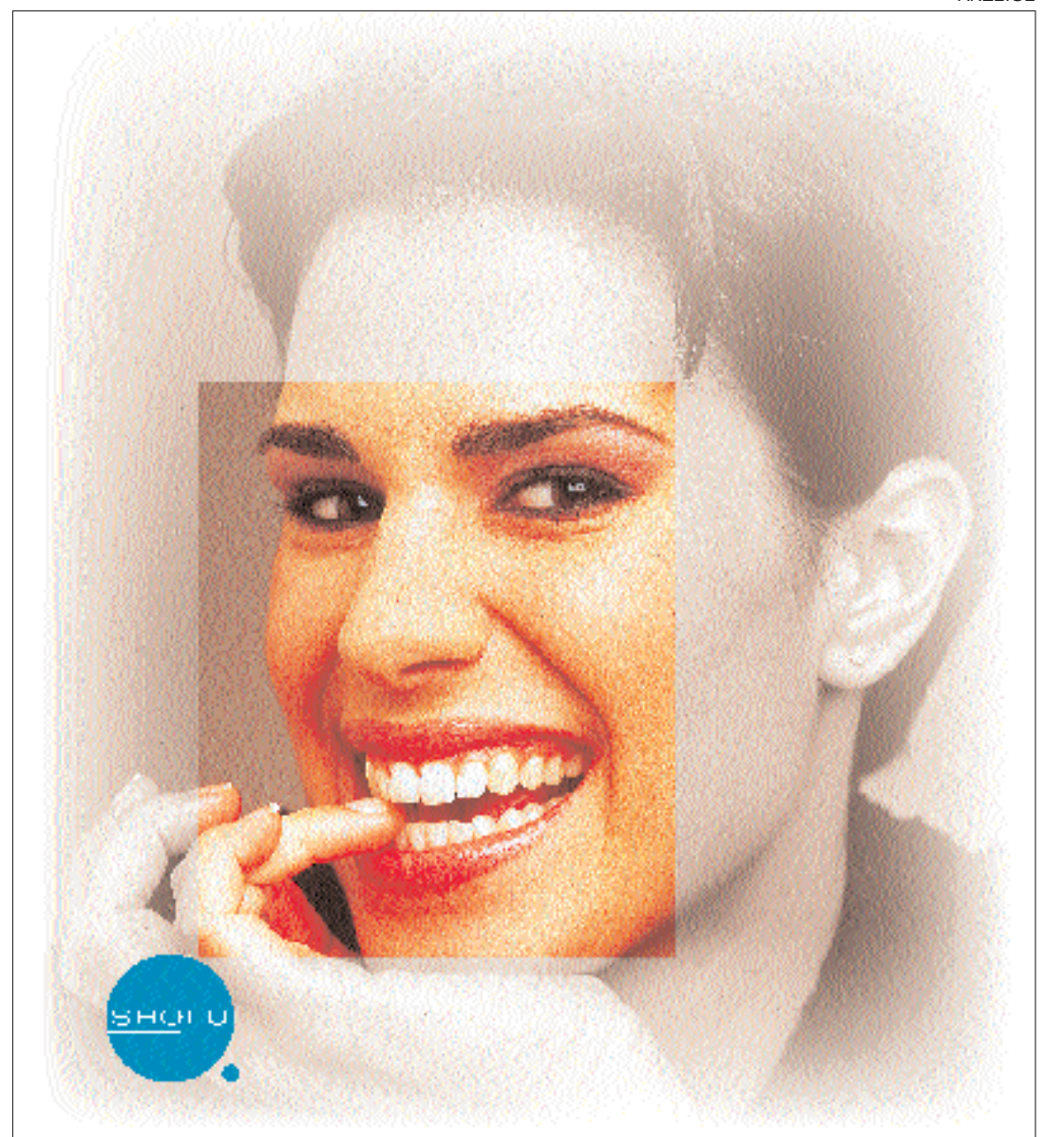
ZT Politik_4



Präsident Jürgen Schwichtenberg betonte den Einsatz des VDZI für die Zahntechniker und Patienten, so auch mit der Agenda zum Zahnersatz, die vor kurzem an den Bundestag gerichtet wurde.

strophale Jahr „Eins“ im neuen Festzuschuss-System zurückgeblickt. Mit einem Auftrags-einbruch der zahntechnischen Meisterbetriebe in den ersten neun Monaten des vergangenen Jahres von 29,6 Prozent sei die wirtschaftliche Lage der Betriebe schlechter als beim letzten „Experiment“ mit Festzuschüssen im Jahr 1998. Für den VDZI, so Schwichtenberg, bestehe seit der Einführung des Festzuschuss-Systems das oberste Ziel, trotz der bloßen Anhörungsrechte im zuständigen Gemeinsamen Bundesausschuss konstruktiv an dessen funktionsfähiger Umsetzung mitzuwirken. Dadurch konnten Pläne, den Leistungsanspruch der Patienten noch weiter zu reduzieren, verhindert werden. Kritisch betrachtete Schwichtenberg die

Befunde und Festzuschüsse zur Korrektur offenkundiger Mängel. Schon seit Jahresbeginn 2005 habe der VDZI zuverlässige Zahlen als Frühindikatoren bereitgestellt, die auf die negativen Auswirkungen des neuen Systems hingewiesen hätten. Besonders die strukturellen Fehler der Befundsystematik bewirkten „desaströse Einbrüche des Versorgungsniveaus, gerade bei Brücken- und Kombinationsversorgungen“. Angesichts dieser Situation und den bekannten negativen Auswirkungen auf die zahntechnischen Labore sieht Schwichtenberg eindeutig die Krankenkassen und die Zahnärzte in der Selbstverwaltung in der Verantwortung – sowohl für den Fortbestand des Zahn-techniker-Handwerks als auch für den Erhalt des Versor-



Eingeschlagenen Weg weiter ...

Fortsetzung von Seite 1

Er bot zwar weitere Gespräche an, nannte aber im selben Atemzug das vorweggenommene Ergebnis. So seien An-

Reform jedoch eine wichtige Voraussetzung zur Erhaltung des bisherigen Versorgungsniveaus. Dafür hätte sich der VDZI in der Vergangenheit erfolgreich eingesetzt und diese



Dr. Jürgen Fedderwitz wurde nach seinem Vortrag aufgefordert, Änderungen am Festzuschuss-System im GBA vorzunehmen.

derungen im System der Festzuschüsse bis auf wenige Ausnahmen bei Reparaturen und Teleskopversorgungen nicht nur unnötig, sondern sogar gefährlich. Mehrausgaben für Zahnersatz durch eventuelle Änderungen bedeuteten im gleichen Atemzug steigende Ausgaben der GKV. Richtungsweisend für die Zukunft der Festzuschüsse kann offensichtlich nur noch der Gesetzgeber wirken. Schwichtenberg bewertete daher die Ankündigung im Koalitionsvertrag der neuen Regierung zur Überprüfung des Festzuschuss-Systems als politische Unterstützung für seine Forderung. Die Erhaltung der generellen Versicherungspflicht sei im Zuge einer

Forderung auch an die erste Stelle seiner Agenda zum Zahnersatz in der Krankenversicherung gesetzt, die er kürzlich auch an den neuen Ausschuss für Gesundheit im Bundestag gerichtet hat. Als eine zentrale Voraussetzung zur Umsetzung der berufspolitischen Ziele beschrieb Schwichtenberg schließlich den reibungslosen Übergang nach der

Neuwahl des VDZI-Präsidenten im Juni letzten Jahres. Gegenüber den Vertragspartnern und der Politik setze der VDZI den von Präsident Lutz Wolf zuvor in sieben Jahren eingeschlagenen Kurs kontinuierlich fort.

Der VDZI-Präsident erinnerte zudem daran, die Bevölkerung im Wettbewerb mit den Notwendigkeiten des täglichen Lebens nicht alleine zu lassen. Oftmals würden die Patienten in der politischen Diskussion über die Auswirkungen des neuen Systems nicht berücksichtigt. So etwa, wenn in der Zahntechnik falsche Anreize zur Wahl günstigerer Versorgungsformen gesetzt würden, obwohl andere Versorgungsformen häufig eine längere Tragedauer und einen höheren Schutz des Restzahnbestandes ermöglichten. Es sei fachliches Selbstverständnis des Zahntechnikers, dass es in solchen Fällen keine finanziell begründeten Kompromisse geben dürfe. Schwichtenberg versicherte, dass der VDZI das Festzuschuss-System weiter konstruktiv umsetzen und in der Bevölkerung positiv besetzen möchte. Zum Abschluss seines Berichts bat er entsprechend alle 24 Zahntechniker-Innungen auch weiterhin um ihre Unterstützung. **ZT**



Die Delegierten der 24 Zahntechniker-Innungen.

„Wat nix kos, dat is och nix“

Praxisnahes Seminar zur Preisgestaltung zahntechnischer Leistungen im sächsischen Chemnitz

„Wat nix kos, dat is och nix.“ Unter diesem rheinischen Motto stand Ende letzten Jahres das von der Zahntechniker-Innung Westsachsen veranstaltete Seminar zur Ermitt-



ZTM Klaus Bartsch referierte über die Preisgestaltung zahntechnischer Arbeiten.

lung des Stunden- und Minutensatzes im zahntechnischen Betrieb. Referent war ZTM Klaus Bartsch, Vizepräsident des VDZI. Bartsch, der selbst ein mittleres Dentallabor in Köln führt, kennt sich bestens mit der in solch einem Labor zur Verfügung stehenden Datenbasis aus. Seine Praxisnähe hebt sich wohltuend von den hauptberuflichen Referenten mit hoch wissenschaftlichem Anspruch ab. Wie finde ich meinen Preis? Vor dieser Frage stehen gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten viele Kollegen. Der zahntechnische Markt befindet sich in einer radikalen Veränderung mit vielen neuen Chancen. Aber die Zukunft wird auch stärker von Wettbewerb als von histori-

schen Gewohnheiten bestimmt werden. Preisbewusstsein bei den Verbrauchern erfordert mehr Kostenbewusstsein bei den Anbietern. Klaus Bartsch beschränkte sich jedoch nicht nur auf die reine Technik der Kalkulation, sondern stellte seine Ausführungen auch in einen betriebswirtschaftlichen und berufspolitischen Kontext. Eine BEB-Leistung ist nicht „teuer“, sondern inhaltlich „klar definiert und kalkuliert“, so Bartsch. Wer seine Leistung kennt und beurteilt, steht eher hinter seinem Preis und tritt auch Kunden gegenüber selbstbewusster auf. Unter Hinweis auf die Ergebnisse der Zufriedenheitsmessung einer Degussa-Studie verdeutlichte er, dass gerade hier für die Zahntechniker viele Chancen liegen. Für die Umsetzung im eigenen Labor wurde den Teilnehmern ein einfaches Kalkulationsformular in Form einer Excel-Datei zur Verfügung gestellt, in die zur Berechnung des Stundensatzes dann nur die individuellen Zahlen einzugeben sind. Dieses Seminar war im Jahr 2005 bereits das zweite der Zahntechniker-Innung Westsachsen, welches mit Klaus Bartsch als Referent durchgeführt wurde. Er hatte sich im Frühjahr bei der Vermittlung seiner Kenntnisse zum Festzuschuss-System einer breiten Hörerschaft als ein sehr kompetenter Referent empfohlen. **ZT**

ZT Kurznotiert

Arbeitslosenzahl im Zahntechnik-Handwerk. Im Dezember 2005 waren laut Arbeitslosenstatistik der Bundesagentur für Arbeit insgesamt 7.570 Zahn-techniker und Zahntechnik-Helfer arbeitslos gemeldet. Das sind 153 mehr als noch im November 2005 (7.417). Nach Angaben des VDZI spiegelt die Statistik jedoch nicht das reale Bild der Entlassungen im ZT-Handwerk seit Einführung der Festzuschüsse wider. Beim Dachverband vermutet man vielmehr, dass die Zahl der Entlassungen insgesamt über 10.000 liegt. Gerade die von Meisterbetrieben ausgebildeten Zahntechniker seien für viele andere Branchen begehrte Arbeitskräfte, so die Begründung für die im Vergleich zu den tatsächlichen Entlassungen niedrigeren Statistik der Bundesagentur.

Nächste Gesundheitsreform 2007. Bis Ende März 2006 soll nach einem Beschluss der schwarz-roten Regierungsklausur der Fahrplan für Reformen der Kranken- und Pflegeversicherung vorliegen, damit entsprechende Bestimmungen noch in diesem Jahr beschlossen werden können. Nach bisherigem Stand sollen die Reformen 2007 in Kraft treten. Die inhaltliche Ausrichtung ist jedoch immer noch unklar. Während allerdings die Festlegung auf eines der Modelle Bürger-versicherung (SPD) oder Gesundheitsprämie (CDU) unter einer großen Koalition immer unwahrscheinlicher wird, gewinnt die familienorientierte Steuerfinanzierung von Teilen der GKV an Kontur. So ist nach Meinung von CDU- und CSU-Politikern die Finanzierung der Familienversicherung für Kinder über Steuern die einzige Alternative zu Beitragserhöhungen und Leistungsausgrenzungen. (*Krankenkassen direkt*)

Kassenchefs beugen Recht. Obwohl sie per Gesetz zur Offenlegung ihrer Gehälter verpflichtet sind, verschweigen immer noch etliche Kassenvorstände ihr Einkommen. So hat nach Angaben der Bild-Zeitung der Wissenschaftliche Par-lamentsdienst des Bundestages 20 Krankenkassen aufgelistet, die der Veröffentlichungspflicht nicht nachgekommen seien. Dazu zählen 19 Betriebskrankenkassen sowie die Techniker Krankenkasse. Deren Vorstandschef Norbert Klusen hätte sein Jahresgehalt zwar in Interviews genannt, jedoch nicht wie vorgeschrieben im Bundesanzeiger veröffentlicht, so das Blatt. Klusen kritisierte die ungleiche Behandlung: So müssten auch Sparkassenvorstände und Rundfunk-Intendanten ihre Gehälter offen legen. Nach dem Streit zwischen Politik und Kassen um die Höhe der Vorstandsvergütungen wurden Ende 2005 Richtlinien zur Begrenzung der Gehälter festgelegt. Danach orientiert sich die Höhe der Vergütungen der Kassenchefs insbesondere an der Kassengröße. (*Bild-T-Online, Krankenkassen direkt*)

Zahnärzte deutschlandweit geprellt. Zwei Trickbetrüger haben mit dem Briefkopf der Bundesversicherungsanstalt für Angestellte gefälschte Schreiben an Zahnärzte versandt und ihnen darin die Rückerstattung von angeblich überzahlten Arbeitgeberbeiträgen angekündigt. Um den Ärzten das Geld überweisen zu können, wurden sie aufgefordert, ihre Bankverbindung anzugeben und zu unterschreiben. 267 Zahnärzten sollen geantwortet haben. Mit den Daten seien Überweisungen bis zu 7.300 Euro zu Lasten der Zahnärzte bei deren Banken veranlasst worden, gestand ein 38-jähriger Mann vor dem Landgericht Stuttgart die zusammen mit einem Komplizen begangene Tat. Der Komplize wurde vor kurzem in der Schweiz festgenommen. (*SWR.de*)

IMPRESSUM ZT ZAHNTECHNIK ZEITUNG

Verlag Verlagsanschrift: Oemus Media AG Holbeinstraße 29 04229 Leipzig	Tel.: 03 41/4 84 74-0 Fax: 03 41/4 84 74-2 90 E-Mail: kontakt@oemus-media.de
Chefredaktion Roman Dotzauer (rd) Betriebswirt d. H. (V.i.S.d.P.)	Tel.: 03 71/52 86-0 E-Mail: roman-dotzauer@dotzauer-dental.de
Dirk Hein (dh) (Assistenz Chefredaktion)	Tel.: 03 71/52 86-0 E-Mail: dirk_hein@web.de
Redaktionsleitung Cornelia Pasold (cp), M.A.	Tel.: 03 41/4 84 74-1 22 E-Mail: c.pasold@oemus-media.de
Redaktion Katja Henning (kh)	Tel.: 03 41/4 84 74-1 23 E-Mail: k.henning@oemus-media.de
Natascha Brand (nb), ZT	Tel.: 0 86 51/60 20 53 E-Mail: brand@dentalnet.de
Matthias Ernst (me), ZT Betriebswirt d. H.	Tel.: 09 31/5 50 34 E-Mail: ernst-dental@web.de
Carsten Müller (cm), ZTM Betriebswirt d. H.	Tel.: 03 41/69 64 00 E-Mail: Adentaltec@aol.com
Projektleitung Stefan Reichardt (verantwortlich)	Tel.: 03 41/4 84 74-2 22 E-Mail: reichardt@oemus-media.de
Anzeigen Lysann Pohlann (Anzeigendisposition/ -verwaltung)	Tel.: 03 41/4 84 74-2 08 Fax: 03 41/4 84 74-1 90 ISDN: 03 41/4 84 74-31/-1 40 (Mac: Leonardo) 03 41/4 84 74-1 92 (PC: Fritz!Card) E-Mail: pohlann@oemus-media.de
Herstellung Christine Noack	Tel.: 03 41/4 84 74-1 19 E-Mail: ch.noack@oemus-media.de

Die ZT Zahntechnik Zeitung erscheint regelmäßig als Monatszeitung. Bezugspreis: Einzelheft 3,50 € ab Verlag zzgl. gesetzl. MwSt. und Versandkosten. Jahresabonnement im Inland 35,- € ab Verlag zzgl. gesetzl. MwSt. und Versandkosten. Abo-Hotline: 03 41/4 84 74-0.
Die Beiträge in der „Zahntechnik Zeitung“ sind urheberrechtlich geschützt. Nachdruck, auch auszugsweise, nur nach schriftlicher Genehmigung des Verlages. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit von Verbands-, Unternehmens-, Markt- und Produktinformationen kann keine Gewähr oder Haftung übernommen werden. Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung (gleich welcher Art) sowie das Recht der Übersetzung in Fremdsprachen – für alle veröffentlichten Beiträge – vorbehalten. Bei allen redaktionellen Einsendungen wird das Einverständnis auf volle und auszugsweise Veröffentlichung vorausgesetzt, sofern kein anders lautender Vermerk vorliegt. Mit Einsendung des Manuskriptes gehen das Recht zur Veröffentlichung als auch die Rechte zur Übersetzung, zur Vergabe von Nachdruckrechten in deutscher oder fremder Sprache, zur elektronischen Speicherung in Datenbanken, zur Herstellung von Sonderdrucken und Fotokopien an den Verlag über. Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Bücher und Bildmaterial übernimmt die Redaktion keine Haftung. Es gelten die AGB und die Autorennichtlinien. Gerichtsstand ist Leipzig.

Auslandszahnersatz: Meinungsumfrage

Sicherlich haben Sie bereits die Anzeige von dentaltrade auf der Titelseite bemerkt. Und möglicherweise haben Sie sich darüber ge-

Das Nachdenken darüber beginnt bereits mit der Frage, wie die Vermarktung von zertifiziertem Auslandszahnersatz in Deutschland zu



beurteilen ist: Als eine nicht aufzuhaltende Entwicklung im Zuge der Globalisierung? Als ein Geschäft zu Lasten deutscher Dentallabore mit nicht definier-

wundert, denn dieses Bremer Labor bietet im Ausland hergestellten Zahnersatz mit einem Preisvorteil gegenüber der Einheitspreisliste deutscher Labore an.

baren Risiken für die Patienten? Oder als eine angesichts existenzbedrohender Reformeinschnitte nachvollziehbare Wettbewerbsstrategie, die umgekehrt auch auf ausländischen Märkten mit deutschem Zahnersatz funktionieren könnte? (Siehe hierzu auch die Beiträge in den ZT-Ausgaben 9/2005 und 11/2005.) **ZT**

Eine Anzeige eines Auslandslabors in der ZT Zahntechnik Zeitung – ja oder nein? Lange haben auch wir in der Redaktion darüber diskutiert, denn Auslandszahnersatz ist in Deutschland ein sensibles und polarisierendes Thema. Wie sehen Sie das?

Schreiben Sie uns Ihre Meinung!
(per E-Mail an info@oemus-media.de)

Gemeinsames Positionspapier verabschiedet

Gesundheitswerke haben Standpunkte zur Neugestaltung des Gesundheitssystems vorgelegt.

Die fünf Gesundheitshandwerke in Deutschland (Augenoptiker, Hörgeräteakustiker, Orthopädie-Schuhtechniker, Orthopädie-Techniker und Zahntechniker) haben nach Angaben des VDZI im Dezember 2005 ein gemeinsames Positionspapier im Hinblick auf eine bevorstehende Gesundheitsreform verabschiedet. Darin werde insbesondere der Beitrag der fünf Handwerke zur Gesunderhaltung und Lebensqualität der Bevölkerung mittels ihrer fachlichen Kompetenz und

ihrer Verantwortung sowie dem Meisterprinzip betont. Der Meisterbrief – in Deutschland gibt es 24.150 Meisterbetriebe im Bereich Gesundheitshandwerk – trage zur hohen Versorgungsqualität bei und befördere als Qualifikationshürde „die Besten und Leistungswilligsten“. Auch die notwendigen Rahmenbedingungen zur Versorgung der Bevölkerung haben die Gesundheitshandwerke in dem Positionspapier festgelegt, das u.a. an die Abgeordneten des Bundestages,

die Handwerkskammern und die Spitzenverbände der Krankenkassen gerichtet wor-

ANZEIGE



den sei. So werden nach einer VDZI-Meldung darin sowohl das Inverkehrbringen von Medizinprodukten und die Einhaltung europäischer Richtlinien angesprochen als auch die Einbindung der Gesundheitshandwerke in das System der elektronischen Gesundheitskarte. Enthalten seien zudem die Forderungen fairer Vertragsrechte zur Sicherung der Versorgungsqualität und Beteiligung der Gesundheitshandwerke in den Gremien der Selbstverwaltung. **ZT**

„Keine gravierenden Auswirkungen auf die gewerblichen Dentallabore“

Im Interview mit der ZT: Dr. Karl-Heinz Sundmacher, der Bundesvorsitzende des Freien Verbandes Deutscher Zahnärzte (FVDZ), sieht in der Spezialisierung des zahnmedizinischen Angebotes keine große Gefahr für die Labore – denn der Bedarf an Zahnersatz, so Sundmacher, werde dadurch nicht geringer.

ZT Wissenschaftlicher und technischer Fortschritt in der Zahnheilkunde führen zu einer wachsenden Spezialisierung unter den Zahnärzten. Wie beurteilen Sie diese Entwicklung aus Sicht der Zahnärzteschaft?

Der Trend zu einer Differenzierung des zahnmedizinischen Angebots – Sie nennen es Spezialisierung – hat nicht nur den von Ihnen angesprochenen wissenschaftlichen-technischen Fortschritt zum Vater. Er ist auch die logische unternehmerische Antwort in einem hart umkämpften Markt. Einem Markt, der auf der Anbieterseite durch ein Überangebot und auf der Nachfragerseite zurzeit durch Kaufzurückhaltung geprägt ist. Ich benutze bewusst diese unmedizinischen Ausdrücke, um die Kernprobleme herauszuarbeiten. Es geht also sowohl um wissenschaftlich-fachliche Spezialisierung als auch um die Positionierung im Markt, kurz gesagt: auch um Marketing. Ich bin ganz entschieden für mehr Markt und mehr Wettbewerb in der zahnmedizinischen Versorgung der Bevölkerung. Deshalb akzeptiere ich grundsätzlich die Differenzierung des Angebots als Bestandteil von Markt und Wettbewerb.

Jetzt kommt das große Aber: Wir haben in Deutschland keinen freien Markt im Gesundheitswesen. Es ist alles



FVDZ-Bundesvorsitzender Dr. Karl-Heinz Sundmacher

andere als frei, nämlich reguliert, bürokratisiert und kontrolliert. Wenn die Gesundheitsministerin ihre Pläne für die kommende Legislaturperiode durchbringt, haben wir ein überreguliertes, überbürokratisiertes und überkontrolliertes Gesundheitswesen. Sie können es auch staatliches oder sozialistisches Gesundheitswesen nennen, denn die Parameter dafür liegen dann vor: staatlich bestimmter Leistungskatalog, staatlich fixiertes Niedrighonorar, staatlich verordnete Arbeitspflicht, zentrale Datenerfas-

sung und -kontrolle, alles unter dem Dach einer staatlich angestrebten Einheitsversicherung.

Die heutigen politischen Rahmenbedingungen – noch weniger die uns angedrohten – sind sicherlich nicht geeignet, individuelle Leistungsbereitschaft zu fördern, die der Motor jeder Spezialisierung ist. Schließlich soll und muss sich Spezialisierung auch lohnen. Insofern sind die Pläne von Frau Schmidt auch eine massive wirtschaftliche Bedrohung all derer, die sich bereits spezialisiert haben oder sich spezialisieren wollen.

Aus berufspolitischer Sicht möchte ich an dieser Stelle nur konstatieren: Spezialisierungen machen die zahnärztliche Interessenvertretung nicht einfacher. Ich vertraue aber auf die Einsicht aller, dass es bei der bevorstehenden Auseinandersetzung – die sicher hart werden wird – um die dauerhafte Verbesserung der Berufsbedingungen für alle Zahnärztinnen und Zahnärzte und nicht um sektorale Interessen geht. Nur dann werden auch die Patienten etwas davon haben.

ZT Wird Ihrer Meinung nach diese Entwicklung an einen Endpunkt gelangen, d.h. werden Zahnärzte in Zukunft nur

noch spezielle Bereiche wie Endodontie und Parodontologie praktizieren (können)?

Erstens: So lange es wissenschaftliche Forschung gibt, wird es keinen Endpunkt geben. Wir können also gespannt sein, welche weiteren Spezialisierungen es noch geben wird.

Zweitens: Es wird sicher Zahnärztinnen und Zahnärzte geben, die ausschließlich z. B. Endodontie oder Parodontologie praktizieren werden. Die Zahl dieser reinen Spezialisten wird nach meiner Einschätzung überschaubar bleiben. Es wird eine weiter zunehmende Zahl von Zahnärzten geben, die sich über Tätigkeitsschwerpunkte, z. B. Implantologie oder Parodontologie positionieren, darüber hinaus aber wie Generalisten praktizieren, also auch die tägliche Endodontie und den Zahnersatz machen. Und es wird eine – wahrscheinlich – abnehmende Zahl geben, die sich als Generalisten verstehen, bestimmte Therapien wie Implantologie oder chirurgische Parodontalbehandlung aber nicht selbst durchführen, sondern an Spezialisten oder Zahnärzten mit Tätigkeitsschwerpunkten abgeben.

ZT Die gängigen Spezialisie-

rungsrichtungen sind Implantologie, Parodontologie, Endodontie und Kinderzahnheilkunde. Wie wird sich diese Spezialisierung eher weg von der Zahnersatzversorgung auf die gewerblichen Dentallabore auswirken? Empfehlen Sie bereits jetzt geeignete Gegen- bzw. Positionierungsmaßnahmen seitens der Labore?

Ich kann nicht erkennen, dass Spezialisierung gleichbedeu-

zuverlässiger vorzeitigen Zahnverlust. In der Statistik schlägt sich das aber nicht dadurch nieder, dass der Bedarf an Zahnersatz insgesamt geringer wird, sondern dass die größte Nachfrage nicht mehr im Alter zwischen – sagen wir, 50 und 55 – vorhanden ist, sondern erst mit vielleicht 65 bis 70 Jahren. Und da die Menschen länger mit eigenen Zähnen leben und später mit Zahnverlust konfrontiert sein werden, sie also die bisherige Lebensqualität, die eigene Zähne bedeuten, zu schätzen gelernt haben, werden sie auch stärker einen Zahnersatz nachfragen, der der natürlichen Bezaugung so ähnlich wie möglich kommt. Wenn ich überhaupt geeignet bin, den zahntechnischen Laboren eine Empfehlung zu geben, dann die, nämlich diese Entwicklung bei der Fortschreibung ihrer Geschäftsmodelle zu berücksichtigen.

Um es noch mal deutlich zu sagen: Spezialisierungen in der Zahnmedizin haben keine gravierenden wirtschaftlichen Auswirkungen auf die gewerblichen Dentallabore. Die wirkliche wirtschaftliche Bedrohung des gewerblichen Dentallabors liegt aus meiner Sicht in der Globalisierung des Angebots. **ZT**

ANZEIGE



tend ist mit „weg von der Zahnersatzversorgung“. Implantologie ist per se gleichbedeutend mit Zahnersatz. Auch Endodontie und Parodontologie sind vielfach ohne (neuen) Zahnersatz nicht denkbar. Selbst die nachweislichen Erfolge der Gruppen- und Individualprophylaxe verhindern nach heutigem Erkenntnisstand zwar immer

ANZEIGE

Implantatprothetik

jetzt neu im FUNDAMENTAL® Schulungszentrum

NEU

Deutsche Gesellschaft für Zahnärztliche Implantologie e.V.

DGZI geprüfte Fortbildungsreihe

"Implantatprothetik"

für Zahnärzte und Zahntechniker

Erfahrene und zertifizierte Referenten aus Universität, Praxis und Labor leiten diese qualifizierte Fortbildung.

Absolventen erhalten ein Abschlusszertifikat für die DGZI geprüfte Fortbildungsreihe.

Start in Essen

07.-08. April 2006

Detaillierte Informationen erhalten Sie von:

FUNDAMENTAL® Schulungszentrum

Arnold + Ostan KG

Bocholder Str. 5

45355 Essen

www.fundamental.de

Tel. 02 01/86 86 4-0

Fax 02 01/86 86 4-90

Info@fundamental.de

ZT Statement

Peter Foth, Training & Beratung, DeguDent, vermittelt in zahlreichen Seminaren die Notwendigkeit von Positionierungsstrategien für das Dentallabor im sich wandelnden Gesundheitsmarkt. In Zusammenhang mit dem Thema „Spezialisierung des zahnärztlichen Angebotes“ wollten wir von ihm wissen: Ist die Positionierung von Dentallaboren im „Mittelfeld“ zwischen solidem, günstigem und hochpreisigem Zahnersatz in High-Qualität überhaupt noch erfolgsträchtig? Gibt es Positionierungsstrategien, mit denen Dentallabore der Entwicklung hin zur wachsenden Spezialisierung bei den Zahnärzten gerecht werden können?



Peter Foth, Training & Beratung bei DeguDent.

Wenn man Zukunftsforschern glaubt, ist die „Mitte“ ein Feld, das zunehmend unter Druck – auch unter Preisdruck – gerät. In der Mitte tummeln sich Viele, sind vergleichbar aufgestellt und bieten meist sehr ähnliche Produkte und Services an. Für die Kunden ist es da schwer, einen erlebbaren Unterschied zu finden. Daraus resultiert die Herausforderung, sich und sein Angebot klarer erkennbar zu machen – und dies gilt sowohl im oberen, im unteren als auch im mittleren Bereich! Die Angebotspalette sollte dabei auf die Kunden zugeschnitten, deren Wünschen entsprechend und klar voneinander abgegrenzt sein. Sicher wird man im unteren und mittleren Segment zukünftig noch kostengünstiger produzieren müssen, wenn man den „Billigangeboten“, die in den Fachzeitschriften bereits zuhauf angeboten werden, Paroli bieten will. Klare Leistungsbeschreibung, rationell gefertigt – darauf sollte hier verstärkt Wert gelegt werden. Und wo Individualität in der Herstellung, hohe ästhetische Ansprüche, eine unterstützende Beratung und guter Service gefragt sind, kann sich das Labor ebenfalls von anderen positiv unterscheiden. Um es noch einmal klar zu sagen: Auch ich glaube, dass das so genannte „Mittelfeld“ zunehmend unter Druck geraten wird. Aber es gibt auch weiterhin Chancen, wenn ein Labor seine Stärken erkennt und diese herausstellt – sich also auch innerhalb der Mitte entsprechend positioniert! Natürlich wird es weiter notwendig sein, als Labor möglichst viele vom Kunden nachgefragten Arbeiten erfüllen zu können. Noch Erfolg versprechender aber ist es, sich in Bereichen zu spezialisieren, in denen man einfach besser ist als andere. Denn dadurch werden diese Leistungen für entsprechende Zielgruppen attraktiver als diejenigen von Anbietern, die alles nur „einermaßen gut“ können. Schauen Sie doch auf die Labore, die sich erfolgreich im Bereich Vollkeramik und Implantat-Suprastrukturen spezialisiert haben. An den Spezialisten erinnert man sich und beauftragt ihn, weil man von ihm die besten Resultate erwartet. Für eine solche Fokussierung auf bestimmte Leistungen muss ich als Labor zunächst meine langfristigen Ziele festlegen, Zielgruppen definieren und das Unternehmen sowie die tägliche Arbeit dann darauf ausrichten. Und natürlich sollten mittel- und langfristige Entwicklungen in der Prothetik bei diesen Entscheidungen berücksichtigt werden. Wichtig ist es schließlich auch, sich den Kunden bekannt zu machen. Denn was und wem nutzt eine Spezialisierung, wenn keiner von ihr erfährt? Fest steht: Sie bietet besondere Chancen, von Kunden in erhöhtem Maße wahrgenommen und somit letztlich auch bevorzugt von ihnen beauftragt zu werden!

Wenn Sie nun die Überlegungen zu beiden Fragestellungen zusammenfassen, wird es also zukünftig noch wichtiger, seine Position zu finden und diese für die Kunden erkennbar und erlebbar zu machen. Wir von DeguDent bieten dafür spezielle Unterstützung an – von Positionierungsworkshops bis zum 12. Marketingkongress im Januar 2006, der das Motto „Gemeinsam Querdenken“ trägt. Es lohnt sich, dabei zu sein!

ZT Kurznotiert

Höhere Beiträge für Alte und Kranke gefordert. Nach KBV-Chef Andreas Köhler sollen sich die Krankenkassenbeiträge in Zukunft nach dem Krankheitszustand der Versicherten richten und damit die bisher einkommensabhängigen Beiträge durch risikoabhängige Versicherungstarife ersetzt werden. „Die ältere Generation muss in der Krankenversicherung stärker belastet werden als die jüngere“, so Köhler. Die Regierungsparteien wiesen den Vor-

schlag zurück. So deklarierte SPD-Generalsekretär Hubertus Heil den Vorstoß als eine skandalöse und unmenschliche Debatte. Auch Gesundheitsexpertin Annette Widmann-Mauz von der CDU betonte, dass eine Privatisierung des Krankheitsrisikos für ihre Partei nicht vorstellbar ist. (*Rheinische Post*)

Weniger Praxisgebühr. Wegen zurückgehender Arztbesuche und Zahnlingsbefreiungen sind die Einnahmen

durch die Praxisgebühr 2005 auf 1,68 Mrd. Euro gesunken. Im Jahr zuvor betrugen die Einnahmen aus der Praxisgebühr noch 1,72 Mrd. Euro. Seit dem Start der Gesundheitsreform mit Einführung der Gebühr am 1. Januar 2004 ging die Zahl der Praxisbesuche bis Ende September 2005 um 10,1 Prozent zurück. In einer Durchschnittspraxis wurden im dritten Quartal 2005 nur noch rund 1.200 Fälle behandelt – etwa 200 weniger als im dritten Quartal 2003. (*Die Welt*)

ZT WIRTSCHAFT

Nur wer erfolgreiche Kunden hat, kann in der Zukunft selbst erfolgreich sein.

Das Dentallabor als beratender Partner von Zahnarztpraxen

Das Jahr 2005 mit all seinen Veränderungen und Neuigkeiten liegt hinter uns und manch einer fragt sich: „Wie wird das Jahr 2006, wird sich der Markt stabilisieren? Steigt die Nachfrage nach Zahnersatz wieder? Wie reagieren meine Kunden, die Zahnärzte? Was kann ich tun, um die Situation für mich so erfolgreich wie möglich zu gestalten? Was werden in Zukunft die Erfolgsfaktoren für ein Dentallabor sein?“

Neben einigen anderen, z. B. der Qualität eines Labors, lässt sich die Frage nach den Erfolgsfaktoren mittlerweile eindeutig beantworten. Der Erfolgsfaktor der Zukunft für ein Labor heißt „Kunde“. Ihre Kunden und damit verbunden wiederum deren Kunden – die Patienten – werden in Zukunft in einem immer größer werdenden Ausmaß über den

Patienten) hat sich gewandelt, wie in vielen anderen Bereichen auch. Heute bestimmt auch im zahnmedizinischen Bereich der Patient, welche Leistung er für welches Geld fordert. Betrachtet man den Wandel der letzten Jahre, so hatte dieser zumindest in einem Bereich immer das gleiche Ergebnis: Die Verunsicherung des Patienten! Und

Frage: Welche Art von Kunden haben Sie? Solche, die gerne die Augen vor notwendigen Veränderungen verschließen oder solche, die mit Ihnen in die Diskussion um notwendige und erfolgsträchtige Veränderungen einsteigen? Bei alledem wird eines jedoch deutlich: Der Patient ist unangefochener König in diesem Spiel um Erfolg. Und darum gilt: Unterstützen Sie Ihre Kunden mit allen gegebenen Möglichkeiten im Kampf um den Patienten, respektive Kunden und dessen finanziellem Engagement. Sicherlich ist die Herausforderung in der Zukunft eine andere als in der Vergangenheit, nur die ist vorbei und nicht wiederherstellbar. Nutzen Sie zusammen mit Ihren Kunden die Möglichkeiten, die sich Ihnen bieten. Marschieren Sie in ein Paradies, in dem jeder in großem Maße selbst dafür verantwortlich ist, wie paradisisch seine Verhältnisse sind.

Qualität, Präzision und Ästhetik. Der Patient der Zukunft ist sich seiner selbst mehr bewusst, Aussehen und damit schöne Zähne werden in der Zukunft immer mehr in das Bewusstsein rücken. Denn zu einem „vollkommenen Bild“ gehören nun einmal auch schöne Zähne. Jeder Patient kalkuliert unterbewusst auf der Basis einer Kosten-Nutzen-Analyse, wenn es um die finanzielle Entscheidung für einen hochwertigen Zahnersatz geht. Für die allermeisten Patienten bedeutet die Entscheidung für (hochwertigen) Zahnersatz eine Entscheidung gegen andere vielleicht schon länger geplante Ausgaben wie Urlaub, Auto, Kleidung oder Ähnliches. In der Gunst um das finanzielle Engagement eines Patienten buhlt die Praxis mit allen anderen Möglichkeiten zum Geld ausgeben. Hier gilt es, dem Patienten das finanzielle Engagement zu erleichtern, ja sogar zu versüßen, indem der Service am und um den Kunden professionalisiert wird. Denn wie leicht kommt bei einer umfangreicheren oder höherwertigen Versorgung ein Eigenanteil des Patienten in Höhe von 2.000 oder mehr Euro

man es sich verschmerzen kann. Oder anders ausgedrückt, wie leicht es wäre, mit Ihnen ins Geschäft zu

nur in einem geringen Umfang objektiv beurteilen kann. Der Patient sucht deswegen nach „Sekundärkriterien“, die er wahrnimmt und nach denen er sein Gesamtbild von der Praxis erstellt. Anhand dieser Kriterien entscheidet er auch, ob er gewillt ist, sich in dieser Praxis finanziell zu engagieren oder nicht. Einige dieser Sekundärkriterien sind in Abbildung 2 aufgeführt. Auf der Basis dieser Kriterien entwickelt der Patient Erwartungen und

Kundenerwartungen im Hinblick auf Beratung

Sie sollen ...

- ... sein Selbstwertgefühl nicht angreifen.
- ... ihn nicht langweilen.
- ... ihn aktiv miteinbeziehen: Ich will mitdenken und nicht passiv bereselt werden!
- ... seine Fragen und/oder Einwände ernst nehmen.

Abb. 4

kommen, würde man sich nicht so unprofessionell verhalten. Der professionelle Umgang mit und am Patienten wird in Zukunft über den Erfolg einer Zahnarztpraxis und damit auch über Ihren Erfolg als Labor entscheiden. In der Zukunft wird nicht mehr die Zahnarztpraxis und das Labor mit der höchsten Qualität die Nase vorn haben, sondern vielmehr die Partnerschaft erfolgreich sein, der es gelingt, die Erwartungen des Patienten professionell herauszufinden und zu übererfüllen.

Erwartungen des Kunden respektive Patienten

Die Erwartungen eines Patienten sind mehr oder weniger konkret und bilden sich in Abhängigkeit von seinen individuellen Bedürfnissen. Gleichzeitig werden diese stark von den eigenen Erfahrungen in gleichen oder ähnlichen Zahnarztpraxen beeinflusst.

der Erfüllungsgrad dieser Erwartungen führt zu seiner Einstellung gegenüber dieser Praxis (s. Abb. 3). Hätten Sie gedacht, dass eine Wartezeit von mehr als elf Minuten schon von den meisten Patienten als negativ empfunden wird? Im Rahmen der Beurteilungskriterien eines Patienten fällt dem Kriterium „persönliche Wertschätzung“ die größte Bedeutung zu. Persönliche Wertschätzung bedeutet Identifikation mit dem Patienten, die grundlegende Voraussetzung für Patienten orientiertes Arbeiten. Den größten Einfluss auf den zukünftigen Erfolg hat jedoch die Qualität der Beratung in einer Zahnarztpraxis.

Kundenberatung auf hohem Niveau

Wem es gelingt, seine Patienten auf hohem Niveau zu beraten und dessen Erwartungen zu erfüllen, hat die besten Voraussetzungen

Der Patient der Zukunft ist ...

- ... **umfassender informiert**, mit einer mehr oder weniger klaren Vorstellung von Qualität, Präzision, Ästhetik und Lebensgefühl
- ... **zahnbewusster** im Sinne von mitverantwortlicher Partner der Behandlungsabläufe
- ... **selbstbewusster**
- ... **selbstbestimmter**
- ... **kalkulierend** auf der Basis einer Kosten-Nutzen-Analyse

Abb. 1

Erfolg Ihres Dentallabors entscheiden. Daraus ergibt sich eine klare Handlungsrichtung: Machen Sie Ihre Kunden erfolgreich! Denn nur wer seine Kunden erfolgreich macht, hat selbst eine Chance, erfolgreich zu sein. Deren Dilemma ist sozusagen auch Ihr Dilemma, deren Probleme sind auch die Ihrigen. Nehmen Sie sich der Probleme Ihrer Kunden an. Unterstützen Sie sie innerhalb der gegebenen, nicht veränderbaren gesetzlichen Rahmenbedingungen, den größtmöglichen Erfolg zu realisieren. Unterstützen Sie Ihre Kunden bei deren Patienten, denn nicht zuletzt verkauft Ihr Kunde Ihre Produkte an seine Kunden weiter. Er ist somit quasi Ihr „verlängerter Vertriebsarm“. In der Zukunft wird sich der Erfolg eines Labors nicht daran messen lassen, wie viele, sondern vielmehr welche Arbeiten im Labor sind. Nicht Quantität, sondern Qualität zählt. Daraus ergibt sich die nächste Frage: Wie sieht er denn aus, der Patient bzw. Kunde der Zukunft?

Der Wandel vom Patienten zum Kunden

Der voll abgesicherte Patient als Konsument, sei er Kassen- oder Privatpatient, wird auf Grund der Einschnitte im Gesundheitswesen bald der Vergangenheit angehören. Vielmehr werden die Patienten zukünftig eine finanziell immer größer werdende Verantwortung – gerade im Bereich Zahngesundheit und Zahnersatz – übernehmen müssen. Der vorher durch den Anbieter (Zahnarzt) dominierte Markt (Anzahl der

darin begründet sich auch das eigentliche Dilemma. Verunsicherung ist gleichzusetzen mit latenter Misstrauen und damit Gift für jede Zahnarzt-Patienten-Beziehung und damit den Umsatz der Zahnarztpraxis. Stellt sich die Frage: Wer ist neben dem Patienten der Verlierer dieses Wandels? Dieser Wandel wird für all die Praxen zum Problem werden, die bis heute einen geringen Privatanteil haben und diesen im Wesentlichen mit Privatpatienten erzielen. Das heißt: Der Wandel wird für all die Praxen schwierig werden, deren Patienten bis dato keine Eigeninitiative für ihre Zähne und deren Zustand in der Zukunft entwickelt haben. In der Konsequenz heißt dies aber auch, dass der Wandel vom Patienten zum Kunden für all die Praxen eine riesige Herausforderung darstellt, die sich schon heute

auf die Veränderungen einstellen, respektive schon heute mit ihren Patienten wachsen. Wer sich auf seine Kräfte und Ressourcen besinnt, wird seine Chancen nutzen können und gestärkt aus dem Wandel hervorgehen. Dazu braucht es starke Partner, die gemeinsame Ziele haben und diese gemeinsam verfolgen. Stellen Sie sich in einer ruhigen Minute doch einmal die

Der Kunde ist König

Der Patient, den Ihre Kunden behandeln und dessen finanzielle Eigenbelastung in der Zukunft immer mehr steigen wird, hat sich ver-

Sekundärkriterien als Entscheidungsgrundlage

- Das Erscheinungsbild der Praxis
- Das Auftreten des Praxisteam
- Die Praxisatmosphäre
- Die Professionalität der Patientenberatung
- Das Leistungs- und Behandlungsspektrum
- Die Wartezeit
- Der Grad der persönlichen Wertschätzung

Abb. 2

ändert. Seine Ansprüche haben sich verändert (s. Abb. 1). Der Patient der Zukunft ist durch die Medien stärker sensibilisiert, aber auch teilweise verunsichert. Nichtsdestotrotz bildet sich der Patient auf Grund der zunehmenden Informationsmöglichkeiten und -angebote eine Meinung und Vorstellung im Hinblick auf

Patienten- respektive Kundenerwartungen auf der Basis der Sekundärkriterien

- Sauberkeit, Ordnung, ansprechendes Interieur
- freundlicher Empfang
- angenehme Atmosphäre
- akzeptable Wartezeit
- verständliche Beratung
- störungsfreie, ruhige Gesprächsatmosphäre
- professionelle Anschauungsmaterialien
- persönliche Wertschätzung

Abb. 3

zu Stande. Stellen Sie sich doch einmal folgende Situation vor: Sie nehmen 2.000 Euro in die Hand, gehen zum Juwelier und wollen diesen Betrag für ein Teil aus diesem Laden ausgeben. Was erwarten Sie in dieser Situation vom dort arbeitenden Personal? Eine Seminarteilnehmerin antwortete mir auf diese Frage prompt wie folgt: „Na, da erwarte ich schon, dass die sich lang machen.“ Zu Recht, sollte man meinen. Überlegen Sie doch einmal, wann wurden Sie das letzte Mal perfekt beraten? Wann wurden Sie das letzte Mal richtig professionell bedient? Sie können sich nicht erinnern? Dann geht es Ihnen wie vielen anderen auch, die sich häufig wundern, wie leicht

ZT ZAHNTECHNIK ZEITUNG

INFO

Das **C&T Huhn**-Team besteht aus ausgebildeten Praxiscoachs, die in Zusammenarbeit mit Dentallaboren Zahnarztpraxen fit für den Gesundheitsmarkt der Zukunft machen.

Das **C&T Huhn**-Team betreut Dentallabore umfassend im Bereich Vertrieb, entwickelt Schritt für Schritt die notwendigen Fähigkeiten und Kernkompetenzen eines Dentallabors in den Bereichen Neukundengewinnung, professionelle Bestandskundenbetreuung (CRM), Kommunikation und Unternehmensführung, um im Team fit für den Gesundheitsmarkt der Zukunft zu sein.

C&T Huhn stellt Handwerkszeug und Unterstützung für mehr Erfolg in Dentallaboren und Zahnarztpraxen zur Verfügung.

Dennoch ist der Patient durch die Medien sensibilisiert und wird dadurch auch immer kritischer. Das Problem des Patienten ist es jedoch, dass er die fachliche Leistung des Zahnarztes gar nicht oder

geschaffen, nicht nur hochwertigen Zahnersatz zu realisieren, sondern auch zufriedene oder gar begeisterte Patienten zu be-

Fortsetzung auf Seite 6

Fortsetzung von Seite 5

kommen. Was also erwartet der Kunde heute, wenn es um Beratung geht (s. Abb. 4)?

a) Sie sollen sein Selbstwertgefühl nicht angreifen.

denken, nicht passiv berieselt werden.

Es geht um meine Zähne, also möchte ich mitreden. Fragen Sie doch einmal Ihre Kunden oder schauen Sie bei sich selbst, wie häufig wird der Patient gefragt: „Lieber Patient, wenn Sie

Solange dies nicht der Fall ist, hören Ihre Kunden Antworten der Art wie: „Ich muss noch überlegen. Ich habe kein Geld. Ich muss erst mit Mann/Frau/Kind darüber reden.“ Welche Kriterien aber sind es, die den Patienten in die Lage versetzen, eine Entscheidung treffen zu können (s. Abb. 5)?

e) Hat er eine Antwort auf meine Fragen bzw. eine Lösung für mein Problem?

Eine Antwort bzw. Lösung setzt voraus, dass wir zuerst einmal herausfinden, was überhaupt die Frage bzw. das Problem ist. Schaffen Sie zusammen mit Ihren Kunden in der Praxis den Mut, die Patienten zu fragen. Sie werden sich wundern, was diese alles zu erzählen haben.

f) Hat er eine Möglichkeit, meine Wünsche verständlich zu erfüllen?

Zwei Fremdworte in einer Beratung reichen aus, damit ein Patient oder Kunde gedanklich nicht mehr folgen kann und aussteigt. Machen Sie Ihren Kunden bewusst, dass selbst die für sie geläufigsten Worte (ZE, Teleskopkrone, usw.) für einen Patienten Fremdworte sind, deren Benutzung im schlimmsten Fall dazu führen kann, dass sich ein Patient nicht entscheiden kann. Entscheidet er sich in einer solchen „Unverständnis“-Situation doch, reduziert sich die Entscheidung meist auf ein Kriterium – den Preis.

Was können Sie tun?

Vielleicht werden Sie sich an diesem Punkt des Artikels die Frage stellen: „Und was habe ich damit zu tun? Das ist doch längst ein alter Hut. Ich habe keinen Einfluss darauf, was und vor allem wie meine Kunden mit ihren Patienten umgehen, geschweige denn, wie sie ihre Patienten beraten. Das mag alles sein. Es mag auch sein, dass diese Einwände in der Vergangenheit ihre Berechtigung hatten. Heute gilt dies aus meiner Sicht nicht mehr. Meine Erfahrungen als Coach aus aktuellen Gesprächen mit Zahnarztpraxen zeigen etwas anderes. Nie waren Zahnarztpraxen offener für Anregungen, Gespräche und Diskussionen über Abläufe, Vorgehensweisen und Verbesserungen für ihre Praxis. Nie waren Zahnarztpraxen stärker auf der Suche nach Unterstützung für ihre Praxis, um aus dem derzeitigen Dilemma herauszukommen.

Dazu braucht es Partnerschaften, die positiv, ideenreich, ungewöhnlich und mutig sind. Gemeinsames Jammern hat noch niemandem weitergebracht. Entwickeln Sie sich zum Unterstützer, Berater und Coach für Ihre Praxen. Sie werden es Ihnen mit Treue, Empfehlungen, Spaß und hochwertigen Arbeiten danken. Als Unterstützer der eigenen Kunden haben Sie viele Ansatzpunkte. Nicht alle müssen zu Ihnen oder Ihren Kunden passen. Aber alle führen dazu, dass der Umgang mit den Patienten professionellisiert wird.

Hier einige Beispiele:

a) Bieten Sie Ihren Kunden partnerschaftliche Unterstützung an.

Fragen Sie Ihre Kunden, was Sie für sie tun können, wie Sie mit Ihren Fähigkeiten deren Kunden unterstützen können. Wo liegen deren Wünsche, Fragen und Probleme? Machen Sie Ihren Kunden deutlich, dass Sie weit mehr können, als nur schöne Kronen herzustellen.

b) Führen Sie die ZE-Beratung für Ihre Kunden durch.

Untersuchungen haben gezeigt, dass viele Patienten die Aussagen eines Zahntechnikers glaubhafter finden als die ihres Zahnarztes, obwohl sie diesem vertrauen.

Wenn es um Schaumodelle geht, wird in fast allen Zahntechnikern der Künstler wach. Der Klammermodellguss wird so filigran und unsichtbar wie möglich gearbeitet, die Kunststofffüllung im Füllungsalternativen-Modell gleich wie die Amalgamfüllung auf's Feinste ausgearbeitet. Schauen Sie Ihre Modelle zusammen mit Ihren Kunden durch die Brille der Verkaufsförderung an. Selbstverständlich können Sie filigran und nahezu unsichtbar arbeiten, aber müssen Sie das Ihren Patienten als Kaufargument für Modellguss nahe legen? Welcher Patient würde sich noch für ein Keramikinlay entscheiden, wenn schon die Kunststofffüllung unsichtbar ist?

f) Patientenevent rund um den Zahnersatz.

Hatten Sie schon einmal die Gelegenheit, einen Neuwagen im Werk abzuholen? Wenn ja, dann sollte Ihnen zu diesem Zeitpunkt klar sein, was mit „Patientenevent rund um den Zahnersatz“ gemeint ist. Allen Neuwagenabholern ist am Ende des Tages nämlich eines gemein: Sie geben das unglaublich viele Geld für den Neuwagen jetzt mit einem Lächeln im Gesicht aus. Diskutieren Sie mit Ihrem Kunden und dessen Team bei einer Tasse Kaffee die Möglichkeiten, wie auch Sie gemeinsam für den Patienten die neuen Zähne zum Event umfunktionieren können. Die Patienten werden es Ihnen danken.

Entscheidungskriterien des Kunden:
• Ist der Anbieter seriös, integer und untadelig?
• Hat er eine Antwort auf meine Fragen?
• Hat er eine Lösung für mein Problem?
• Hat er eine Möglichkeit, meine Wünsche verständlich zu erfüllen?
• Ist der Nutzen des Angebotes tatsächlich gegeben?
• Ist der Nutzen des Angebotes tatsächlich so wertvoll, dass ich, um die Vorteile des Angebotes zu erlangen, auf etwas anderes verzichten möchte?

Abb. 5

Kennen Sie auch die Aussage Ihrer Kunden: „Es gibt mehrere Möglichkeiten der Versorgung, z. B. eine Verblendkeramikbrücke oder eine Vollkeramikbrücke. Ja und dann gäbe es auch noch die Möglichkeit eines Implantats, aber das ist sehr teuer.“ Einfacher lässt sich das Selbstwertgefühl des Patienten nicht angreifen als durch eine solche Aussage. Denn was hat Ihr Kunde wirklich gesagt: „Implantate sind so teuer, die können Sie sich nicht leisten.“

über Ihre neuen Zähne nachdenken, was möchten Sie denn? Was ist Ihnen denn wichtig?“

Es gibt keine bessere Art, Patienten – respektive Kunden – wertzuschätzen, als diese zu fragen, was ihnen denn in Bezug auf ihre Zähne wichtig ist.

d) Sie sollen seine Fragen und/oder Einwände ernst nehmen.

Fragen und Einwände von Patienten drehen sich häufig um Kleinigkeiten und wiederholen sich zumeist. Und allzu leicht ist man versucht, darüber hinwegzugehen. Hier jedoch unterscheidet sich die professionelle von der unprofessionellen

b) Sie sollen ihn nicht langweilen.

Über Dinge, mit denen wir uns auskennen, reden wir

ZT ZAHNTECHNIK ZEITUNG

Dreitägiges Intervalltraining – Ausbildung zur ZE-Beraterin

Baustein 1: ZE-Beratung, ja bitte – aber wie?

- Praxisorganisation und ZE-Beratung
- Erwartungen von Patienten bzw. Kunden an eine zukunftsorientierte Praxis
- Erfolgreich mit sich selbst umgehen – erfolgreich mit dem Patienten umgehen
- Praktische Übungen

Baustein 2: Rhetorik für ZE-Beratungsgespräche

- Warum ist Rhetorik wichtig?
- Wie und wo setze ich Rhetorik sinnvoll ein?
- Vorbereitende Übungen auf das Beratungsgespräch
- Praktische Übungen

Baustein 3: Effektive Patientenberatung mithilfe von Persönlichkeits-Modellen

- Welche Patiententypen werden unterschieden?
- Was erwarten diese Patienten?
- Effektive Patientenkommunikation auf der Basis seines Persönlichkeits-Modells und seiner spezifischen Erwartungen
- Praktische Übungen

Zielgruppe: Zahnarztpraxen, die gemeinsam den Anteil der Privatleistungen steigern wollen.

Für wen interessant: Angehende ZE-Beratungsassistentinnen

Trainer: C&T Huhn-Team

Termin: nach Vereinbarung, im vierwöchigen Rhythmus, je 9 bis 15 Uhr

Teilnehmeranzahl: max. 16 Personen

Haben Sie Lust, die Mitarbeiterinnen Ihrer Kunden zur professionellen ZE-Beraterin ausbilden zu lassen, dann rufen Sie uns an.

besonders gerne und vor allem besonders ausführlich. Leider interessiert das den Patienten nicht oder ausgesprochen wenig. Hören Sie auf, den Patienten mit zu viel Fachwissen voll zu stopfen.

c) Sie sollen ihn aktiv einbeziehen: Ich will mit-

Beratung. Machen Sie Ihren Kunden bewusst, wie wichtig es ist, alle Fragen und Einwände Ihrer Patienten ernst zu nehmen, immer wieder auf's Neue. Patienten können und wollen eine Entscheidung treffen, sofern ihre Entscheidungskriterien positiv erfüllt sind.

Warum macht es Sinn, dass eine Mitarbeiterin die ZE-Beratung durchführt:
• Weil der Patient 70 % seiner Zeit mit dem Personal verbringt.
• Weil die Mitarbeiterin in 95 % aller Fälle, in denen sie nach der Aufklärung durch den Chef noch mit dem Patienten gesprochen hat, mit diesem zu einer Entscheidung gekommen ist.
• Weil eine Ebene entsteht, auf der Gleichartigkeit und Gleichberechtigung hergestellt werden kann. Daraus ergibt sich das unverzichtbare Vertrauensverhältnis, welches jeder therapeutischen Einverständnis-erklärung vorausgehen sollte.

Abb. 6

Diese Tatsache lässt sich leicht damit erklären, dass Sie aus Sicht des Patienten der Spezialist für dieses Thema sind. Ein weiterer Grund spricht dafür, Ihre Kunden in der Beratung zu unterstützen: Die Behandlungzeit ist die teuerste Zeit innerhalb einer Praxis. Jede Minute, die der Behandler mit Reden verbringt, bringt primär kein Geld. Hier können Sie schnell und unkompliziert für Erfolg in der Praxis sorgen.

c) Bilden Sie die Mitarbeiter einer Praxis zur ZE-Beraterin aus.

Haben Sie selbst zu wenig Zeit, lässt es Ihre Labororganisation nicht zu, dass Sie ständig bei Ihren Kunden vor Ort sind? Dann sparen Sie Ihren Behandlern Zeit und schaffen Sie Erfolg, indem Sie dessen Mitarbeiter zu ZE-Beraterinnen ausbilden oder ausbilden lassen. Für die Ausbildung der Mitarbeiter zur ZE-Beraterin gibt es gute Gründe (s. Abb. 6). Einer der besten Gründe ist die Tatsache, dass die meisten Praxismitarbeiterinnen nicht an der Krankheit „Hüterin des Geldes des Patienten sein zu müssen“ leiden und dass sie in zwei von drei Fällen zusammen mit dem Patienten zu einer hochwertigen Entscheidung kommen. Das C&T Huhn-Team hat im letzten Jahr in Zusammenarbeit mit Dentallaboren in ganz Deutschland über 150 Helferinnen zur ZE-Beraterin ausgebildet. Nie sind uns mehr unternehmerisch denkende Frauen begegnet, die nur darauf warten, mehr Verantwortung und Eigeninitiative übernehmen zu können. Der Erfolg ist sofort messbar.

d) Stellen Sie Ihren Kunden sinnvolle Beratungsmo-delle zur Verfügung.

Geben Sie Ihr Bestes, wenn es darauf ankommt – nämlich bei der tatsächlichen Patientenarbeit – und unterstützen Sie Ihre Kunden mit den „richtigen“ Schaumodellen.

e) Stellen Sie Ihren Kunden individualisierte Patientenmappen mit den entsprechenden Kostenvorschlägen zur Verfügung.

Je hochwertiger Ihre Präsentation der Versorgungsmöglichkeiten ist, umso eher hat der Patient das Gefühl, für sein Geld einen entsprechenden Gegenwert zu bekommen. Es gibt bestimmte Patientengruppen, die über ihre Entscheidung noch eine Nacht schlafen, oder diese mit der Ehefrau oder dem Ehemann besprechen müssen. Unterstützen Sie Ihre Praxen hier, damit die Entscheidung nicht dem „Stille-Post-Prinzip“ verfällt.

Resümee

Sicherlich werden Sie noch viele weitere Ideen finden, wie Sie Ihre Kunden unterstützen können. Das Wichtigste daran ist es dies zu tun. Bleiben Sie nicht länger in der Position des Reagierenden, sondern agieren Sie, um Ihre Kunden erfolgreich zu machen. Bieten Sie sich nicht als Helfer in der Not, sondern als Partner und Unterstützer an. Ihre Kunden und deren Kunden werden es Ihnen danken. Nicht zuletzt werden sich all diese Aktivitäten aber auch direkt auf das Ergebnis Ihres Labors auswirken. Das C&T Huhn-Team arbeitet nunmehr seit mehreren Jahren intensiv mit Dentallaboren an diesen Themen. Gerne beantworten wir auch Ihre Fragen. Rufen Sie uns an oder kontaktieren Sie uns auf einem der anderen möglichen Kommunikationswege. Wir freuen uns darauf, Sie kennen zu lernen. ☺

ZT Adresse

Dipl.-Kffr. Claudia Huhn
c/o C&T Huhn
Coaching und Training
Gartenstraße 13
82418 Seehausen am Staffelsee
Tel.: 0 88 41/48 98 89
Fax: 0 88 41/48 98 90
E-Mail: claudia.huhn@ct-huhn.de
www.ct-huhn.de

ZT Kurzvita



Diplom-Kauffrau/Pädagogin Claudia Huhn

- Studium der Wirtschaftswissenschaften und des Lehramtes für Berufsschulen in Siegen
- Seit 1999 Trainerin, Beraterin und Coach für Dentallabore und Zahnarztpraxen
- 2003 Gründung des Trainings- und Coachingunternehmens C&T Huhn
- Seit 2004 zertifizierte H.D.I.-Trainerin

- nerin (Herrmann-Dominanz-Instrument: Denkstilanalyse)
- Schwerpunkte im Bereich strategischer Vertriebsaufbau, Vertriebsplanung, Vertriebscoaching
- Durchführung von Vertriebsseminaren zu den Themen Neukundengewinnung, professionelle Bestandskundenbetreuung, Konflikt- und Beschwerdemanagement, Telefontraining, Rhetorik für Unternehmer
- Durchführung von H.D.I.-Seminaren zu den Themen Vertriebsstraining, Teamtraining
- Durchführung von H.D.I.-Einzel- und Gruppencoachings
- Durchführung von Praxisseminaren für Zahnärzte und Helferinnen (Erfolgsfaktor Zahnarztpraxis in der Zukunft; Ausbildung zur ZE-Beraterin für Zahnarztthelferinnen)
- Durchführung von Train-the-Trainer-Seminaren (Ausbildung zum Praxiscoach für Dentallabore)

ZT AUSBILDUNG

Was geht ab?! Die Seite für Azubis.

Ein Schulprojekt, an dessen Anfang der Patient und sein Problem und an dessen Ende neues Wissen und eine von den Azubis erarbeitete Patientenlösung standen.

Über ereignisreiche Projekttag an der Berufsschule Düsseldorf (2)

Drei engagierte Lehrer der Albrecht-Dürer-Schule in Düsseldorf haben sich für ihre Schüler etwas ganz Besonderes einfallen lassen, um sie optimal auf ihr Berufsleben als Zahn techniker vorzubereiten. So hatten die Azubis im 2. Halbjahr die Möglichkeit, im Schulprojekt „Ästhetik inTeam“ innerhalb einer Woche einen konkreten Patientenfall durchzuspielen. Dabei wurden alle Grundlagen und Methoden besprochen und diskutiert – angefangen von der Bedeutung der Zahnästhetik, über Preisgestaltung und Werbung bis hin zur Wahl der Zahnfarbe und den Grundlagen der Schichtung. Aus dem Unterrichtsgeschehen sowie aus dem Inhalt der Projektmappen, in der jeder Schüler den Projektverlauf und seine Ergebnisse dokumentieren musste, haben die drei Pädagogen den Erfahrungsbericht eines fiktiven Schülers kreiert, der das Schulprojekt in der ZT vorstellt. Im heutigen zweiten Teil, mit dem der Projektbericht abgeschlossen wird, geht es um die Themen Patientenanalyse, Farbmessung und Schichtung.

Von den Berufsschullehrern Angelike Brodale, Andreas Klösel und Markus Lensing

Mittwoch: Es geht weiter

Wir erinnern uns: Nach der Erarbeitung der dentalen Ästhetikkriterien am Montag konnten wir gestern eine Menge über Marketing und Betriebswirtschaft im Labor erfahren – Themen, die übrigens noch heute Morgen in der Bahn zu Diskussionen zwischen einigen Schülern führten.

Nun ist bereits der dritte Projekttag. Zusammen gehen wir noch einmal durch, was wir alles beachten müssen, wenn wir unseren Patienten Herrn Lensing, der in wenigen Stunden zum Beratungsgespräch kommen wird, analysieren wollen. Wir wissen, dass wir die dentalen Ästhetikkriterien in einen Patienten-Analysebogen umsetzen müssen. Zunächst ist eine Vorabanalyse notwendig, die anhand des Bogens, der Situationsmodelle und der Fotos des Patienten vorgenommen wird. Auf geht's: jeder von uns analysiert unseren Patienten genau, um ihn gleich umfangreich beraten zu können. Insgeheim werden die Ergebnisse natürlich verglichen und diskutiert. Da kommt schon mal eine Frage auf wie „Warum siehst du dieses Kriterium so und nicht so wie ich?“ Doch zum Schluss ist sich jeder von uns sicher, wie Herr Lensing indivi-

die Ergebnisse notiert und mit der Vorabanalyse verglichen. Dabei zu klärende Fragen sind unter anderem: Ist die Schneidkantenlinie beim Lächeln parallel zur Unterlippe? Sind die Zahnachsen korrekt? Wo liegen die interdentalen Kontaktpunkte? Und wie verlaufen

zu erlernen ist. Vertikalstrukturen, also Lichtleisten der Labialfläche, Winkel- und Krümmungsmerkmale, Horizontale Wachstumslinien: all das vernünftig auf das Situationsmodell zu übertragen ist gar nicht so leicht, macht aber richtig Spaß. Anschließend zeigt Herr

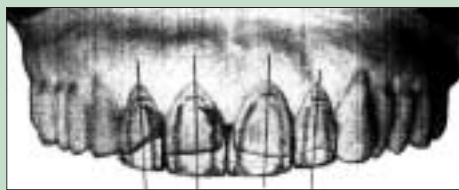
Welche Farbe hat der Zahn? Weinrot, kirschrot, ziegelrot oder hellrot? Ist der eine Zahn heller, matter, grauer oder blässer als der andere? So kommen wir nicht weiter. Jeder meint das Gleiche, aber sagt etwas anderes. Klar ist, wir müssen uns mit der Farblehre beschäftigen, um Farbinformationen vernünftig kommunizieren zu können. Also erzählt und präsentiert uns Herr Lensing etwas über den Wellencharakter von Licht, über Wellenlängen, die in Nanometer gemessen werden („Nanos“ heißt auf griechisch Zwerg, also ist ein Nanometer wohl ein „Zwergenmeter“), über entsprechende Farben des Lichts, über die drei Farbeigenschaften Intensität, Helligkeit und Farbton sowie über den Farbraum, in dem man mit den drei Eigenschaften jede Farbe exakt festlegen kann. Das Koordinatensystem in diesem Farbraum heißt Lab-Farbsystem und hilft beim Festlegen von bestimmten Farben im Farbraum. Solch ein Farbsystem wird beispielsweise im digitalen Farbmessgerät ShadeEye®-EX von Shofu Dental genutzt. Da uns die Firma Shofu dieses Gerät netterweise geliehen hat, konnten wir etwas experimentieren und haben dabei festgestellt, dass mein Federmäppchen die Farbe L = 70, a = -35, b = 70 hat. Na, weißt du welche Farbe das ist?

Erstmal genug Theorie. In sechs kleinen Grüppchen sollen wir nun einen Messestand zu einem der folgenden Themen vorbereiten: ShadeEye®-EX, VITA EasyShade® (netterweise von der VITA Zahnfabrik zur Ver-

Zahnfarbe bestimmen (lassen) und ein von uns selbst vorbereitetes Informationsblatt mitnehmen. Das dauerte alles seine Zeit, war aber sehr informativ, spannend und verlief in total lockerer Atmosphäre.

Opaleszenz, was ist denn das? Eigentlich ganz einfach! Herr Lensing hat einem Mitschüler eine Sankt Martins-Leuchte in den Mund gesteckt und siehe da: der Zahnschmelz, der vorher bläulich wirkte (jedenfalls da, wo kein Schmelz dahinter ist) leuchtete nun orange! Die Erklärung folgte auf dem Fuß: Sechseckige Schmelzkristalle brechen und streuen die kurzen Wellenlängen (blau) stärker als die langen (rot). Also kann rotes Licht eher durch den Zahnschmelz durchscheinen, während blaues Licht eher wieder in Richtung der Lichtquelle zurückgeführt wird. Zum Abschluss des Tages haben wir noch bei unserem Patienten, Herrn Lensing, die Zahnfarbe mit den verschiedenen Methoden ausgesucht. Dann konnten wir nach vielen spannenden, aber auch an-

dex/Shofu einen halbwegs natürlichen Frontzahn schichten, mussten wir erst noch unsere Schichtung mit Dentin und



Planung und anschließende Umsetzung des Patientenfalls in Wax-up.



die vertikalen Oberflächenstrukturen? Jetzt wissen wir endlich, was mit unserem Herrn Lensing in dentalästhetischer Hinsicht so los ist. Daher könnten wir nun ein Wax-up auf dem Situationsmodell erstellen. Doch unsere Projektleitung wird langsam etwas penetrant: Sie möchte, dass wir anhand unserer Analyse eine schriftliche und am besten noch mit Skizzen versehene Planung des Wax-ups machen.

Zum Glück haben sie uns hierfür entsprechende Kopien der

Lensing – gleichzeitig unser Lehrer – ein wenig von seinem Computerwissen und macht mit jedem Wax-up eine „Virtuelle Anprobe“ am Computer (unter Verwendung der freien Software GIMP). Dann halten wir den Ausdruck „Virtuelle Anprobe“ in Händen und es ist endlich Feierabend für heute.

Donnerstag: Über Farben

Den vierten Tag hintereinander heißt es mächtig früh aufstehen, um halbwegs pünktlich



Farbauswahl mit dem Shofu Natural Color Concept (NCC®).



Farbauswahl mit dem VITA EasyShade®.

Schneidemasse, bläulicher und neutraler Transluzenzmasse schriftlich planen. Dann ging es endlich los und wir haben mit mehr oder weniger großem Erfolg versucht, für den Patienten Herrn Lensing vier schicke Veneers zu schichten. Zum Abschied durften wir noch schriftlich unsere Meinung zu dem Unterrichtsprojekt „Ästhetik inTeam“ kundtun. Ich übertreibe nicht, wenn ich behaupte, dass fast allen die Woche echt gefallen hat, wir viel Neues und wirklich Interessantes erfahren und ganz nebenbei in angenehmer Atmosphäre noch Spaß gehabt haben. **ZT**

¹ Fradeani, Mauro. *Ästhetische Sanierungen mit festsitzender Prothetik. Band 1: Ästhetische Analyse.* Quintessence Publishing Co. Ltd., London 2004.



duell in Bezug auf die dentalen Ästhetikkriterien analysiert werden kann und welche Lösungsmöglichkeiten zur zahn-technischen Behandlung in Betracht kommen. Der Patient kann kommen! Herr Lensing ist da. Auf der Basis der schon erarbeiteten Kriterien dentaler Ästhetik wird er gecheckt und umfassend analysiert. Das geschieht mithilfe eines Analysebogens, der dem von Mauro Fradeani¹ ähnelt. Kriterium für Kriterium wird unser Patient überprüft,

Situationsmodelle vorbereitet. Die Kriterien dentaler Ästhetik, die sich bei der Analyse als nicht korrekt herausgestellt haben, müssen nun bei der Planung berücksichtigt und wenn möglich verbessert werden. Jetzt endlich macht unser Lehrer das Gas an und wir können praktisch arbeiten. „Umsetzen der Planung in Wachs“ heißt die Aufgabe. Leicht gesagt, wenn man so etwas noch nie gemacht hat. So manchem von uns schwant hier, dass bis zur Prüfung noch so einiges im Labor

zur Schule zu kommen. Aber, ich glaube heute wird's echt spannend. Das Thema Zahnfarbe steht auf dem Programm. Herr Lensing erklärt uns, dass wir zuerst einen Vortrag über Farbwahrnehmung und -kommunikation hören. Anschließend sollen wir uns gegenseitig Methoden der Farbauswahl vorstellen. Wir werden lernen, wie die opaleszente Wirkung des Zahnschmelzes zu Stande kommt, um dann abschließend bei Herrn Lensing die Zahnfarbe zu bestimmen.

fügung gestellt), Shofu Natural Color Concept und VITA Toothguide 3D-MASTER® (beides neue Farbringe, die die drei Eigenschaften von Farbe separat und exakt berücksichtigen), Beeinflussung der Farbe durch Hintergrundfarben sowie Umgebungslicht. Im Anschluss daran haben wir eine kleine Messe organisiert. Jeder konnte zu jedem Messestand gehen, alles Wichtige zu dem jeweiligen Thema erfahren, die Geräte und Farbringe ausprobieren, seine eigene

strengenden Stunden den wohlverdienten Heimweg antreten.

Freitag: Auf in die letzte Runde

Jetzt ist eigentlich nur noch Praxis angesagt – na ja, fast nur noch. Nachdem Herr Lensing uns gezeigt hat, wie man mithilfe eines Scheiben-Silikonwalls, den wir am Wax-up angefertigt haben, mit den Kunststoffen VITAVM® LC und Soli-

ZT Adresse

Albrecht-Dürer-Schule
Abteilung 5
Fürstenwall 100
40217 Düsseldorf
Tel.: 02 11/8 99 73-50
Fax: 02 11/8 99 73-09
E-Mail:
abteilung5@ads-duesseldorf.de
www.ads-duesseldorf.de

ZT PRODUKTE

Neues AGC® Micro Vision begeistert Anwender

Ob sehr gutes Handling oder optimale Passung von Sekundärteilen: Das innovative Galvanosystem AGC® Micro Vision von WIELAND hat die Anwender überzeugt. Das beweisen jüngste Umfrageergebnisse.

Eine repräsentative Marktbefragung von WIELAND bei Kunden, die das neue AGC® Micro Vision-Gerät im Einsatz haben, ergaben ein sensationelles Ergebnis. Die Anwender lobten das Gerät mit seinen neuen ausgereiften Funktionen hoch. Das AGC® Micro Vision erfüllt alle wesentlichen Anforderungskriterien von Galvanokunden. Besonders herausragend wurden das einfache Handling und die Kompaktheit des Systems beurteilt. Des Weiteren wurden die Abscheideergebnisse von den Befragten mit der Note „Super“ bewertet. Auch bei der Direktabscheidung auf NEM-Primärteilen und Keramik wird eine optimale Passung von Sekundärteilen erzielt. AGC® Micro Vision hat einige erweiterte Features, die das

dentale Galvanoforming in einer neuen Dimension erscheinen lassen. Die wieder-



Einfaches Handling beim AGC® Micro Vision 2.

verwendbaren Kontaktstäbe werden durch ein einfaches Magnetsystem im Gerät platziert. Ein großer Vorteil des neuen Goldbades ist der bereits integrierte Glanzzusatz-

der Anwender braucht keine weiteren Vorbereitungen zu treffen und kann sofort das gebrauchsfertige Bad nutzen. Durch die Vickershärte von 160 HV wird die Härte der Käppchen entscheidend erhöht und somit eine langfristige Haltbarkeit gewährleistet. Mit dem Gerät werden hervorragende Oberflächen sowohl bei Doppelkronen als auch bei Einzelkappen geschaffen. Das AGC® Micro Vision besticht durch sein vollendetes Design. Das Gehäusematerial „Varicor“ ist im Dentalgeräteeinmalig – es schützt vor Flecken und lässt sich prima sauber halten. Das Gerät ist so einfach im Handling, dass die Aufstellung und Einweisung in höchstens 25 Minuten vor Ort durchgeführt werden kann. Zusätzlich zum AGC® Micro Vision ist für die Galvanoanwender das AGC® EasySil erhältlich. Dieses Silikon-

Stumpfmateriale vereinfacht den Herstellungsprozess und erspart nach der Goldabscheidung das zeitaufwändige Gipsauslösen. Auch der Umweltgedanke wurde von WIELAND berücksichtigt, denn mit dem AGC® Micro Vision ist eine Restgoldgewinnung im Gerät möglich. In der Summe bietet das System viele entscheidende Neuheiten in der dentalen Galvanowelt, die überzeugende Vorteile für den Galvanoanwender bieten. **ZT**

ZT Adresse

WIELAND Dental + Technik GmbH & Co. KG
Schwenninger Straße 13
75179 Pforzheim
Tel.: 0 72 31/37 05 - 0
Fax: 0 72 31/35 79 59
E-Mail: info@wieland-dental.de
www.wieland-dental.de

Effizienz in der Fertigung

Wirtschaftliches Arbeiten im Dentallabor mit den MIDIS-Instrumenten von Busch.



MIDIS-Instrumente mit mittellangem Arbeitsteil.

Hartmetall-Fräser sind im Laborbereich vielseitig einsetzbar, aber oft wird nur der obere Bereich des Arbeitsteiles genutzt. Die Instrumentengruppe MIDIS von Busch mit mittellangem Arbeitsteil ist hier eine kostengünstige Alternative zu den Instrumenten mit konventioneller Arbeitsteillänge, da die Kostenersparnis der Fertigung in vollem Umfang an den Endverbraucher weitergegeben wird.

Dem Zahntechniker stehen hier insgesamt 29 Instrumente in fünf leistungsstarken Verzahnungen zur Verfügung. Die MIDIS sind für nahezu alle im Labor anfallenden Arbeiten und Werkstoffe geeignet.

Weitere Informationen können Sie beim Hersteller anfordern! **ZT**

ZT Adresse

Busch & Co. KG
Unterkaltenbach 17-27
51766 Engelskirchen
Tel.: 0 22 63/8 60
Fax: 0 22 63/2 07 41
E-Mail: mail@busch-co.de
www.busch-co.de

Ein gutes Auge für Zirkonoxid

Der neue Laserscanner Cercon eye von DeguDent macht der Bildschirmkonstruktion deutlich komplexere Zirkonoxid-Restaurationen als bisher zugänglich. Dabei können alle Daten wahlweise der laboreigenen Scan- und Fräseinheit Cercon brain oder per Fernübertragung einem Kooperationslabor übergeben werden.

In der Kronen- und Brückentechnik hat sich das Zirkonoxid-Vollkeramik-System Cercon smart ceramics bei breiter Indikation längst bestens bewährt – zunächst als reines CAM-Verfahren mit der Wachsmodellation als Ausgangspunkt. In einem ersten Erweiterungsschritt lassen sich bereits seit anderthalb Jahren mithilfe des Zusatzmoduls Cercon art Einzelzahn-Gerüste über die Scan- und Fräseinheit Cer-

strategie aus Cercon base-Rohlingen fräsen. Das neue Modul Cercon



Der Scanner Cercon eye kommt ohne zusätzliche Software aus, sodass die virtuelle Konstruktion auch für PC-unerfahrene Zahntechniker kein Problem darstellt.

sind digitalisierbar, wobei pro Einheit insgesamt ca. 45 Sekunden für das Laserscannen und die Datenverarbeitung benötigt werden. Dabei braucht Cercon eye keinerlei zusätzliche Anwendersoftware. Das Gerät wird einfach mit einem USB-Kabel an Cercon art angeschlossen und über die dazugehörige komfortable „Supermaus“ Cercon move bedient. Auch PC-unerfahrene Zahntechniker können daher in kurzer Zeit sicher virtuelle Zirkonoxid-Konstruktionen erstellen. Die Entscheidung über das Fräsen (im eigenen oder im Kooperationslabor) und über die Informationsübermittlung an Cercon brain (per Wachsmodellation oder über einen digitalen Datensatz) fällt nach Wirtschaftlichkeit und nach den persönlichen Vorlieben des Laborleiters bzw. des verantwortlichen Technikers. Cercon eye wird ab März 2006 lieferbar sein. **ZT**

eye ergänzt nun das bestehende CAD/CAM-System um die Möglichkeit, Stümpfe, Modelle und – im Laufe des Jahres 2006 – auch Wachsmodellationen zu scannen und in digitalen Datensätzen festzuhalten. Damit kann dann das laboreigene Cercon brain gefüttert werden, um Zirkonoxid-Kronen, -Brücken und -Abutments zu fräsen. Alternativ sendet man den Datensatz an ein Kooperationslabor, welches die gewünschten Gerüste in Lohnfertigung herstellt. Bis zu 16 Zahneinheiten



Mit Cercon eye können bis zu 16 Zahneinheiten gescannt und digitalisiert werden.

con brain scannen, rechnergestützt konstruieren und in zirkulärer Arbeits-

ZT Adresse

DeguDent GmbH
Rodenbacher Chaussee 4
63457 Hanau-Wolfgang
Tel.: 0 61 81/59 50
Fax: 0 61 81/59 58 58
E-Mail: info@degudent.de
www.degudent.de

Stets die richtige Wahl

Mit der Procera® Bridge Zirconia und den wiederverwendbaren Try-in Abutments aus Kunststoff bietet der schwedische Konzern Nobel Biocare neue ultimative Lösungen für individuelle Ästhetik und Wirtschaftlichkeit.

Die Procera® Bridge Zirconia verbindet ultimative Passung, hervorragende Stabilität und perfekte Ästhetik. Damit geben Sie Ihren Patienten ein makelloses, dauerhaftes, strahlendes Lächeln ohne Metall – jedes Mal. Dank dieser erstklassigen Ergebnisse ist es fast unmöglich, die Versorgung von einem echten Zahn zu unterscheiden. Durch die hohe Passgenauigkeit der Procera® Bridge Zirconia gehören Nachbesuchstermine der Vergangenheit an. Hierdurch verringert sich die Behandlungszeit, was Ihnen wiederum die Möglichkeit gibt, Ihren Patientenstamm auszubauen und Ihr Gewinnpotenzial zu erhöhen. Außerdem können Sie die Procera® Bridge Zirconia

mit der NobelRondo™ Zirconia Verblendkeramik eine unschlagbare Lösung-

plantat oder einem Implantatreplika verwenden. Die Try-in Abutments können



Try-in Abutment Kit.

für stets zufriedene Patienten. Mit den wiederverwendbaren Try-in Abutments von Nobel Biocare treffen Sie gleich die richtige Wahl. Verwenden Sie diese einzigartigen Kunststoff-Abut-

gereinigt, sterilisiert und somit wiederverwendet werden. So müssen Sie nicht mehr mehrere steril verpackte Abutments öffnen, um das geeignete zu finden. Die Try-in Abutments von Nobel Biocare werden mit einem einzigartigen Plattformträger geliefert, der Abutments für Snappy Abutments™, gerade und abgewinkelte Esthetic Abutments, abgewinkelte Multiunit Abutments und ein Hilfsmittel zur Ausmessung des Weichgewebes beinhaltet. **ZT**



Procera® Bridge Zirconia.

ganz herkömmlich zementieren – und dadurch noch mehr Zeit sparen. Die Procera® Bridge Zirconia wird aus Zirkonoxid, einem der stabilsten prothetischen Materialien, gefertigt und bildet in Kombination

ments, um für Ihren Patienten ein Abutment mit der geeigneten Größe und Form auszuwählen. Ob Sie als Zahnarzt oder Zahntechniker tätig sind, Sie können die Try-in Abutments direkt auf einem Im-

ZT Adresse

Nobel Biocare Deutschland GmbH
Stolberger Straße 200
50933 Köln
Tel.: 02 21/5 00 85-0
Fax: 02 21/5 00 85-3 33
E-Mail: info@nobelbiocare.com
www.nobelbiocare.com

Preisgünstige Universallegierung

Echte Alternative zu NEM vom Pforzheimer Unternehmen WIELAND Dental: Simidur Press X mit zusätzlicher Möglichkeit zum Überpressen.

WIELAND Dental + Technik bringt mit der Ag-Pd-Legierung Simidur Press X eine hoch innovative Universallegierung mit einem WAK-Wert von 16,7 auf den Markt. Die Bestandteile im Einzelnen:

- Pd: 38,8 %
- Ag: 55,0 %
- Ru: 0,1 %
- In: 1,1 %
- Sn: 2,0 %
- Zn: 3,0 %



Möglichkeit, die Legierung zu überpressen. Die hohe Verarbeitungssicherheit ermöglicht die Herstellung von

ramikbrücken, Gerüstkapfen, Brückengerüsten, Inlays/Onlays und Suprakonstruktionen ab. Simidur Press X ist eine sinnvolle Ergänzung im WIELAND System X und erweitert somit das WIELAND-Legierungsportfolio um einen weiteren Indikationsbereich. Die preisgünstige Legierung ist in der momentanen Marktlage mit einem Preis von 14,15 €/g eine echte Alternative zu NEM. **ZT**

Simidur Press X eignet sich hervorragend zum Verblenden mit niedrig schmelzenden, hoch expandierenden Verblendkeramiken wie Imagine h.e. aus dem Hause WIELAND. Ein weiterer entscheidender Vorteil – und so bisher auf dem Dentalmarkt nicht erhältlich – ist die zusätzliche

bis zu viergliedrigen Überpressbrücken – sie ist ideal mit Imagine Press X zu überpressen. Hier garantiert WIELAND die in einem Systemgedanken entstandenen Produktvorteile. Darüber hinaus deckt sie ein Indikationsspektrum von Vollke-

ZT Adresse

WIELAND Dental + Technik
GmbH & Co. KG
Schwenninger Straße 13
75179 Pforzheim
Tel.: 072 31/37 05-0
Fax: 072 31/35 79 59
E-Mail: info@wieland-dental.de
www.wieland-dental.de

Mikromotor bietet Höchstleistung

Kompakt und einfach im Handling, geräuscharm und hochpräzise beim Bearbeiten der unterschiedlichen Materialien: Das Laborsystem NSK Ultimate 450 mit bürstenlosen Motor hat entscheidende Vorteile auf seiner Seite.

Das elektrische Mikromotor-Laborsystem NSK Ultimate 450 gehört als Desk-Top-Ausführung sowie als Knie- und Fußmodell in die Spitzenserie unter den Laborprodukten. Das Gerät der Serie Ultimate 450 wird über einen Mikroprozessor geregelt und ermöglicht die maximale Leistung des eingebauten bürstenlosen Mikromotors. Der Drehzahlbereich reicht von 1.000 bis 35.000/min.

Der Mikromotor bietet Höchstleistung, das heißt maximale Leistung und 4,5 Nm. Der Mikromotor ist leicht und komfortabel in der Handhabung. Die Ultimate 450 bürstenlosen Mikromotoren sind absolut wartungsfrei. Die interne Lastprüfung von NSK hat die Haltbarkeit im Dauerbetrieb für mehr als 5.000 Stunden nachgewie-

sen. Der hermetisch bürstenlose Motor reduziert den Geräuschpegel um 20 Prozent im Vergleich mit anderen konventionellen Modellen. Hierdurch wird die Arbeitsumgebung ruhiger und angenehmer. Die Serie Ultimate 450 bietet die optimale Mikroprozessorsteuerung des Mikromotors. Der Mikroprozessor regelt sich automatisch auf die optimale Drehzahl und das optimale Drehmoment, selbst beim Schneiden der unterschiedlichsten Materialien. Zittern und Springen der Bohrer wurden eliminiert. Hierdurch ist ein präziseres und glatteres Schneiden und Polieren möglich. Der Ultimate 450 Mikroprozessor verfügt über eine Ei-



Ultimate 450 – ein kompaktes, mikroprozessorgesteuertes Laborsystem.



Die automatische Drehmoment- und Drehzahlsteuerung ermöglicht präzises und glattes Schneiden.

geräuschpegel um 20 Prozent im Vergleich mit anderen konventionellen Modellen. Hierdurch wird die Arbeitsumgebung ruhiger und angenehmer. Die Serie Ultimate 450 bietet die optimale Mikroprozessorsteuerung des Mikromotors. Der Mikroprozessor regelt sich automatisch auf die optimale Drehzahl und das optimale Drehmoment, selbst beim Schneiden der unterschiedlichsten Materialien. Zittern und Springen der Bohrer wurden eliminiert. Hierdurch ist ein präziseres und glatteres Schneiden und Polieren möglich. Der Ultimate 450 Mikroprozessor verfügt über eine Ei-

Anwender kann so mögliche Fehler unverzüglich erkennen bzw. überprüfen, ob alle Funktionen einwandfrei sind. Mit 185 Gramm ist der Ultimate Mikromotor ausgesprochen leicht und kompakt. **ZT**

ZT Adresse

NSK Europe GmbH
Westerbachstraße 58
60489 Frankfurt am Main
Tel.: 0 69/74 22 99-0
Fax: 0 69/74 22 99-29
E-Mail: info@nsk-europe.de
www.nsk-europe.de

ANZEIGE

Damit es ganz einfach ist,
die Schönheit der Natur
zu erreichen: Initial von GC.

Das Allround-Keramik-System für jede Indikation:
6 Keramiklinien für alle Metall- und Vollkeramiken.



GC GERMANY GmbH
Paul-Gerhards-Allee 50
D-81245 München
Tel.: +49 89 39 65740
Fax: +49 89 39 657429
info@gemany.gc-europe.com

GC EUROPE N.V.
Austrian Office
Tollak 124
A-3108 Rein bei Graz
Tel.: +43 312454020
Fax: +43 31245402040
info@austria.gc-europe.com

GC EUROPE N.V.
Swiss Office
Wilerstrasse 3
CH-7515 Wangi
Tel.: +41 82 355 46 46
Fax: +41 82 355 46 28
info@switzerland.gc-europe.com
www.ginitial.gc-europe.com

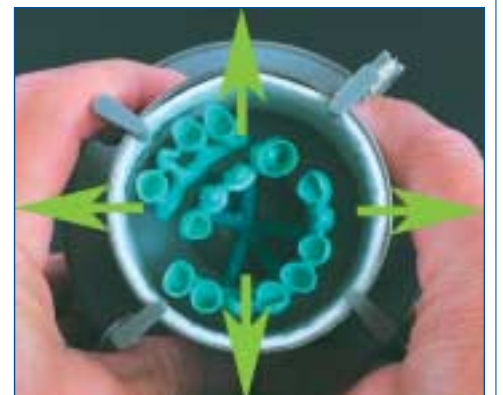
GC
FIRST IS QUALITY

www.gc-europe.com auch info@gemany.gc-europe.com
Adresse über Pforzheim

Einer für alle Fälle

Base D1: Flexibler Muffelboden für die Kronen- und Brückentechnik von Dentaureum.

Der neu entwickelte Muffelboden Base D1 von Dentaureum ist eine universell einsetzbare Muffelbasis für alle Metallmuffelringe ab Größe 3 in der Kronen- und Brückentechnik. Der Muffelboden fixiert die Muffelringe über vier Haken, die an Federn aufgehängt sind. Die unterschiedlichen Größen von Metallmuffelringen lassen sich flexibel positionieren und können den angestifteten Wachsobjekten optimal angepasst werden. Ein ausreichender Abstand der Muffelwandung von den Gussobjekten lässt sich auf einfachste Weise feinjustieren. Unerwünschtes Kontaktieren und eine zu geringe Ummantelung des Wachsobjekts mit Einbettmasse gehören der Vergangenheit an. Der Base D1 Muffelboden ist mit einer Gummibasis sicher abgedichtet und lässt sich leicht reinigen. Beim Einsatz von Kera-Vlies in den Metallmuffelring ist eine exakte Expansionskontrolle bei größeren Muffeln und ein leichtes Ausbetten nach



Der Abstand zwischen Wandung und Gussobjekt lässt sich einfach justieren.

dem Gießen sichergestellt. Ab sofort sind sowohl Base D1 Muffelboden als auch das neue Kera-Vlies in 2 mm Stärke lieferbar. **ZT**

ZT Info

Bei Fragen zur Kronen- und Brückentechnik berät Sie gerne die zahntechnische Anwendungsberatung unter der Telefonnummer **0 72 31/ 8 03-4 10**. Oder fordern Sie Unterlagen an bei:

DENTAUREUM
J. P. Winkelstroeter KG
Turnstraße 31
75228 Ispringen
Tel.: 0 72 31/8 03-0
Fax: 0800/4 14 24 34 (gebührenfrei)
E-Mail: info@dentaureum.de
www.dentaureum.de

ZT SERVICE

Symposium motivierte zu neuen Herausforderungen

Kontinuität zahlt sich aus: Bereits zum neunten Mal veranstaltete das Lütjenburger Unternehmen Merz Dental GmbH erfolgreich sein Prothetik Symposium vom 25.–26. November 2005 in Berlin.

Von ZT Matthias Ernst, Betriebswirt des Handwerks

Traditionen sollen gepflegt werden und so war es auch nicht verwunderlich, dass der allgemeinen Lethargie in der Branche mit dem zum neunten Mal stattgefundenen Prothetik Symposium ein Kontrapunkt gesetzt wurde. Wie bereits in den Jahren zuvor kamen wieder zahlreiche Interessierte angereist. Veranstaltungsort war das erst zwei Monate zuvor eröffnete Maritim Kongresshotel Berlin. Die Teilnehmer bekamen einiges geboten. Der Freitag stand zunächst einmal ganz im Zeichen eines praktischen Workshops mit Cüneyt Sefer und seinem Team zum Thema „Natürliche Zahnfleischmollation und -kolorierung“

ten nur vernünftig vermitteln. Besonderen Wert legt Crepaz neben der Ästhetik auf die Funktion. Diese bewirke eine Stabilität beim Kauen und führe dadurch zu einer Herabsetzung der Belastung des Prothesenlagers. Zudem strebe er immer eine Front-Eckzahnführung an, denn diese habe sich bewährt und belaste den Patienten viel weniger als eine Gruppenführung.

Günstig, aber gut

Italienisches Flair verbreitete Dr. Francesco Ravasini aus Parma. Dass in Italien vieles einfacher geht, wussten die Zuhörer schon immer. Wie

stützte Zahnersatzfertigung entschieden. Diese Ausrichtung biete mehrere Vorteile, erläuterte der Zahntechnikermeister. So seien handwerkliche Fehler auszuschließen, der Patient erhalte Planungssicherheit in Bezug auf Kosten, die Arbeit lasse sich schnell und in großen Stückzahlen herstellen und man könne neue Materialien wie Zirkondioxid einsetzen. Ein Schritt in diese Richtung sei die ausschließlich mit Cerec InLab zu verarbeitende Kunststoffkrone artegral® ImCrown. Im Voraus definierte Teile würden durch die Maschine individualisiert. Dies ergäbe neue Renditen, da der Werkstoff relativ preiswert und gut fräsbearbeitbar sei. Scharl selbst blickt auf beinahe zwei Jahre Erfahrung mit dieser Art der Provisoriumsherstellung zurück und zeigte sich nach wie vor begeistert von den Möglichkeiten, die das System bietet. Dies war auch der Ansatzpunkt für Dr. Gnauck. Sie begleitete von klinischer Seite aus eine Studie zur Langzeitverträglichkeit und -haltbarkeit des neuartigen Herstellungs- und Befestigungsprozesses. Das System sei bei verschiedenen Probanden sowohl temporär als Provisorium als auch definitiv als endgültige Lösung inkorporiert worden. Die Ergebnisse seien bei Anwendung des exakt von Merz Dental vorgegebenen Weges mit dem zum System gehörenden Materialien äußerst vielversprechend, so die Medizinerin. Zurzeit ließen sich nur Einzelkronen herstellen, doch die Referenten zeigten auch Wege auf, kleine Brücken

diskussion beginne, so die Aussage eines Zuhörers, der durch spontanen Beifall des Publikums in seiner Meinung gestützt wurde.

Immer wichtiger: Alterszahnmedizin

„Den nächsten Referenten vorzustellen, heißt Eulen nach Athen tragen.“ Mit diesen Worten begann ZTM Dr. Burkhardt seine Anmoderation zum Vortrag von ZTM Michael Polz. Die Fragestellung seines Vortrages „Ist die Natur konfektionierbar?“ barg dabei genug Potenzial, die Zuschauer in die Welt der Okklusion zu entführen. Er berichtete von den Aufgaben der einzelnen Bestandteile einer Kaufläche und machte deutlich, wie wichtig es auch in der Totalprothetik ist, auf Funktion und Okklusion zu achten. Er wünschte sich von der Industrie noch mehr Anstrengungen, die auf den natürlichen Vorbildern vorkommenden Schmelzleisten auch scharfkantig herzustellen und ermunterte das Auditorium dazu, beim Einschleifen der Okklusion nicht immer nur basale Anteile des Prothesenzahnes zu reduzieren, sondern auch okklusale alle Altersmerkmale zu berücksichtigen. Die Altersmerkmale zu berücksichtigen war auch Basis des Vortrags von Priv.-Doz. Dr. Ina Nitschke aus Leipzig. Ihr Augenmerk lag auf der Alterszahnmedizin, einem oft vernachlässigten Thema. Glaubt man jedoch den Demografen, wird diese Sparte der Medizin in Zukunft sehr großen Zulauf erhalten. Die Menschen werden immer äl-

Rot-Weiß-Rot-Ästhetik

In den Mittelpunkt ihres Vortrages stellten Dr. Oliver Samson, Zahnarzt aus Minden, und ZTM Alfred Schiller, Salzgitter-Bad, die richtige und reproduzierbare Aufzeichnung der Bissverhältnisse und Kieferrelation mithilfe der IPR-Technik. Als Ergänzung setzten beide mittlerweile die Staub™ Cranial-Technologie erfolgreich ein. Durch die Kombination beider Methoden seien ihre Erfolge noch größer, wie sie in ihrem als Zwiegespräch ausgelegten Vortrag darlegten. Entgegen der langläufigen Meinung, eine gefundene Kieferposition durch eine Therapieschiene am besten fixieren zu können,

rote Ästhetik ein. Ihren Behandlern stelle sie auch hierfür eine Planungsmaske zur Verfügung, damit bei der Implantation auch die Voraussetzungen für perfektes Zahnfleisch geschaffen werden könnten. Als Arbeitsgrundlage diene ihr die Computertechnologie und hier das PIB-System, welches gute und reproduzierbare Ergebnisse liefere.

Hatte ein Österreicher den Vortragsreigen begonnen, so beschloss ihn auch ein Österreicher. ZTM Rudolf Hrdina stellte seine Versorgungen auf Implantaten zur Diskussion. Für ihn sei die österreichische Nationalfahne eine perfekte Vorgabe für die Zahnheilkunde, denn Rot-Weiß-Rot



Martin Hauck, Marketingleiter von Merz Dental, im Gespräch.

im BTZ der Handwerkskammer Berlin. Später wurden die Besucher während eines Welcome-Abends im Hotelrestaurant mit warmen Worten und kühlen Getränken begrüßt. Der Samstag schließlich begann mit dem Besuch einer kleinen, aber exklusiven Fachausstellung im Foyer des Veranstaltungssaals und anschließender Begrüßung der Teilnehmer durch Merz Dental-Geschäftsführer Dr. Peter Dziuron, der auch die Tagungspräsidenten Priv.-Doz. Dr. Ina Nitschke und ZTM Dr. Hans-Joachim Burkhardt vorstellte. Diese hielten sich ebenfalls nicht mit langen Vorreden auf, sondern baten gleich den ersten Referenten ZT Michael Crepaz aus Salzburg auf die Bühne. Dieser begann in seiner lockeren typisch österreichischen Art, das Publikum zu aktivieren und aufzuwecken. Als ehemaliger Mitarbeiter der Uniklinik Innsbruck hatte Crepaz schon immer Kontakt direkt mit den Patienten und weiß daher genau über die Wünsche und Ansprüche auch von Totalprothesenträgern Bescheid. „Natürlich gibt es immer einen, der es noch billiger machen kann“, so der Salzburger. Doch wenn man dem Patienten alle Informationen bezüglich z.B. einer individuellen Totalprothese vermitteln, öffne er gerne seinen Geldbeutel, argumentierte Crepaz weiter. Überhaupt seien Lebensgefühl und Lebensqualität unbezahlbar. Dies müsse man dem Patien-

man jedoch mit einfachen Mitteln Individualität zaubern kann, das vermittelte ihnen Dr. Ravasini sehr anschaulich. Bei aufwändigen Restaurationen mit Implantaten, so der Italiener, setze er während der Einheilphase sozusagen als Übergang einfache Schraubenimplantate, die nach Fertigstellung der definitiven Arbeit wieder entfernt werden könnten. Bei finanziell schwächeren Patienten würden sich diese Schrauben auch als definitive Versorgung mit Kugelankern anbieten. Dies sei in Italien eine gängige Verfahrensweise, erzählte Ravasini. Man müsse eben nicht immer das Teure und Exklusive wählen, auch einfachere Konstruktionen würden bei manchen Patienten zur Zufriedenheit beitragen und den Zahnarzt ruhig schlafen lassen.

Auch die nächsten Referenten ZTM Volker Scharl, Amberg, und Dr. Maja Gnauck, Jena, beschäftigten sich mit preiswerten Rehabilitationen. Ihr Thema war die einfache Herstellung von Provisorien und definitiven Einzelzahnversorgungen mit der von Merz Dental auf den Markt gebrachten artegral® ImCrown – einer „Fertigzahn“-Lösung für temporäre und endgültige Versorgungen. Scharl übernahm den technischen Part der Ausführungen und begann dabei mit der Beantwortung der Frage „Billiger Zahnersatz aus China oder CAD/CAM?“ Scharl hat sich bewusst für die computerunter-



Mit den angebotenen Simultanübersetzungen konnten auch aus Italien angereiste Teilnehmer vom Vortragsprogramm profitieren.

herzustellen. Auch sei das Farbspektrum noch eingeschränkt. Bei entsprechender Nachfrage könne aber sofort auf die Marktsituation eingegangen werden. Insgesamt bewerteten die Referenten das System artegral® ImCrown als marktreif und vor allem für den schmalen Geldbeutel als ideal. Dies rief die Zuhörer auf den Plan, die der ewigen Preisdiskussion leid waren. Man müsse doch erst einmal ein Produkt erfolgreich am Markt einführen, bevor man mit der Preis-

ter und mit zunehmendem Alter, erläuterte Nitschke, würden die Körperfunktionen und vor allem die Muskelkraft immer mehr abnehmen. Auf der anderen Seite erwarteten die Menschen ein Stück Lebensqualität. Darauf müssten sich auch die Zahnärzte einstellen. Als eine adäquate Versorgung biete sich bei genügender Mobilität die Implantologie an, aber auch die klassische Deckprothese sei ein probates Mittel, reduzierte Zahnreihen zu ersetzen.



Klein, aber exklusiv: Die Fachausstellung während des Symposiums.

gehen beide den Weg über eine provisorische Prothese. Dies erlaube ein besseres Prothesenlager und dadurch mehr Stabilität. Derschlüssig aufgebaute Vortrag machte deutlich, dass mit guter Planung und vielen verlässlichen Informationen auch perfekte Ergebnisse erzielbar sind. Einen anderen Behandlungsansatz stellte Dr. Horst Freigang vor, der viele seiner Patienten unter Hypnose und durch neurolinguistische Programmierung behandelt. Dadurch seien diese viel entspannter und man könne als Zahnarzt viel erfolgreicher behandeln, erläuterte Freigang seine Behandlungsmethoden. Hypnose sei nur eine andere Art von Bewusstseinszustand, deshalb sei der Patient immer ansprechbar und könne in die Behandlung mit einbezogen werden. Schließlich ging er auch auf die vielfältigen Möglichkeiten der nonverbalen Kommunikation ein. Diese oft unterschätzte Disziplin habe enormen Einfluss auf das wechselseitige Verhalten der Menschen. Das Gegenüber müsse merken, dass er die volle Aufmerksamkeit des Anderen besitze, dann sei eine stabile Kommunikationsverbindung gegeben, so Freigang. Ein eingespielter Videofilm verdeutlichte anschaulich und eingehend seine Aussagen. Mehr in die praktische Arbeit ging es bei ZTM Susann Zülöw. In ihrem Labor in Hamburg werden sehr viele aufwändig geplante und durchgeführte Versorgungen auf Implantaten hergestellt. Hierbei wird nicht nur klassisch die weiße Ästhetik durch Planungsmasken und Wax-ups eingestellt, der Lösungsansatz von Zülöw geht auch auf die

stelle auch für den Zahnmediziner und Zahntechniker das Maß aller Dinge dar. Für eine exakte Implantation setzt auch Hrdina nach eigenen Aussagen die Computertechnologie ein, wobei schon die Planungsmasken und Bohrschablonen über CT-Aufnahmen miteinander verbunden werden. Damit, so der Österreicher, sei eine noch exaktere Restauration möglich. Man müsse den Patienten im Vorfeld allerdings darüber aufklären, warum eine festsitzende oder herausnehmbare Versorgung notwendig sei. Dann habe man auch eine Chance, dass der Patient diese Vorgehensweise billige und sich nicht im Nachhinein beschwere.

In einer wunderbar zusammengestellten Bildfolge schließlich fasste Hrdina alle an dem Symposium gemachten Aussagen zahntechnisch und künstlerisch zusammen. Sicher war dies ein Zufall, doch beschloss der Österreicher damit gleichzeitig ein außergewöhnliches Event, das noch lange bei den Zuschauern nachwirkte. Berlin war somit wieder eine Reise wert, nicht zuletzt auch, weil sich mit der Veranstaltung bei so manchen die Motivation breitmachte, im Alltag mit neuen und bewährten Konzepten zu bestehen.

Geschäftsführer Dr. Peter Dziuron von Merz Dental lud die Teilnehmer bereits zum 10. Prothetik Symposium vom 01.12.–02.12.2006 ein. Das Jubiläumstreffen wird, wie zu hören war, in neuem Gewand mit einer Mischung aus Vorträgen und praktischem Arbeiten auftreten. Außerdem seien einige Überraschungen mehr geplant. Man darf also gespannt sein. 

Herausforderung angenommen: New York Marathon geschafft!

Vor einem Jahr hatten die GIRRBACH-Mitarbeiter ihren scheidenden Chef Karl GIRRBACH zum Abschied in den Ruhestand mit einem großen, peppigen Geschenk überrascht: Eine Reise nach New York plus Teilnahmekarte für den NYC-Marathon. Am 6. November 2005 nun schaffte Karl GIRRBACH die 42.195 Meter. Hier ein Interview mit dem passionierten Läufer.

Mit welchen Empfindungen haben Sie im Dezember 2004 dieses Geschenk aufgenommen?

Zunächst als Nötigung: Mit der Erfahrung von den Halbmarathon-Strapazen beim Baden-Marathon in Karlsruhe traute ich mir einen Ganzen nicht zu. Doch schließlich siegte der Stolz und ich nahm das Geschenk als Herausforderung an.

Aber einen Marathon kann man doch nicht von jetzt auf gleich laufen!?

Sicher nicht. Deshalb erhöhte ich ab Januar das bisherige Lauftraining von ein- auf dreimal wöchentlich. Dabei verlor ich ein kg pro Monat, das sich zum Idealgewicht einpendelte. Nach zehn Trainingsmonaten mit kontinuierlich erhöhter Laufleis-



Geschafft: Karl GIRRBACH ist den New York Marathon gelaufen.

tung fühlte ich mich fit und fähig, die 42 km schadlos zu überstehen.

War das keine Überforderung? Eine unerwartete, nicht kontrollierte Überforderung bei einem unspektakulären Wettkampf lehrte mich: Körperliche und gesundheitliche Unversehrtheit steht höher als das sportliche Ziel. Deshalb kontrollierte ich penibel Herz- und Kreislauffunktionen und achtete auf ausreichende Wasser- und Energiezufuhr. Wichtig war auch, im Vorfeld bei kleineren Wettkämpfen Erfahrung zu sammeln. Ankommen ist gut, gesund ankommen ist besser. Zeit ist Nebensache.

Und wie haben Sie nun den Marathon-Tag erlebt?

Die Bedingungen waren für das Hauptfeld, Start 10:15, nicht gerade optimal. Bei sommerlichen 24°C und ca. 85% Luftfeuchtigkeit führte die Strecke durch schattenlose,

teilweise schadhafte Autostraßen. Das geht ganz schön in die Knochen. Lange Anstiege über fünf Brücken kosteten viel Kraft. Und die wellige Topografie im nördlichen Manhattan drückte zusätzlich auf die Laufzeit und Moral.

Wie hält man diese Strapazen durch?

Das begeisterte Publikum am Straßenrand hilft und motiviert, doch tragen müssen die Füße. Und die machen nur mit, wenn sie immer wieder vom Kopf zum Durchhalten befehligt werden. Sie hielten durch, bis zum glücklichen Zieleinlauf nach 4:51:51 Stunden.

Wie fühlten Sie sich danach?

Zunächst einfach nur froh, es geschafft zu haben – wenn auch 20 Minuten unter Wunschzeit. Doch die Ergeb-

nisse versöhnten mich: Von mehr als 37.000 Läufern als 24.118. durchs Ziel bzw. als 83. von 270 Läufern der Altersgruppe M65.

Glückwunsch! – Und was hat das „Abenteuer Marathon“ unterm Strich gebracht?

Viel. Schon der Laufspaß beim Training, das gute Gefühl nach jedem Lauf: Der Körper bedankt sich für die frische Luft, die Bewegung, den Schweiß, die verlorenen Pfunde. Dieter Baumann hat sicher Recht mit seiner Feststellung: „Marathon ist das ungesundeste, was man seinem Körper antun kann – doch das Training zum Marathon ist sehr gesund.“ Unter diesem Aspekt bedanke ich mich nochmals für das Geschenk meiner ehemaligen Mitarbeiter und nehme die „Nötigung“ zurück: Geblieben

ist die Herausforderung. Aber sie vermittelt auf natürliche Weise körperliches und mentales Wohlbefinden, effizienter und preiswerter als jede Diät, Pille oder Pflückerchen. Ich habe es erfahren: Kontrolliertes Laufen (oder Gehen/Nordic Walking) überanstrengt nicht, es ist ein Gesundbrunnen.

Vielen Dank für das Interview. ZT

ZT Adresse

Amann GIRRBACH GmbH
Dürrenweg 40
75177 Pforzheim
Tel.: 072 31/95 70 00
Fax: 072 31/95 70 09
E-Mail:
germany@amanngirrbach.com
www.amanngirrbach.com

ANZEIGE

microtec
mehr Ideen - weniger Aufwand

Monteur • Inh. M. Nette
Rohrstr. 14 • 58063 Heger
Tel: ++49 (0) 2331 8081-0 Fax: ++49 (0) 2331 8081-16
info@microtec-dental.de • www.microtec-dental.de

TK1 stufenlos einstellbare Friktion von Anfang an

Machen Sie Ihre Teleskopkronen mit dem TK1 absolut sicher gegen Friktionsverlust!

Kein Bohren, kein Kleben...

...einfach nur schrauben!



Auslieferungszustand

Maße:
Höhe 2,9 mm
Breite 2,7 mm



Beim Eindrehen der Schraube entsteht ein Dübeleffekt und somit ein sicherer Halt des Friktionsteiles.



Wird die Schraube weiter eingedreht, beginnt die stufenlose Friktionseinstellung.



TK1 - individuelle Friktionseinstellung bei Teleskopkronen von Anfang an.

Auch als aktivierbares Kunststoffgeschiebe einsetzbar!

Fordern Sie jetzt Ihr Gratismuster* an.
(*Nur einmal pro Labor und Praxis)

Kostenlose Hotline (0800) 880 4 880

www.microtec-dental.de

Allen Grund zum Feiern

Meisterschule in Halle beging 50-jähriges Bestehen / Ehrengäste übermittelten ihre Glückwünsche

In ihrer Begrüßungsrede hieß Ilona Geigenmüller-Rothe, Leiterin des Bildungszentrums Zahntechnik, ihre 250 geladenen Ehrengäste aus Wirtschaft und Industrie sowie ehemalige Absolventen herzlich zur Jubiläumsfeier der Meisterschule in Halle am 9. Dezember 2005 willkommen. Stolz blickte sie auf die 50-jährige Geschichte der Meisterschule zurück, die am 1.9.1955 unter schwierigen Bedingungen in der ehemaligen DDR gegründet worden ist. In dieser Zeit wurden 1.750 Meister ausgebildet. Die Absolventen stammen mittlerweile aus allen Regionen der Bundesrepublik.

Zu den Gratulanten und Ehrengästen, die ihre Grußworte übermittelten, zählte Thomas Keindorf, Präsident der Handwerkskammer Halle (Saale), der in seiner Ansprache die hervorragende Zusammenarbeit mit der Meisterschule und der Handwerkskammer in den Jahren nach der Wende hervorhob. Er sprach auch über die Pläne, die Meisterschule in Halle zu einem Kompetenzzentrum für Forschung, Entwicklung und Innovation auszubauen. Anschließend übermittelte der Ehrenpräsident des VDZI, ZTMLutz Wolf, die Grüße des Bundesvorstandes des VDZI und lobte in seiner Rede die hervorragenden Leistungen der Meisterschule Halle.

Auch Roland Unzeitig, Obermeister der ZTI Sachsen-Anhalt, übermittelte seine Glückwünsche und ernannte Geigenmüller-Rothe gemeinsam mit ihrem Mann und ZTMDieter Zukunft zu den Ehrenmitgliedern der ZTI Sachsen-Anhalt und würdigte damit ihre überragenden Leistungen.

An der Feierstunde nahmen auch Zeitzeugen teil, wie beispielsweise der Mitbegründer der Meisterschule ZTMDieter Zukunft, der viele Jahre als Dozent für Werkstoffkunde die angehenden Jungmeister

unterrichtete. Ebenfalls anwesend war ZTM Schmeil,



Blickte stolz auf die 50-jährige Geschichte der Meisterschule zurück: Ilona Geigenmüller-Rothe, Leiterin des Bildungszentrums Zahntechnik in Halle.

ein Absolvent der 1. Meisterschulklasse.

Im Anschluss an die Festreden wurden den Jungmeistern des Jahrganges 2005 der Klasse M 31 ihre Meisterzeugnisse überreicht. Besonders geehrt wurde ZTM Andreas



ZTM Andreas Piorreck (li.) bekam einen Sonderpreis von DeguDent-Regionalverkaufsleiter Hans-Jürgen Wirsig überreicht.

Piorreck aus Leipzig, der alle vier praktischen Teile mit „sehr gut“ bestanden hatte. Für diese hervorragende Leistung erhielt er einen Sonderpreis der Firma DeguDent, der durch dessen Regionalverkaufsleiter Ost Hans-Jürgen Wirsig überreicht wurde. ZT

ZT Adresse

Bildungszentrum Zahntechnik
der Handwerkskammer Halle
Heinrich-Heine Str. 4
06114 Halle (Saale)
Tel.: 03 45/5 23 31-84
Fax: 03 45/5 23 31-85
E-Mail:
bbz-zahntechnik@hwkhalde.de

Das CDC geht mit tollen Fortbildungsangeboten in eine neue Runde

Wenn das kein Grund zum Feiern ist: In diesem Jahr wird das CDC – Centrum Dentale Kommunikation – 10 Jahre alt. Das Fortbildungszentrum der Denta-Gruppe präsentiert zu diesem Anlass das Kursprogramm 2006 für die Bereiche Zahntechnik und Kieferorthopädie mit interessanten Jubiläumsangeboten.

Das CDC – Centrum Dentale Kommunikation – blickt auf 10 sehr erfolgreiche Kursjahre zurück. Seit der Gründung im Jahre 1996 hat das CDC unter den verschiedenen Fortbildungszentren im Dentalbereich längst eine führende Rolle eingenommen. In dieser Zeit fanden über 1.100 Kurse mit mehr als 12.000 Teilnehmern sowie über 100 Veranstaltungen mit mehr als 8.000 Teilnehmern statt. Die Besucher des CDC sind immer wieder von der transparenten, modernen Architektur des Fortbildungszentrums wie auch von der optimalen Ausstat-



tung der Kurslabore und Veranstaltungsräume be- z.B. aktuelle Themen wie Praxismanagement und Abrechnung ausführlich behandelt. Die optimale Ausstattung des CDC macht vieles möglich. So finden hier Großveranstaltungen wie die „Ispringer KFO-Tage“, das „TioloX® Anwendertreffen“, Live-OPs oder praxisorientierte Workshops statt. Auch die Jahrestagung der Pädagogischen Arbeitsgemeinschaft Zahntechnik e.V. fand bereits zweimal im CDC statt und einmal jährlich ist der Freie Verband Deutscher Zahnärzte e.V. zu Gast im Fortbildungs-

zentrum der Denta-Gruppe in Ispringen. Überdurchschnittlich bewertet wird auch die Qualität der Denta-Gruppe Fortbildungen. So wurde das CDC bereits 1999 als erstes dentales Aus- und Weiterbildungszentrum erfolgreich zertifiziert und erhielt zudem im Dezember 1999 durch die Zeitschrift „teamwork“ die Auszeichnung „sehr empfehlenswert“. Die Durchschnittsnote der Kursbeurteilungen durch die Kursteilnehmer liegt bei 1,3. Ein weiterer Garant für die Qualität der Denta-Gruppe Kurse und Veranstaltungen ist ein engagiertes, kompetentes Referententeam, bestehend aus über 70 anerkannten Spezialisten für die verschiedensten Themenbereiche. Ein ebenso bedeutender Faktor für den

Erfolg des CDC ist die ausgezeichnete persönliche Betreuung der Kursteilnehmer sich rund um wohl fühlen. Dafür dienen auch die Kaffeepausen, bei de-

ner vor Ort. Das sympathische CDC-Team hat stets für alle Fragen ein offenes Ohr und freut sich besonders, wenn die Kursteil-

nen besonders der ungezwungene kollegiale Erfahrungsaustausch zwischen Kursteilnehmern und Referenten gefördert wird. zt



Das Centrum Dentale Kommunikation in Ispringen zählt zu den führenden Fortbildungszentren der Dentalbranche.

zt ZAHNTECHNIK ZEITUNG

Die Denta-Gruppe möchte den 10. Geburtstag des CDC mit den Kursteilnehmern feiern. Aus diesem Anlass gibt es auf alle Kursklassiker einen Jubiläumsrabatt von 10 %. Welche Kurse dies sind, steht tagessaktuell im Internet unter www.dentaurum.de. Das Jubiläums-Kursprogramm 2006 für die Bereiche Kieferorthopädie und Zahntechnik kann angefordert werden bei:

DENTAURUM J. P. Winkelstroeter KG
Centrum Dentale Kommunikation
Turnstraße 31
75228 Ispringen
Tel.: 072 31/8 03-470
Fax: 0800/4 14 24 34 (gebührenfrei)
E-Mail: kurse@dentaurum.de

geistert. Das Angebot von anfänglich 30 verschiedenen Kursen wurde auf über 80 Kursthemen erweitert. Das umfangreiche Kursprogramm deckt die Bereiche Kieferorthopädie/Orthodontie, Keramik, Laser, Titan, Modellguss, Kombitechnik sowie Kronen- und Brückentechnik, Implantologie und Fotografie ab. Gerade in der Kieferorthopädie kamen in den letzten Jahren viele aktuelle Themen hinzu. Hier bietet die Denta-Gruppe ein breitgefächertes Kursangebot: von der Herstellung einfacher, komplexer und kreativer Plattenapparaturen, über Kurse zur Lingualtechnik, Typodontkurse und Kurse zur Verwendung von Mini-Verankerungsschrauben bis hin zu Workshops mit Live-OPs. Das Kursprogramm KFO passt sich stets den Marktänderungen an. So werden

Ausgezeichnetes Artex Design

Der Artikulator Artex Carbon von AmannGirrbach wird mit dem österreichischen Adolf Loos Staatspreis prämiert.

Was haben ein Feuerweh-

reich), einen neuen Standard in der Artikulatortechnik geschaffen: Ergonomie, Funktionalität und Ästhetik sind gleichermaßen bedacht und exzellent umgesetzt. Oliver Amann und Karl-Heinz Wäger nahmen den Preis anlässlich einer feierlichen Ver-



Der Staatspreis wurde durch den österreichischen Bundesminister Martin Bartenstein verliehen.

eine Bauschutt-Recyclinganlage und ein Artikulator gemeinsam? Sie alle sind Preisträger des österreichischen Adolf Loos Staatspreises für Design in der Rubrik Investitionsgüter. Der Artex Carbon verdankt seinen Preis dem neuartigen, filigranen Design, das durch den in der Dentalwelt neuen Werkstoff Carbon ermöglicht wurde. AmannGirrbach hat hier zusammen mit dem Ingenieurbüro Wäger, Koblach (Öster-

reich), einen neuen Standard in der Artikulatortechnik geschaffen: Ergonomie, Funktionalität und Ästhetik sind gleichermaßen bedacht und exzellent umgesetzt. Oliver Amann und Karl-Heinz Wäger nahmen den Preis anlässlich einer feierlichen Ver-

zt Adresse
Amann Girrbach GmbH
Dürrenweg 40
75177 Pforzheim
Tel.: 072 31/95 70 00
Fax: 072 31/95 70 09
E-Mail: germany@amanngirrbach.com
www.amanngirrbach.com

ANZEIGE

Erfolg ist planbar...

Dr. med. dent. Ute Gleiß,
Wesel

„Dieses Arbeitshandbuch war für mich der erste Schritt zu meinem Praxiserfolg.“

Profitieren auch Sie von dem aktiven Marketing-Arbeitsbuch mit Checklisten für Zahnärzte in neuer Auflage.

- Ja, ich bestelle Exemplar(e) des Marketing-Arbeitsbuches I zum Preis von 50 Euro zzgl. MwSt. und Versand (per Nachnahme).
- Bitte schicken Sie mir zusätzliche Informationen über Ihre Agentur.

New Image Dental
Agentur für Praxismarketing

Mainzer Straße 5
55232 Alzey
Tel. 067 31/947 00-0
Fax 067 31/947 00-33
zentrale@new-image-dental.de

PRAXISSTEMPEL

www.new-image-dental.de

Guter Zahnersatz muss nicht teuer sein

Das Bremer Unternehmen dentaltrade setzt auf internationale Märkte und kooperiert mit Laboren im Ausland bei der Herstellung von Zahnersatz. Inländische Labore, die Produkte von dentaltrade beziehen, können ihren Kunden zum Teil enorme Preisvorteile weitergeben.

Das Festzuschuss-System und die Wirtschaftskrise haben die Nachfrage nach kos-

ternerung, ihren Zahnärzten alternative Möglichkeiten der Versorgung anzubieten. Immer mehr Labore greifen da auf international agierende Handelsunternehmen zurück, um ihren Kunden ein alternatives Preisangebot zu machen und sind daher klar im Vorteil: Da sie „Alles aus einer Hand“ anbieten können, verhindern sie, dass ihre Kunden zu anderen Anbietern oder Mitbewerbern wechseln oder direkt bei Auslandsanbietern anfragen. So gehen weder Kunde noch Geschäft verloren. Die Firma dentaltrade aus Bremen,



Qualitätskontrolle durch Meisterhand.

tengünstigen Zahnersatzlösungen explodieren lassen. Welche Versorgung kann sich der Patient noch leisten? Labore stehen in der Herausfor-

derung, ihren Zahnärzten alternative Möglichkeiten der Versorgung anzubieten. Immer mehr Labore greifen da auf international agierende Handelsunternehmen zurück, um ihren Kunden ein alternatives Preisangebot zu machen und sind daher klar im Vorteil: Da sie „Alles aus einer Hand“ anbieten können, verhindern sie, dass ihre Kunden zu anderen Anbietern oder Mitbewerbern wechseln oder direkt bei Auslandsanbietern anfragen. So gehen weder Kunde noch Geschäft verloren. Die Firma dentaltrade aus Bremen, bekannt durch einen sehr positiven Bericht im ARD-Wirtschaftsmagazin „Plus-Minus“, ist zu einem der größten Anbieter von günsti-

gem Zahnersatz in Deutschland geworden. Das Geheimnis des Erfolges: Die Kombination von günstigen Preisen, Qualität und Service.

„Wir liefern hochwertigen Zahnersatz zu fairen Preisen, sodass sich auch der Patient mit einem kleineren Budget eine vernünftige Versorgung leisten kann“, erklären die Geschäftsführer Sven-Uwe Spies und Wolfgang Schultheiss. „Deshalb arbeiten wir bundesweit mit immer mehr Zahnärzten und Laboren zusammen, die ihren Patienten eine alternative Preisschiene anbieten wollen.“

dentaltrade versteht sich als „internationales Labor“, das die Vorteile internationaler Märkte nutzt und dabei nach strengen deutschen Qualitätsstandards arbeitet. Der Zahnersatz stammt aus Laboren in der Türkei und Fernost, die vom deutschen TÜV nach der Qualitätsnorm (DIN

ISO 9001:2000) zertifiziert sind. Deutsche Meister sorgen dort für hervorragende



Individuelle keramische Schichtung.



Ausbildungs- und Herstellungsstandards.

Doppelte Sicherheit: Im Bremer Firmensitz findet eine zusätzliche Qualitätskontrolle durch deutsche Zahntechniker und Zahnmeister statt. Alle Neuanfertigungen verlassen das Haus mit einem Garantiezertifikat mit Konformitätserklärung nach dem deutschen Medizinproduktegesetz. Für den Patienten entsteht kein Risiko, denn auf den Zahnersatz werden zwischen drei und fünf Jahre

Garantie gewährt. Im Garantiefall werden die Arbeiten neu gefertigt, ohne dass für den Kunden Mehrkosten entstehen.

Das Angebot entspricht dabei dem neusten Stand der Zahntechnik: Moderne Materialien wie Zirkon, Procera, Empress II, InCeram, Titan oder

Kunden abgeholt. Zehn Werkstage später wird die gewünschte prothetische Versorgung an das Labor ausgeliefert. Alle Lieferungen sind kostenfrei.

dentaltrade bietet Laboren eine Zusammenarbeit zu günstigen Konditionen an. Preisbeispiel: Labore erhalten so über dentaltrade eine dreigliedrige NEM-Brücke vollverblendet zum Preis ab 166,00 € (Preis nach BEL II: 477,52 €). Eine VMK-Krone vollverblendet kostet bei dentaltrade für Labore komplett ab 68,00 € (Preis nach BEL II: 185,68 €). Ein gutes Argument, um seine Zahnarztkunden und die dazugehörigen Patienten an das eigene Labor zu binden. **ZT**

ZT Adresse

dentaltrade GmbH & Co. KG
Grazer Straße 2c
28359 Bremen
Tel.: 04 21/24 71 47-0
Freecall: 0800/24 71 47-1
Fax: 04 21/24 71 47-9
E-Mail: info@dentaltrade.de
www.dentaltrade.de

Als GOLD-CLUB Mitglied mit einem Lächeln in die Poleposition

Als VIP-Zuschauer Autorennen miterleben, Fahrsicherheitstrainings und Lizenzlehrgänge absolvieren, selbst einmal Rennen fahren und mit Fahrsimulatoren Kunden überraschen: Im dentacolleg GOLD-CLUB kommen tempofreudige Zahntechniker und Zahnärzte voll auf ihre Kosten. Wer hier Mitglied ist, kann bei den Veranstaltungen rund um die Rennserie der MINI CHALLENGE hautnah dabei sein und gleichzeitig frischen Wind in die Beziehung zum Kunden bringen.

Der Dentalmarkt entwickelt sich mittlerweile zu einem Markt wie jeder andere: um Patienten wird hart gekämpft. Ihre Wün-

tern verteilen und ihm besser begegnen.

Vor diesem Hintergrund wurde das Gütesiegel dentacolleg entwickelt, das

Neben verschiedenen Tools für ein modernes Praxis- bzw. Labormarketing, kostenlosen Fortbildungen und Schulungen sowie Wettbewerben (Incentives) für Patienten, Zahnärzte und Zahntechniker bietet der GOLD-CLUB vor allem eines: eindrucksvolle Events rund um die Rennserie der MINI CHALLENGE. Diese verschiedenen Ereignisse können von allen Mitgliedern als Kommunikationsforum der besonderen Art genutzt werden. Dabei spielt die Verbindung von Ästhetik, Dynamik und Lifestyle für den Bereich der Zahngesundheit eine ebenso große Rolle wie für die Wahl des passenden Fahrzeugs zum individuellen Stil. Insofern passen dentacolleg und MINI nicht nur perfekt zusammen, sondern stellen auch ein erfolgreiches (Marketing-)Team zur Imagepflege und Steigerung des Bekanntheitsgrades dar.

Im Umfeld von Prominenten wie z. B. Anke Engelke, Oliver Pocher, Axel Stein oder Corinna Schumacher und exklusiven Partys sind die regelmäßig stattfindenden MINI CHALLENGE-Veranstaltungen längst mehr als nur reine Autorennen. Mit einem äußerst professionellen, aufwändigen Lifestyle-Rahmenprogramm bieten sie alles, was sich das Herz wünscht: Mode, Medien, mächtig viel PS und vieles mehr. Jedes GOLD-CLUB Mitglied kann als VIP-Zuschauer bei den Rennen dabei sein, die beispielsweise im Rahmen der Formel-1 oder der DTM stattfinden. Zusätzlich besteht auch die Möglichkeit, an Fahrsicherheitstrainings

teilzunehmen, Rennfahrer-Lizenzlehrgänge zu absolvieren und schließlich sogar selbst als Fahrer ein Rennen zu bestreiten. Zahnarzt Peter H. Bokel aus Hamburg erlebte den letzten Renntag der MINI CHALLENGE 2005 in Salzburg als Pilot am Steuer eines MINI: „Für mich ist ein Traum in Erfüllung gegangen. Davon werde ich bestimmt noch lange erzählen. Gratulation der dentacolleg für das GOLD-CLUB Konzept: Endlich einmal neue Ideen und Wege, die den Austausch zwischen Praxis und Labor effektiv fördern und den veränderten Rahmenbedingungen im Dentalmarkt wirklich gerecht werden.“

Ganz nebenbei wurde das

Team Wiesmann, zu dem auch der gesponsorte MINI der dentacolleg gehört, 2005 Gewinner der Teamwertung und stellte mit Steve Abold und Steffi Halm die schnellsten Fahrer im Feld. Der Aufmerksamkeit der Presse konnte man sich bei diesen Ergebnissen also sicher sein. Als logische Fortsetzung des „rasanten“ Konzeptansatzes profitiert das GOLD-CLUB Mitglied außerdem von einer effektiven Eventunterstützung für sein Labor, z. B. mit Ausstellungsfahrzeugen und Fahrsimulatoren. Und die besonders schnelle Lieferung auf den Wegen zwischen Labor und Praxis kann mit stark vergünstigten, flinken Laborfahrzeugen – natürlich vom Typ MINI – erfol-

gen. Spätestens hier schließt sich der Kreis eines konsequenten Networkings, von dem alle Seiten profitieren. So will dentacolleg seine Aktivitäten in der MINI CHALLENGE zum Vorteil seiner Gesellschafter und vor allem der Kunden auch 2006 ähnlich intensiv weiterführen und – natürlich möglichst wieder in Führung liegen. **ZT**

ZT Adresse

dentacolleg GmbH & Co. KG
An der Alster 83
20099 Hamburg
Tel.: 0 40/2 84 99 10-0
Fax: 0 40/2 84 99 10-16
E-Mail: info@dentacolleg.de
www.dentacolleg.de



Rennfahrer-Lizenzlehrgänge im MINI absolvieren: Für GOLD-CLUB Mitglieder kein Problem.

sche müssen äußerst feinfühlig diagnostiziert und perfekt erfüllt werden. Zahnärzte und Zahntechniker sollten in dieser Situation zusätzlich lernen, ein Gespür für den Erfolg von Innovationen zu entwickeln. Eine engere Zusammenarbeit beider macht dabei in jedem Fall Sinn, so-

gegenüber dem Kunden nach außen als Markenzeichen für erstklassige Qualität bei zahntechnischen Leistungen kommuniziert wird. Nach innen lebt das Qualitätssiegel durch den unbeschränkten Meinungs- und Strategieaustausch zwischen Laboren, Praxen und der Industrie. Eine



Die glücklichen Zahnärzte und Labore beim dentacolleg-Lizenzlehrgang mit den original MINI CHALLENGE-Rennfahrzeugen.

wohl für die Praxis als auch für das Labor. Denn gemeinsam kann man den wachsenden Wettbewerbsdruck auf mehrere Schul-

wichtige Funktion als Treffpunkt, Diskussionsforum und Incentive-Instrument übernimmt dabei der dentacolleg GOLD-CLUB.

Powerseminar Dental-Marketing

VDZI startet Veranstaltungsreihe für Dentallabore mit Prof. Dr. Norbert Meiners.

Die wirtschaftliche Lage der zahntechnischen Meisterbetriebe kann durchweg als schlecht bezeichnet werden. Die gesamte Branche leidet unter massiven Umsatzeinbrüchen. In dieser Zeit, in der die Akzeptanz und das Vertrauen in der Öffentlichkeit (Zahnärzte, Patienten, Kassen etc.) für den wirtschaftlichen Erfolg immer wichtiger geworden sind, erhält das „Marketing“ eine völlig neue und entscheidende Bedeutung für die bundesdeutschen Dentallabore. Aus diesem Grund führt der Verband Deutscher Zahntechniker-Innungen (VDZI) ab Januar 2006 eine Veranstaltungsreihe mit



Prof. Dr. Norbert Meiners

dem renommierten Unternehmensberater sowie Trainer und Coach im Gesundheits- und Sozialwesen, Prof. Dr. Norbert Meiners, durch. Der Titel des jeweils eintägigen Powerseminars für zahntechnische Innungsmitglieder: „Den-

tal-Marketing in Krisenzeiten – Der Weg zu einem wirkungsvollen Marketing- und Vertriebskonzept.“ **ZT**

ZT Termine

08.02.2006 in Berlin
15.02.2006 in München
22.02.2006 in Köln
03.03.2006 in Hannover
08.03.2006 in Stuttgart

Teilnahmegebühr:
200 Euro inkl. MwSt.

Weitere Informationen unter:
VDZI-Pressestelle
Tel.: 0 69/66 55 86-40
www.vdzi.de

Trip zu Olympischen Winterspielen nach Turin

BEGO Bremer Goldschlägerei engagiert sich für Höchstleistungen bei Olympia und in der Zahntechnik.

Die 20. Olympischen Winterspiele in Turin stehen vor der Tür. Vom 10. bis 26. Februar 2006 kämpfen in 15 Sportarten und 84 Wettbewerben die Athleten um die begehrten Goldmedaillen und werden dabei angefeuert von tausenden sportbegeisterten Zuschauern. Mit von der Partie sind 25 Kunden der BEGO Bremer Goldschlägerei und zehn Gäste ihres italienischen Handelspartners Dental Torino. Zusammen mit den übrigen Schlachtenbummlern sorgen sie für ordentlich Stimmung beim Eishockeyspiel Italien gegen Deutschland in Sestriere. Dabei werden sie weithin erkennbar sein: Die BEGO hat für die Anreise extra einen komfortablen Doppel-

deckerbus gechartert und die Fans gegen die Kälte mit BEGO-Jacken, Mützen und traditionellem heißen „Jagertee“ ausgestattet. Nach dem Spiel geht es dann



direkt ins Deutsche Haus, wo man sich mit Olympiasiegern, Medaillengewinnern und Prominenten aus Sport und Politik trifft. „Natürlich hoffen wir, dass das deutsche Team gewinnt“, wünscht sich BEGO-Chef Christoph Weiss, „damit wir richtig

Lake City traf bereits im ersten Gruppenspiel den deutschen Eishockeyspieler Jörg Mayr der Puck so unglücklich ins Gesicht, dass Mayr mehrere Zähne ausgeschlagen wurden. Doch glücklicherweise versorgt die BEGO die Athleten des deutschen Olympia-



Teams kostenlos mit Legierungen und hochwertigen Implantaten. Mayrs schwere Verletzung wurde mit Implantaten von BEGO Implant Systems versorgt, sodass er heute wieder voll einsatzfähig ist. Mittlerweile ist BEGO-Gold bei den Athleten in aller Munde, denn bei den Sommerspielen 2004 in Athen hatte die BEGO sogar eine komplette zahnärztliche Praxis vor Ort, in der ein ausgewähltes Zahnärztle-Team die Gäste des Deutschen Hauses kostenlos versorgt hat. „Mit Zahnproblemen

kann man nur schwer Höchstleistungen vollbringen. Die Sportler können sich solche Probleme während der Spiele einfach nicht leisten“, sagt Christoph Weiss und verweist darauf, dass in Athen die BEGO-Zahnärzte über 100 Patienten behandelt haben – darunter auch mehrere Gold-Gewinner! Gold bedeutet immer Höchstleistung! Das weiß man nirgends so gut wie beim Legierungsspezialisten BEGO. „Natürlich ist es schön, wenn unsere Athleten gewinnen. Aber uns geht es hier um die Sache, denn die Zahntechnik liegt uns am Herzen“, beschreibt Christoph Weiss das ungewöhnliche Engagement, „und wir bei BEGO messen unseren Erfolg nicht an Einzelsiegen, sondern daran, dass wir in jedem Jahr besser werden!“

ZT Adresse

BEGO Bremer Goldschlägerei
Wilh. Herbst GmbH & Co. KG
Technologiepark Universität
Wilhelm-Herbst-Straße 1
28359 Bremen
Tel.: 04 21/20 28-0
Fax: 04 21/20 28-1 00
E-Mail: info@bego.com
www.bego.com

Meisterbriefe übergeben

In Thüringen haben im letzten Jahr 32 Zahntechniker ihre Meisterurkunden erhalten, darunter auch der 200. Absolvent der Meisterschule Ronneburg.

Wie jedes Jahr Ende November organisierte die HWK Thüringen auch 2005 eine

Zahntechnikern immerhin 38 Prozent. Dieter Horn aus Bad Staffel-



Die Absolventen des Jahrgangs 2005 der Meisterschule Ronneburg.

Festveranstaltung zur Übergabe der Meisterbriefe an Absolventen des Jahrganges 2005. 331 Meister aus 19 Handwerken erhielten nach erfolgreichem Abschluss der Meisterprüfung aus den Händen des Thüringer Ministerpräsidenten Dieter Althaus in würdiger Form ihre Schmuckurkunden. Dabei stellten die Zahntechniker immerhin das viertstärkste Gewerk.

Von 32 Zahntechnikern waren 28 Absolventen der Meisterschule Ronneburg. Diese reisten aus elf Bundesländern in Erfurt an, was die bundesweit sehr große Resonanz für diese Schule widerspiegelt. Anke Meinhardt aus Hohenmölsen (Sachsen-Anhalt) wurde als jahrgangsbeste Zahntechnikerin ausgezeichnet. Übrigens betrug der Frauenanteil bei den

stein in Bayern, der im September 2005 seinen Meisterkurs mit der praktischen Prüfung abschloss, wurde anlässlich dieser Veranstaltung von der Schulleiterin ZTM Cornelia Gräfe als 200. Absolvent der Meisterschule Ronneburg geehrt. Für die Zukunft wünschen wir allen Absolventen dieses Jahrganges persönliches Wohlergehen und beruflichen Erfolg. ZT

ZT Adresse

Meisterschule für Zahntechnik
Friedrichstraße 6
07580 Ronneburg
Tel.: 03 66 02/9 21 70-71
Fax: 03 66 02/9 21 72
E-Mail: info@zahntechnik-meisterschule.de
www.zahntechnik-meisterschule.de



deckerbus gechartert und die Fans gegen die Kälte mit BEGO-Jacken, Mützen und traditionellem heißen „Jagertee“ ausgestattet. Nach dem Spiel geht es dann

was zu feiern haben! „Vor allem aber hofft er, dass das Spiel fair und ohne Verletzungen abläuft. Das war nicht immer so. Bei den letzten Winterspielen in Salt

ZT Veranstaltungen Februar 2006

Datum	Ort	Veranstaltung	Info
8.2.2006	Hamburg	Cerconoxid-Technologie „Cercon Telescope“ Referent: ZT Carsten Fischer	DequDent Fr. Dräger, Tel.: 0 40/27 83 92-30
22.2.2006	Meckenheim	Modellherstellungskurs „Das Modell – Die Visitenkarte des Labors“ Referenten: ZTM Claudia Arndt, Dietmar Bosbach	picodent Tel.: 0 22 67/65 80-0
23./24.2.2006	Ispringen	Titan-Gießtechnik Praxis und Theorie Referenten: ZT Daniela Behringer, Dr. Jürgen Lindigkeit, ZT Bernd Niesler	DENTAURUM Fr. Braun, Tel.: 0 72 31/80 34 70

ZT -Gelegenheits- und Stellenmarkt

Senden oder faxen Sie diesen Coupon an:
Oemus Media AG • Holbeinstr. 29 • 04229 Leipzig
Fax 03 41/4 84 74-2 90 • E-Mail: reichardt@oemus-media.de

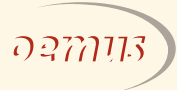
Auftraggeber _____
Firma _____
Name _____
Straße _____
Land/PLZ/Ort _____
Telefon/Fax (für eventuelle Rückfragen) _____
Datum, Unterschrift _____

Ihr Anzeigentext

Anzeigenformate und Preise

Gewerbliche Anzeigen € 2,00/mm
Stellengesuche nur € 1,00/mm

Beispiel für gewerbliche Anzeigen:
Format 1/32 1/16
Höhe x Breite 45 x 45 mm 94 x 45 mm
Preis € 90,00* € 180,00*
* zzgl. gesetzl. MwSt.



nächster Erscheinungstermin: 24. Februar 2006

Anzeigenschluss: 10. Februar 2006

ANZEIGE

Sichern Sie sich Ihren Erfolg.




Laberverbände – zusammen durch Bewegung

Ja, ich möchte die kostenlose Probeabo beziehen. Bitte liefern Sie mir die nächste Ausgabe frei Haus. Soweit Sie bis 14 Tage nach Erhalt der kostenlosen Ausgabe keine schriftliche Abbestellung von mir erhalten, möchte ich die ZWL im Jahresabonnement zum Preis von 88 EUR/Jahr beziehen (inkl. Versand und MwSt.).

Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, wenn es nicht sechs Wochen vor Ablauf des Bezugszeitraumes schriftlich gekündigt wird (Postlebenszeit genügt).

Datum/Unterschrift: _____

Widerrufbestimmung:
Den Auftrag kann ich ohne Begründung innerhalb von 14 Tagen ab Bestellung bei der Oemus Media AG, Holbeinstr. 29, 04229 Leipzig schriftlich widerrufen. Fristzeitige Abbestellung genügt.

Datum/Unterschrift: _____

ZWL ZAHNTECHNIK
WIRTSCHAFT-LABOR

Titel/Vorname _____
Name _____
Straße _____
PLZ/Ort _____
Telefon _____ Fax _____
E-Mail _____

Faxen an 03 41/4 84 74-2 90

OEMUS MEDIA AG
Aboservice
Holbeinstr. 29
04229 Leipzig

Tel.: 03 41/4 84 74-2 00
Fax: 03 41/4 84 74-2 00
E-Mail: gsm@oemus-media.de
www.oemus.com

OEMUS
ZT 14

ZT Fakten auf den Punkt gebracht.



ZT Kleinanzeigen

Zahntechnikermeister und **Zahntechniker** für Laborleitung im nichteuropäischen Ausland gesucht. Englischkenntnisse sind Voraussetzung. Bewerbungen mit Lichtbild senden Sie bitte an Chiffre: 150106

