

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

| Kampagne der Bremer Innung | Den Zahnarzt überzeugen | It's so easy | Gemeinsam querdenken |
|--|--|---|--|
| Neben Werbeaktionen in Straßen und Supermärkten hat die ZIB nun auch einen Radiospot gegen Auslandszahnersatz initiiert. | Heute sind mehr denn je aktiver Verkauf und kundenorientiertes Werben gefragt. Mit ein paar Grundregeln schaffen Sie das auch. | Frank Poerschke von Merz Dental berichtet über die Anwendung von artegral® ImCrown zur Sofortversorgung bei OK-Frontzähnen. | Zum mittlerweile 12. Mal veranstaltete die Firma DeguDent ihren Marketing-Kongress mit zukunftsweisenden Perspektiven. |
| ZT Politik_4 | ZT Wirtschaft_6 | ZT Technik_9 | ZT Service_13 |

ANZEIGE





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. zahnt. Leistungspalette
- Bundesweite Lieferung



dentaltrade GmbH & Co. KG • Grazer Str. 2c • 28359 Bremen
☎ - freecall: (0900) 247 147 - 1 • www.labor.dentaltrade.de

12. Marketing Kongress begeisterte mehr als 700 Teilnehmer in Frankfurt Wer querdenkt, wird erfolgreicher sein

Unter dem Motto „Gemeinsam querdenken“ bot die Hanauer DeguDent GmbH Zahntechnikern und Zahnärzten erneut einen hochkarätigen Mix aus Information und Unterhaltung.

Von Cornelia Pasold

Dass neue gute Ideen nicht selten durch Querdenker entstehen, ist nicht neu. Doch wie oft werden genau diese anders denkenden Mitarbeiter und Kollegen als unbequeme Störenfriede oder unverbesserliche Nörgler wahrgenommen. Und trotzdem sind sie es, die uns stets hinterfragend wichtige Denkanstöße liefern, um schließlich neue Chancen zu erkennen und zu nutzen. „Überlassen wir künftig also mehr den Querdenkern das Wort“, so DeguDent-Geschäftsführer Dr. Albert Sterkenburg in seiner Eröffnungsrede. „Denn bevor etwas besser wird, muss es erst anders werden.“ Und genau das tat man beim 12. Marke-

ting Kongress dann auch. Unter dem diesjährigen Motto „Gemeinsam querdenken“ gaben renommierte Referenten aus Wirtschaft, Mar-



Um die Zeichen der Zeit richtig zu deuten, sich auf Neues einzulassen und die alten Pfade zu verlassen ist es wichtig, so DeguDent-Geschäftsführer Dr. Albert Sterkenburg in seiner Eröffnungsrede, „auch einmal mit dem linken Bein aufzustehen. Denn vor dem Umdenken steht das Querdenken“.

keting und Wissenschaft den anwesenden Zahntechnikern und Zahnärzten erneut Tipps für deren Erfolg in Labor und Praxis.

Pre-Kongress

Zum Auftakt startete bereits wie in den Jahren zuvor der Pre-Kongress mit sechs fachspezifischen Themen. In erneut drei Staffelläufen widmete man sich dabei unter anderem dem „Erfolgsfaktor Dienstleistung“ (Rüdiger Trusch), dem „Kompetenzteam Praxis und Dentallabor“ (Dr. Achim Sieper) oder vollkeramischen Lösungen und deren sich daraus ergebenden Positionierungsmöglichkeiten für Praxis und Labor (Peter Foth). Wie langfristig der Erfolg für ein mittelständisches Unternehmen gesichert werden kann, zeigte Dr. Dr. Cay von Fournier aus Berlin. Mit seinem Konzept „10 Gebote für gesunde Zahnarztpraxen und Dentallabors“ verhalf er bereits einer ganzen Reihe von Mittelständlern zu nachhaltigem Erfolg. So auch Markus Rainer (Dentaltechnik Rainer, Mainburg), der darüber berichtete, wie er mithilfe von Fourniers Managementsystem sein Labor wieder erfolgreich auf Kurs brachte. Ein wichtiger Baustein dabei war die klare Zielformulierung – zum einen im Hinblick auf die zukünftige Ausrichtung des Labors und zum anderen, was die individuelle Lebensplanung der einzelnen Mitarbeiter betrifft. Heute verschaffen ihm ein intelligentes Qualitätsmanagement sowie motivierte und in ihren Stärken geförderte Mitarbeiter genügend Freiraum für neue Marketingkonzepte und mehr Lebensqualität.



Rund 700 Teilnehmer ließen sich von renommierten Querdenkern, Quertreibern und Querköpfen motivieren und inspirieren.

ZT Service_13

Fertigung von Zahnersatz im Ausland ruft emotionale Reaktionen hervor Konstruktive Lösungen gesucht

Rege Teilnahme an ZT-Meinungsumfrage – Kein eindeutiger Trend erkennbar / Diskussionsrunde mit namhaften Vertretern aus Industrie, Verbandswesen und Unternehmensberatung geplant.

Von Roman Dotzauer, Chefredakteur der ZT

(rd) – In der letzten Ausgabe hatten wir Sie zur Veröffentlichung der dentaltrade-Anzeige sowie zum PR-Text der gleichen Firma um Ihre Meinung gebeten. Und Sie haben geantwortet. An dieser Stelle mein herzlicher Dank an die Leser, die ihre Meinung kundgetan haben. In der Mehrzahl waren die Briefe sehr emotional, nur wenige konstruktiv und sachlich. Die darin geäußerten Meinungen veranlassen mich nun, auch meine Sicht der Dinge darzulegen. Zunächst einmal möchte ich betonen, dass wir als Zeitung nicht die Ursache für ein Phänomen wie Auslandszahnersatz sind. Wir greifen Themen auf und bilden sie ab. Die Trends und Entwicklungen werden vom Markt selbst gesetzt – von der Industrie, den Zahnärzten, den

Technikern und den Patienten. Und glauben Sie mir: wenn eine Bank in ihrem Branchenbericht (Hypo Vereinsbank, 2003) kleineren Laboren verstärkt den Einkauf von Vorleistungen aus dem Ausland oder die Verlagerung von Arbeiten dorthin empfiehlt, ist das gefährlicher für die Betriebe als eine Anzeige sowie ein PR-Beitrag einer Firma. Zudem sei hier darauf verwiesen, dass es andere, gewichtigere Entwicklungen gibt, die sich auf Arbeitsplätze und Preise zahntechnischer Leistungen negativ auswirken. Nehmen wir zum Beispiel die CAD/CAM-Technologie. Richtig verstanden dient sie primär der Rationalisierung in den Betrieben und sollte, betriebswirtschaftlich gesehen, nicht nur Abschreibungsobjekt sein. Oder die Entwicklung von ZE-Komplettsystemen für die Zahnarztpraxis – Sys-

temen, bei denen Zahntechniker bereitwillig Vorarbeit geleistet haben, als sie noch in deren Laboren standen. Und schließlich sei hier die Verlagerung von Arbeiten in Fräszentren genannt oder der Versand von Patienten-

ANZEIGE



Neue Kundenliste 2006
Jetzt erfragen!

TEL: 0247-6104 • www.picodent.de

daten ins Ausland zwecks Fertigung implantatgetragener Konstruktionen – ein Verfahren, das den Zahntechnikern letztlich nur noch Teilleistungen übrig lässt.

ZT Politik_2

