

Die Monatszeitung für das zahntechnische Labor | [www.zt-aktuell.de](http://www.zt-aktuell.de)

Online-Patienteninformation	Effektives Labormanagement	Funktionsdiagnostik	13. Marketing-Kongress
Eine neue Homepage der Innung Rheinland-Pfalz hat sich der Aufklärung über qualitativen Zahnersatz verschrieben.	Claudia Huhn, Uwe Heermann und Christian Thiesen geben im zweiten Teil des Artikels Tipps zu Kundenbetreuung und -akquise.	ZTM Wolfgang Arnold präsentiert eine Weltneuheit für die Behandlung von CMD-Patienten: das DIR® System.	ZT Matthias Ernst berichtet über das diesjährige DeguDent Marketing-Seminar am 19. und 20.01. in Frankfurt am Main.
<b>ZT Politik_2</b>	<b>ZT Wirtschaft_4</b>	<b>ZT Technik_8</b>	<b>ZT Service_13</b>

ANZEIGE

**dentaltrade**  
...keine Leistung, keine Probe

## Ihre Zukunft!

**Die Zeit ist reif!** Immer mehr Dentallabore ergänzen ihr Angebot bereits professionell mit hochwertigem Zahnersatz von dentaltrade und schaffen sich so einen Wettbewerbsvorteil. Behalten Sie die Nase vorn mit Preisen bis zu 70% unter BEL II / BEB. Worauf warten Sie noch? Rufen Sie uns an!

- Bis zu 5 Jahre Garantie
- Kompl. zahn. Leistungspalette
- Voller Kundenschutz
- Bundesweite Lieferung

IDS Halle 3.02 Gang 8, Stand 61

dentaltrade GmbH & Co. KG • Grazer Str. 8 • 28359 Bremen  
- freecall: (0900) 247 147 -1 • [www.labor.dentaltrade.de](http://www.labor.dentaltrade.de)

Keine Normalisierung der Wirtschaftslage in Sicht

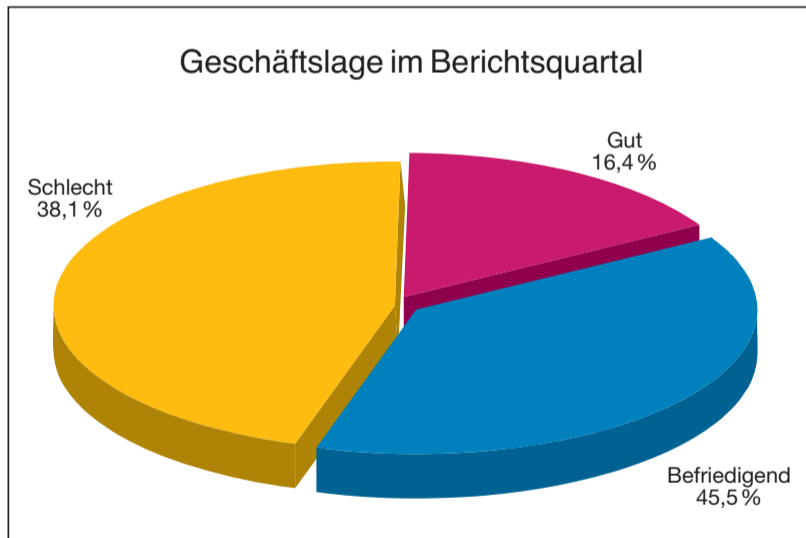
## Geschäftslage verbessert sich nur leicht

Im Konjunkturbarometer für das IV. Quartal des Jahres 2006 verzeichnet der Verband Deutscher Zahntechniker-Innungen nur eine leichte Verbesserung der Geschäftslage und sieht darin Hinweise für ein dauerhaft abgesenktes Umsatzniveau im Zahntechniker-Handwerk.

(kr) – Trotz leichter Umsatzverbesserung um 9,8 % zum Vorjahr fand 2006 lediglich ein Ausgleich des 2005 stark

Der Geschäftslagenindex liegt damit zwar weiterhin deutlich im Minus, „bewegt sich aber auf einem Niveau,

Bereich. Im IV. Quartal hat er erneut ein negatives Vorzeichen, was auf das tendenziell schwache I. Quartal zurückgeführt wird. So rechnen 34,4 % der Betriebe mit einer Verschlechterung der Situation im aktuellen Quartal – im Gegensatz zu 10,8 % positiv gestimmten Betrieben. 54,8 % sehen hingegen keine Veränderung der Geschäftslage. Dafür scheint sich der negative Trend im Personalbereich abzuschwächen und die Entlassungsquote gegen Null zu streben: 9,2 % der Labore stellten Personal ein, 15,8 % bauten Personal ab.



Quelle: VDZI/Grafik: Oemus Media AG

eingebrochenen Nachfrage-niveaus statt. Laut Konjunkturbarometer des VDZI beläuft sich das Umsatzdefizit des vergangenen Jahres auf –22,3 % im Vergleich zu 2004. Damit „erreichen die Labore noch keine 78 % des Niveaus des Jahres vor dem Strukturbruch“. Der Umsatzanstieg im IV. Quartal 2006 beträgt demnach 23,2 % zum Vorquartal. Im Vergleich zum IV. Quartal des Vorjahres ist aber nur noch eine Steigerung von 9,5 % zu verzeichnen, was in etwa der Gesamtjahresentwicklung 2006 entspricht. Verglichen mit dem gleichen Quartal 2004 lässt sich sogar ein Defizit von –21,3 % errechnen.

Entsprechend der Umsatzentwicklung gestaltet sich der Geschäftslagenindex, der im Vergleich zum III. Quartal (–66,2 %) auf –21,7 % stieg.

das in den letzten zwei Jahren nicht mehr erreicht wurde“, heißt es im Konjunkturbarometer. Waren im III. Quartal noch 70 % der Labore mit der Geschäftslage unzufrieden, sank die Zahl im Folgequartal

ANZEIGE

**dentona**

**esthetic-base® gold**

Der brillante Stumpptips mit optimaler CAD/CAM Eignung – von führenden Experten empfohlen!

[www.dentona.de](http://www.dentona.de) Tel +49 (0) 201 55 56 -0

auf 38,1 %. 16,4 % gaben sogar eine positive Einschätzung ab – das sind 12,4 % mehr als im Vorquartal. Im III. Quartal lag der Erwartungsindex noch im positiven

Damit stieg der Beschäftigten-Index im IV. Quartal um 9,9 % auf –6,6 %. Bei der Investitionsbereitschaft lässt sich hingegen in der zweiten Jahreshälfte nur ein leichter Anstieg verzeichnen. Laut VDZI-Umfrage planen 82,7 % keine Investitionen. Von den investitionsbereiten Betrieben wollen 7,8 % in den Ersatz von Maschinen und Anlagen und 7,2 % in die Anschaffung neuer Technologien investieren. Ihren Betrieb erweitern wollen hingegen nur 2,3 % der Inhaber. Dabei steigt die Investitionsbereitschaft im Westen Deutschlands (17 % der Betriebe), während sie im Osten leicht fällt (18,8 %).

Eine Normalisierung der wirtschaftlichen Lage im Zahntechniker-Handwerk lässt sich somit auch nach zwei Jahren noch nicht feststellen. ■

Verabschiedung der Gesundheitsreform – „Wettbewerbsstärkungsgesetz“

## Mehr Schutz gegen unlauteren Wettbewerb

Bundesrat fordert Aufnahme der Geltung des Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb – Regierung prüft die Erweiterung des Gesetzesentwurfs – VDZI unterstützt Empfehlung

(VDZI/DÄB/hdk) Jeder Zahnarzt und Meisterbetrieb hat in den vergangenen zwei Jahren Erfahrungen mit der Beeinflussung der Patienten durch einseitige Information seitens der Krankenkassen gemacht. Es wurden irritierende Preisinformationen verbreitet, die durch widersinnige Empfehlungsverträge die Vertrauens- und Vertragsbeziehungen zwischen Patient, Zahnarzt und Meisterlabor in Mitleidenschaft zogen. Bisher hat der Verband Deutscher Zahntechniker-Innungen (VDZI) in Zusammenarbeit mit den Innungen auf dem vorgegebenen Sozialrechtsweg versucht, solche Marktstörungen zu unterbinden. Dies war ein langwieriges Vorgehen, denn die Anwendung des Wettbewerbsrechts war den Sozialgerichten bisher verwehrt. Dies soll sich mit dem neuen Gesetz ändern. Der Bundesrat hat in seiner Stellungnahme zum Gesetzesentwurf (Drucksache 755/06 vom 15.12.2006) in Ergänzung zum § 69 SGBV die Aufnahme

der Geltung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb und des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen gefordert. Die Bundesregierung hat in ihrer Antwort auf diese Bundesratsempfehlung der Anwendung des Diskriminierungs- und Missbrauchsverbots des Wettbewerbsrechts (§§ 19, 20 GWB) auf die Einzelvertragsbeziehungen der Krankenkassen zugestimmt und eine Prüfung der Aufnahme weiterer Regelungen des Wettbewerbsrechts angezeigt. Weiterhin liegt dem VDZI ein Entwurf der Koalitions-Fraktionen vor, der grundsätzlich die Geltung der §§ 19, 20 GWB vorsieht, mit Ausnahme der Verträge von Krankenkassen, zu deren Abschluss die Krankenkassengesetzlich verpflichtet sind, und bei deren Zustandekommen eine Schiedsamsregelung gilt. „Der VDZI hält es für sinnvoll und notwendig, dass neben dem Wettbewerbsrecht auch das Gesetz gegen den unlau-

teren Wettbewerb (UWG) Anwendung findet. Insofern unterstützt der VDZI die Bundesratsempfehlung“, so VDZI-Präsident Jürgen Schwichtenberg über die Forderungen des VDZI. „Nur durch die Anwendung beider sich ergänzenden Gesetze kann gewährleistet werden, dass im Gesundheitswesen – insbesondere unter Berücksichtigung der sich wandelnden Marktstrukturen – unverfälschter Wettbewerb stattfindet.“

Unterdessen meldete auch der Wissenschaftliche Beirat des Bundeswirtschaftsministeriums massive Bedenken an dem Gesetzesentwurf an und forderte Wirtschaftsminister Michael Glos (CSU) Ende Januar auf, sich für eine „dringende nötige Korrektur“ einzusetzen. Der Grund: wesentliche Gesetze zum Schutz des Wettbewerbs seien außer Kraft gesetzt. Glos unterstütze den Antrag, das Gesetz müsse seinem Namen gerecht werden. ■

ANZEIGE

**Keep smiling**

SHOFU



# Qualitativer Zahnersatz ist Sache des Vertrauens

Die ZT-Innung Rheinland-Pfalz informiert Patienten qualifiziert unter [www.zahnersatz-germany.de](http://www.zahnersatz-germany.de)

Patienten müssen beim Zahnersatz mehr denn je eigenverantwortlich handeln, seien es Inlays, Kronen, Brücken, Implantate, Teil- und Vollprothesen oder auch kombinierte Techniken. Das ist nur vor dem Hintergrund einer umfassenden Information möglich. Auf der neuen Internet-Informationssseite der zahntechnischen Innungsfachbetriebe in Rheinland-Pfalz [www.zahnersatz-germany.de](http://www.zahnersatz-germany.de) – alternativ auch erreichbar unter [www.zahn-team.com](http://www.zahn-team.com) – erfahren Patienten mehr über das Team „Zahnarzt und Zahn-techniker“, über den Beruf und die Arbeit des Dentaltechni-

kers und die Hintergründe moderner zahntechnischer Versorgungsmöglichkeiten aus dem Profilabor. Zusätzlich erhalten Patienten hier die Chance, ein qualifiziertes Dentallaboratorium in ihrer Nähe zu finden. Besonders kritisch beleuchtet die Seite den Auslands- und Billig-Zahnersatz sowie die Zahnersatz-Auktionsportale. Um Patienten mit der Empfehlungspraxis einiger Krankenkassen in Bezug auf zahntechnische Leistungen und das Thema Zahnzusatz-Versicherung nicht allein zu lassen, bietet die Zahn-techniker-Innung Rheinland-Pfalz mit dieser

Seite eine Informationsplattform, die dem Patienten den Weg zur optimalen Zahnersatzversorgung erleichtert. Von der Intention getragen, auf die von einigen Krankenkassen praktizierte Patientenbeeinflussung zum Erwerb von Billig- und Auslandszahnersatz aktiv zu reagieren, legte die Innung Rheinland-Pfalz bereits vor vielen Jahren mit dem Zertifikat „Zahnersatz made in Germany“ den Grundstein ihrer Aktivitäten. Zahnersatzpatienten, davon ist die Innung überzeugt, haben einen Anspruch darauf, zu erfahren, wo und unter welchen Bedingungen ihr Zahnersatz gefertigt wurde, wo die Probleme von Zahnersatz aus dem Ausland oder von „Billigproduktionen“ zu sehen sind. Mit einem eigenen Hersteller-

nachweis, den die Mitgliedsbetriebe der Zahn-techniker-Innung Rheinland-Pfalz seit Juni 2002 den zahntechnischen Ar-



Seit Ende 2006 ist die neue Homepage [www.zahnersatz-germany.de](http://www.zahnersatz-germany.de), eine Informations-Initiative der ZTI Rheinland-Pfalz, online.

ANZEIGE

**Kunststoffzähne**

**ab 0,99€**

**Günter Witt GmbH**  
 Fon: +49 (0) 77 3 298 28-0  
[www.guenter-witt.de](http://www.guenter-witt.de)  
[info@guenter-witt.de](mailto:info@guenter-witt.de)

## ZT Schreiben Sie uns!

Ihnen brennt ein Thema unter den Nägeln? Sie möchten den Berufskollegen Ihre ganz persönlichen Erfahrungen und Ansichten näher bringen, zur allgemeinen Diskussion anregen oder unserer Redaktion einfach nur Feedback geben? Dann schreiben Sie uns! Schicken Sie uns Ihre Meinung an folgende Adresse:

Redaktion ZT Zahn-technik Zeitung  
 Stichwort „Leserbriefe“  
 Oemus Media AG  
 Holbeinstraße 29  
 04229 Leipzig  
 Fax: 03 41/4 84 74-2 90  
 E-Mail: [ch.wendt@oemus-media.de](mailto:ch.wendt@oemus-media.de)



# Künftige Entwicklungen in der Prothetik

Recht herzlich begrüßt das Team der ZT Zahn-technik Zeitung den neuen und damit zweiten Chefredakteur Prof. Dr. Axel Zöllner. Neben der zahntechnischen Leitung durch Chefredakteur Roman Dotzauer wird Prof. Zöllner die ZT-Inhalte ab sofort aus Sicht des prothetisch arbeitenden Zahn- arztes lenken und damit die Qualität der ZT weiter steigern. Sein Ausblick zur Zukunft der Prothetik.

Mit den Prognosen ist das so eine Sache. Mit erster Miene bedient man sich der Vergangenheit, um Erwartungen – manchmal Hoffnungen – für die nahe Zukunft zu formulieren. Mit noch ersterer Miene begründet man bei eingetretener Zukunft dann, warum sie nun nicht so eingetreten ist wie prognostiziert. Das gilt ebenso für die Prothetik. Wie kaum ein anderer Bereich in der Zahnheilkunde wird die Entwicklung hier nicht nur von der industriellen Entwicklung und vom Stand der Forschung, sondern auch von der gesundheitspolitischen Entwicklung beeinflusst. Und dies nicht nur in der Praxis – sondern auch im zahntechnischen Labor. Das Gutachten der Deutschen Gesellschaft für zahnärztliche Prothetik und Werkstoffkunde e.V. (DGZPW) zum prothetischen Versorgungsbedarf zeigt eindeutig, dass Prothetik – also die Versorgung durch das Team Zahn-techniker/Zahn- arzt – auch in Zukunft gefordert ist. Alle Prophylaxemaßnahmen führen langfristig nicht zum gewünschten Erfolg: Zahnerhalt ist nicht garantiert.

Im Rahmen der auch zukünftig notwendigen Versorgung von Lücken ist insbesondere die Implantologie/Implantatprothetik weiterhin ein Wachstumsmarkt. Was ist von der Bewährung innovativer Techniken zu erwarten? Sicher ist, dass die vollkeramischen Systeme im Einzelzahnbereich zuverlässig eingesetzt werden können. Für brückenprothetische, vollkeramische Versorgung ist eine ähnliche Sicherheit im

Vergleich zu VMK-Versorgung zwar noch nicht ausreichend dokumentiert, aber zu erwarten.

ANZEIGE

**pkodent**

qualität pur.  
bewusst innovativ.

03 41 484 74 1 • [www.pkodent.de](http://www.pkodent.de)

Die Bewährung vollkeramischer Versorgung auf Implantaten ist bei allem Wunsch aus dem Markt noch nicht nachgewiesen! Doch beantworten all diese Entwicklungen nicht die eigentliche Herausforderung: Die Globalisierung auf dem Gesundheitsmarkt. Die Kosten für Zahnersatz sind im internationalen Vergleich hoch. Die Qualität, die Zahn-technik und Zahn- arzt bieten, aber auch! Passen wir auf, dass Prothetiker und Zahn-techniker sich auch weiterhin als Team verstehen und nicht gegeneinander Kostenoptimierung betreiben. Gemeinsam müssen wir die Innovationen der bevorstehenden IDS prüfen, ob nicht nur hochqualitative aber auch hochpreisige Lösungen im Bereich Material/Technologie angeboten werden, sondern auch bei gleicher Qualität im Bereich Material/Technologie günstige Versorgungsstrategien möglich sind. Machen wir uns bewusst: Unsere Qualität als Zahn-techniker resp. Zahn- arzt besteht primär in unserer hoch qualifizierten

Anforderungsprofile des Medizinproduktegesetzes bei der Herstellung eingehalten und dokumentiert wurden, die verwendeten Materialien ausnahmslos das CE-Zeichen tragen und damit den grundlegenden Sicherheitsanforderungen gemäß Richtlinie 93/42/EWG entsprechen, die der Zahnersatz unter kontrollierten Arbeitsabläufen und unter Beachtung der Arbeits-, Umwelt- und Gesundheitsschutzkriterien in einem rheinland-pfälzischen Meisterlabor gefertigt wurde. Dieses Zertifikat „Zahnersatz made in Germany“ ist derzeit in der 8. Auflage und mit knapp einer halben Million Exemplaren im Umlauf. Es trägt so maßgeblich zur Transparenz im Gesundheitswesen bei und steht unter dem Motto: „Qualität, Vertrauen, Sicherheit“. Eines ist gewiss: Der zur Weltspitze gehörende Qualitätsstandard deutscher zahntechnischer Leistungen nutzt Zahnärzten, Zahn-technikern und vor allem aber den Patienten. Zahn-techniker in Deutschland bilden aus, bieten Leistungen, die Weltspitze und nirgendwo besser zu bekommen sind, denn sie orientieren sich an den höchsten Qua-



Landesinnungsmeister Manfred Heckens: „Für die Gesundheit des Patienten ist nicht das Billigste, sondern das Beste gerade gut genug.“

litäts- und Gesundheitsschutzstandards. Die zahntechnischen Betriebe in Rheinland-Pfalz dokumentieren das mit ihrem Herstellernachweis, dem Zertifikat „Zahnersatz made in Germany“. Patienten können das Zertifikat von ihrem Zahn- arzt verlangen. **ZT**

## ZT Adresse

Zahn-techniker-Innung  
 Rheinland-Pfalz  
 Essenheimer Straße 125 B  
 55128 Mainz  
 Tel.: 0 61 31/7 20 77 20  
 Fax: 0 61 31/7 20 77 07  
 E-Mail:  
[zt-rheinland-pfalz@t-online.de](mailto:zt-rheinland-pfalz@t-online.de)  
[www.zahn-technikerinnung.de](http://www.zahn-technikerinnung.de)

## ZT IMPRESSUM

### 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](mailto:kontakt@oemus-media.de)

**Chefredaktion**  
 Roman Dotzauer (rd)  
 Betriebswirt d. H. (V.i.S.d.P.)  
 E-Mail: [roman-dotzauer@dotzauer-dental.de](mailto:roman-dotzauer@dotzauer-dental.de)

Prof. Dr. Axel Zöllner  
 E-Mail: [axel.zoellner@uni-wh.de](mailto:axel.zoellner@uni-wh.de)

Katja Römhild (kr)  
 (Assistenz Chefredaktion)  
 E-Mail: [katja.roemhild@dotzauer-dental.de](mailto:katja.roemhild@dotzauer-dental.de)

**Redaktionsleitung**  
 Cornelia Pasold (cp), M.A.  
 Tel.: 03 41/4 84 74-1 22  
 E-Mail: [c.pasold@oemus-media.de](mailto:c.pasold@oemus-media.de)

**Redaktion**  
 H. David Kossmann (hdk)  
 Tel.: 03 41/4 84 74-1 23  
 E-Mail: [h.d.kossmann@oemus-media.de](mailto:h.d.kossmann@oemus-media.de)

Christina Wendt (cw)  
 Tel.: 03 41/4 84 74-1 43  
 E-Mail: [ch.wendt@oemus-media.de](mailto:ch.wendt@oemus-media.de)

Matthias Ernst (me), ZT  
 Betriebswirt d. H.  
 Tel.: 09 31/5 50 34  
 E-Mail: [ernst-dental@web.de](mailto:ernst-dental@web.de)

**Projektleitung**  
 Stefan Reichardt  
 (verantwortlich)  
 Tel.: 03 41/4 84 74-2 22  
 E-Mail: [reichardt@oemus-media.de](mailto: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](mailto:pohlann@oemus-media.de)

**Herstellung**  
 Sven Hantschmann  
 (Grafik, Satz)  
 Tel.: 03 41/4 84 74-1 14  
 E-Mail: [s.hantschmann@oemus-media.de](mailto:s.hantschmann@oemus-media.de)

Die ZT Zahn-technik 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 „Zahn-technik 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 Autorenrichtlinien. Gerichtsstand ist Leipzig.

Ausbildung und nur in zweiter Linie in der Verwendung teurer Materialien. Zusammenfassend kann von der Entwicklung der Prothetik weiterhin der Schwerpunkt Vollkeramik, CAD/CAM-Technologie und Implantatprothetik erwartet werden. Ob diese Entwicklungen helfen, uns national im aktuellen Kostendruck zu behaupten, wird sich zeigen – eine Nachlese der IDS-Angebote aus

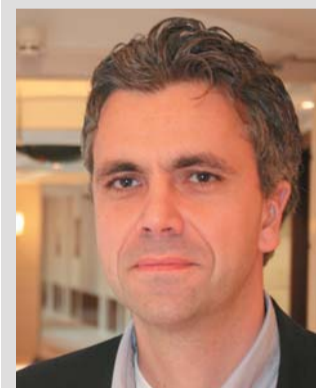
diesem Blickwinkel wäre ein Schritt in diese Richtung. **ZT**

Ihr Prof. Dr. Axel Zöllner

## ZT Adresse

Prof. Dr. Axel Zöllner  
 Universität Witten/Herdecke  
 Alfred-Herrhausen-Str. 50  
 58448 Witten  
 Tel.: 0 23 02 / 9 26-6 68  
 E-Mail: [axel.zoellner@uni-wh.de](mailto:axel.zoellner@uni-wh.de)

## ZT Vita



Prof. Dr. Axel Zöllner

Lehrstuhl Zahnärztliche Prothetik, Universität Witten/Herdecke  
 Leiter Abteilung Zahnärztliche Prothetik, Universität Witten/Herdecke  
 Leiter Universitäts-Zahnklinik, Universität Witten/Herdecke  
 Lecturer, Harvard School of Dental Medicine  
 Spezialist Deutsche Gesellschaft für Prothetik und Werkstoffkunde

- 16.04.1966 Geboren in Essen-Kettwig
- 1986–1992 Studium der Zahnheilkunde an der Privaten Universität Witten/Herdecke
- 03.06.1992 Staatsexamen
- 01.07.–30.12.1992 Kapstadt, Südafrika, Tätigkeiten an den Bereichen MKG der University of the

Western Cape und der University of Stellenbosch

- 01.01.1993 Abt. Zahnärztliche Prothetik, Universität Witten/Herdecke
- 07.05.1993 Promotion, Universität Witten/Herdecke
- 01.10.1995 Oberarzt Abteilung Zahnärztliche Prothetik, Universität Witten/Herdecke
- 01.01.1997 Abteilungsleiter Zahnärztliche Prothetik, Universität Witten/Herdecke
- 09.05.2001 Habilitation Venia Legendi Zahnärztliche Prothetik, Universität Witten/Herdecke
- 06.2001–03.2002 Visiting Assistant Professor, Harvard School of Dental Medicine
- seit 01.2002 Lehrauftrag Harvard School of Dental Medicine, Boston, USA
- 05.2002 Ernennung zum Spezialisten der Deutschen Gesellschaft für Prothetik und Werkstoffkunde (DGZPW)
- 01.10.2002 Ernennung zum Leiter der Universitätspoliklinik der Fakultät für Zahn-, Mund- und Kieferheilkunde, Universität Witten/Herdecke
- seit 10.12.2003 Professur und Lehrstuhl für Zahnärztliche Prothetik an der Universität Witten/Herdecke





# ZT WIRTSCHAFT

Erfolg ist machbar – auch im Jahr 2007

## Mit effektivem Labormanagement die eigenen Ziele konsequent verfolgen (II)

Neben den Grundlagen des effektiven Labormanagements, die Dipl.-Kff./Pädagogin Claudia Huhn, ZT Uwe Heermann und ZT/Kfm. Christian Thiesen bereits im ersten Teil ihres Beitrages erläuterten, spielt auch die zielgerichtete Planung und Lenkung des Vertriebs eine entscheidende Rolle im Labormanagement. Konzeptionelle Bestandskundenbetreuung und kontinuierliche Neukundenakquise müssen geplant, durchgeführt und auch stetig kontrolliert werden. Wer dabei den Überblick und die Kontrolle nicht verlieren will, muss auch sich selbst organisieren.

ZT Fortsetzung aus ZT 1/07

### 4. Vertrieb

Frage: Ist Erfolg trotzdem machbar?

Aber ja, bei all den Risiken gibt es auch Chancen und Erfolgsaussichten. Die Konjunktur in Deutschland zieht deutlich an, die Arbeitslosenzahlen sinken langsam, aber stetig. Die Bereitschaft, für privaten Konsum wieder mehr Geld auszugeben, steigt. Hiervon wird auch die Zahntechnik profitieren. Selbstverständlich etwas spä-

Frage: Ist Ihr Vertrieb effektiv? Kennen Sie den Unterschied zwischen Effektivität und Effizienz?

Eine Gruppe von Managern trifft sich im Urwald. Aufgabe ist es, eine Schneise in Richtung des nächsten Ortes zu hauen. Fast alle Manager stürzen sich sofort in die Arbeit, schärfen ihre Macheten und treiben erfolgreich eine Schneise in den Wald. Die Fortschritte der Gruppe sind beachtlich. Nur einer der Manager steigt zuerst auf den höchsten Baum und schaut, in welche Richtung die Schneise denn geschlagen werden müsste, um zielstrebig im nächsten Ort anzukommen.

Effektivität beschreibt die Fähigkeit, die richtigen Dinge zu tun. Effizient sein bedeutet, die Dinge richtig tun. Ihre vertriebliche Aufgabe in Ihrem Dentallabor hat damit zwei Dimensionen: Zum Ersten die Auswahl der richtigen Dinge, der zielführenden Maßnahmen und zum Zweiten die Auswahl der richtigen Mittel. Das bedeutet, es geht um die Auswahl der Aktivitäten, in denen ich mich engagiere und

dem Kunden Recht machen zu wollen und zu können. Effektiv vertrieblich tätig sein bedeutet, im ersten Schritt zu definieren, welche Kunden zur Laborzielsetzung passen. Gemäß dem Pareto-Prinzip (Vilfredo Pareto, ital. Volkswirtschaftler) verursachen 20 % der Kunden 80 % des Unternehmenserfolgs, sprich Umsatz. Außerdem machen 20 % der Kunden 80 % des Betreuungsaufwandes aus. Interessant ist nur, dass die Gruppe der umsatzstarken Kunden in der Regel nicht denen der betreuungsintensiven entspricht. Je umfangreicher Sie die Definition Ihrer Zielkunden durchführen, umso effektiver kann Ihr Vertrieb sein.

### II. Vertriebsplanung

Aus der Definition der Zielkunden leitet sich die Vertriebsplanung ab, die im Rahmen der Unternehmensplanung einen wichtigen Stellenwert hat. Ohne diese Planung ist jeder Vertrieb nur Stückwerk und kann im Ergebnis nur eines sein: ineffektiv und ineffizient. In die Vertriebsplanung mit aufgenommen werden alle Vertriebsaktivitäten, die für das Planungsjahr angedacht sind (s. Abb. 6).

Bringen Sie alle Ihre Aktivitäten in einem Jahreskalender in ihre zeitliche Reihenfolge. Das verhindert, dass Sie in bestimmten Jahreszeiten zu wenige, dafür aber in anderen Jahreszeiten zu viele Vertriebsaktivitäten angehen. Bitte beachten Sie: Vertriebsaktivitäten sind nur dann sinnvoll, wenn Sie über ausreichend Manpower verfügen, um sie professionell

vorzubereiten, durchzuführen und anschließend auch nachzubereiten. Wichtig ist auch im Rahmen der inhaltlichen Entscheidung die Frage, für wen diese Aktivität sein soll. Soll es z.B. eine Fortbildung für Ihre Bestandskunden sein, die der Kundenbindung und dem Umsatzausbau mit diesen dienen soll, oder möchten Sie mit dieser Vertriebsmaßnahme neue Kunden gewinnen? Damit schließt sich im Rahmen der Vertriebsplanung auch wieder der Kreis zur Unternehmensplanung. Verfolgen Sie mit jeder Vertriebsaktivität ein konkretes, messbares, aber realistisches Ziel, z. B.:

- Wie viel zusätzlicher Umsatz soll durch diese Maßnahme realisiert werden?
- Wie viele Neukunden soll diese Aktion generieren?

### III. Professionelle Bestandskundenbetreuung

Der zu verteilende zahntechnische Kuchen ist in den letzten

Jahren in vielen Bereichen Deutschlands immer kleiner geworden. Immer mehr Dentallabore bemühen sich um immer weniger zahntechnischen Umsatz. Gerade vor diesem Hintergrund ist die professionelle Betreuung Ihrer Kunden immer wichtiger. Denn sicher ist: Ihr Wettbewerb wird vor Ihren Kunden nicht halt machen. Ihre Kunden von heute könnten schon morgen die Neukunden Ihres Wettbewerbs sein. Professionelle Bestandskundenbetreuung, die Umsatzsicherung und Umsatzausbau zum Ziel hat, umfasst u. a. Aspekte, die in Abb. 7 beschrieben sind. Richten Sie Ihre Vertriebsmaßnahmen darauf aus, für Ihre Kunden attraktiv zu sein und

### Professionelle Bestandskundenbetreuung

- Individuelle Betreuung jedes einzelnen Kunden
- Kommunikation der Serviceleistungen des Dentallabors
- Ehrliche Aufmerksamkeit und Wertschätzung gegenüber den Kunden
- Präsenz vor Ort zeigen
- Kommunikation des Nutzens der Zusammenarbeit

Abb. 7 Quelle: Claudia Huhn/Grafik: Oemus Media AG

zu bleiben. Finden Sie heraus, was sich Ihre Kunden wünschen, welche Fortbildungen für sie aktuell und attraktiv sein könnten. Etablieren Sie sich als Erfolgspartner für Ihre Zahnarztpraxen.

### Benötigter Neukundenumsatz

- Wie alt sind Ihre Kunden?
- Wer geht wann in Ruhestand?
- Wieviel Umsatz müssen Sie in welchem Zeitraum ersetzen?
- Wieviele Kunden haben Zahlungsschwierigkeiten?
- Wieviel Umsatz steckt dahinter?
- Und schließlich noch Murphy's Law: **Einer geht immer!**

Abb. 8 Quelle: Claudia Huhn/Grafik: Oemus Media AG

### IV. Neukundenakquise

Trotz einer professionellen Bestandskundenbetreuung kann ein Dentallabor ohne neue Kunden nicht überleben. Alleine aus Existenzsicherungsgründen sind Sie verpflichtet, regelmäßig neue Kunden und neuen Umsatz dazu zu gewinnen.

Wie hoch dieser Neukundenumsatz pro Jahr sein muss, lässt sich aus der Umsatzplanung und der dazugehörigen Kundenanalyse ablesen. Fragen nach dem Alter der Kunden, deren Zahlungsmoral und Ähnlichem, können Ihnen bei der Errechnung Ihres benötigten Neukunden-

umsatzes behilflich sein (s. Abb. 8).

Eine weitere Frage, die ent-

ANZEIGE



scheidend sein kann, ist: „Wie viel Umsatz müssen Sie in welchem Zeitraum ersetzen?“ Das folgende Fallbeispiel veranschaulicht den Kern der Frage: Sie haben einen 60-jährigen Kunden, der laut seiner Auskunft mit 65 Jahren in den Ruhestand gehen möchte. Seine Praxis wird er schließen, es wird keinen Nachfolger geben. Zurzeit realisiert dieser Kunde einen Jahresumsatz von 100.000 EUR mit Ihrem Labor.

Daraus folgt: In fünf Jahren müssen Sie diesen Umsatz ersetzt haben. Rein rechnerisch bedeutet das, dass Sie in den nächsten fünf Jahren pro Jahr 20.000 EUR Neukundenumsatz generieren müssen, um in fünf Jahren den Verlust Ihres jetzigen Kunden voll auszugleichen zu haben.

Stellen Sie Ihre Maßnahmen zur Neukundenakquise auf Ihre Zielkunden ab. Suchen Sie die Kunden, die Ihnen das Arbeiten erleichtern und Ihnen den Spaß an Ihrer Arbeit erhalten. Suchen und gewinnen Sie Zahnarztpraxen für sich, mit denen Sie gemeinsam Geld verdienen können.

Effektiver und effizienter Vertrieb ist immer dann möglich, wenn die gedankliche Vorarbeit geleistet wurde. Ohne Planung erreichen Sie nur suboptimale Ergebnisse, die weder Sie noch Ihr Bankkonto befriedigen.

Planen Sie Zeit und Geld ein, um Ihren Laborumsatz von morgen zu sichern.

### 5. Controlling

Frage: Aber was hilft die beste Unternehmensplanung ohne eine systematische Kontrolle? Sie haben alles richtig gemacht. Ihre Unternehmensziele sind definiert, Ihr Marktauftritt ist perfekt, Sie warten auf das Ergebnis. Eine Jahresplanung ist etwas Beruhigendes. Aber wann überprüfen Sie zum ersten Mal, ob all das, was Sie sich vorgenommen haben, auch eintrifft?

Ein Beispiel soll verdeutlichen, wie wichtig die Überprüfung des Grades der Zielerreichung

auf dem Weg zum Jahresziel ist:

Nehmen wir an, Sie wollen einen Marathonlauf bestreiten. Ihr Zeitziel liegt bei vier Stunden. Nach 30 gelaufenen Kilometern haben Sie bereits drei Stunden und vierzig Minuten verbraucht. Wie realistisch ist es, jetzt noch durch steigern des Lauftempo das Zeitziel zu erreichen?

Was ist falsch gelaufen? Die erste Kontrollmarke war falsch gelegt.

Hätten Sie Kilometerzeiten festgelegt, wäre eine geringe Beschleunigung des Lauftempo ausreichend gewesen, um die gewünschte Zielzeit zu erreichen.

Analog verhält es sich mit Ihrer Unternehmensplanung. Sollten Sie z. B. Ende November feststellen, dass Sie Ihr Umsatzziel bis zu diesem Zeitpunkt um 40 Prozent verfehlt haben, ist es eher unrealistisch, durch sinnvolle Korrekturmaßnahmen

Fortsetzung auf Seite 6 ZT

Definition der Zielkunden
• Wo liegen meine Kernkompetenzen?
• Wie lautet die strategische Ausrichtung meines Labors?
• Welche Zahnarztpraxen passen am besten zu meiner Ausrichtung?
• Mit welchen Zahnarztpraxen macht uns das Arbeiten Spaß?
• Mit welchen Zahnarztpraxen verdienen wir Geld?
• Welche Anforderungen haben diese Zahnarztpraxen an ein Dentallabor?
• Fehlen uns Qualifikationen, um diese Zahnarztpraxen begeistern zu können?

Abb. 5 Quelle: Claudia Huhn/Grafik: Oemus Media AG

ter als andere Industriezweige, eben so, wie die Zahntechnik bei sich abschwächender Konjunktur dieses auch erst später zu spüren bekommen hat als andere. Liegt also das Heil in der Geduld? Wir warten eine Weile und der Umsatzzuwachs kommt von ganz alleine? Weit gefehlt, dafür muss man etwas tun. Ohne eine konsequente Planung, eine sichere Kommunikation, eine zielorientierte betriebliche Organisation und stetige vertriebliche Aktivitäten wird der „Aufschwung“ wahrscheinlich an Ihrem Betrieb vorübergehen.

Das Leistungsspektrum, inklusive aller Service- und Dienstleistungen, sollte am Kundennutzen ausgerichtet sein. Bedenken Sie: „Der Köder muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler.“ Führen Sie die Kommunikation mit Ihren Behandlern

ANZEIGE

nicht einseitig. Fragen Sie Ihre Kunden nach deren Wünschen, Erwartungen und Zielen. Dazu bedarf es einer expliziten kommunikativen und technischen Ausbildung aller in der Praxiskommunikation stehenden Personen.

### Inhalte der Vertriebsplanung

- die Inhalte (Art der Vertriebsmaßnahme)
- die terminliche Abfolge der Maßnahmen
- die entstehenden Kosten und
- die für die Umsetzung benötigte Zeit

Abb. 6 Quelle: Claudia Huhn/Grafik: Oemus Media AG

um die Auswahl der richtigen Handwerkszeuge, um das Engagement zum Erfolg zu führen.

Vertrieb in einem Dentallabor ist nicht nur wichtig, sondern vielmehr überlebensnotwendig. Ohne Vertrieb lassen sich Ihre Unternehmensziele nicht erreichen, ohne Vertrieb werden Sie in Ihrem Dentallabor „gearbeitet“, ohne Vertrieb ist eine gewollte Entwicklung nicht möglich. Wachstum wird damit zum Zufallsprodukt, wirtschaftliche Engpässe sind wahrscheinlich.

Wer in seinem Labor Ressourcen, in Form von Zeit und Mitteln, für den Vertrieb einplant und diese zielorientiert einsetzt, ist auf dem Weg zum Erfolg schon einen großen Schritt weiter.

### I. Zielkundendefinition

Grundlage jedes effektiven Vertriebs ist die Definition der Zielkunden. Erfolgreich führt ein Dentallabor, wer sich von der Einstellung verabschiedet, jeden Kunden bedienen zu müssen und es je-

**ZT ZAHNTECHNIK ZEITUNG**

**Kursauszug Labormanagement**

**Seminarprofil:** In der Zukunft sind Unternehmer gefragt, die mit Weitblick, Sensibilität, Mut und Zuversicht die Chancen des sich im Wandel befindlichen Marktes für sich nutzen. Unternehmer, die einen guten Teil ihrer Arbeitszeit an ihrem Schreibtisch und nicht an ihrem Arbeitstisch in der Technik verbringen. Am Schreibtisch entsteht in der Zukunft der Erfolg im Dentallabor.

- Grundlagen des Labormanagements
- Unternehmensplanung/-steuerung
- Unternehmenskommunikation und Mitarbeiterführung
- Technische Ausrüstung und Qualifikation
- Effizienter Vertrieb und Vertriebssteuerung
- Controlling und effektive Frühwarnsysteme
- Selbstmanagement

**Zielgruppe:** Laborinhaber, Führungskräfte

**Dauer:** 3 x 2 Tage

**Termine:** Großraum Augsburg: 25./26. April 2007 und 23./24. Mai 2007 und 14./15. Juni 2007  
Großraum Hannover: 06./07. September 2007 und 11./12. Oktober 2007 und 08./09. November 2007

**Preis:** 2.795,00 Euro inkl. Tagungsverpflegung, zzgl. eventuelle Übernachtungskosten und gesetzlicher MwSt.

**Anmeldung** unter: www.ct-huhn.de, siehe Adresskasten



ZT Fortsetzung von Seite 4

eine Planerfüllung zu erreichen. Controlling bedeutet nichts anderes als in sinnvollen periodischen Abständen den Unternehmensplan mit dem Grad der Zielerreichung zu vergleichen. Sinnvoll ist es hier, einen Monatsvergleich anzustellen. Zum einen vergleichen Sie die einzelnen Monate mit den jeweils geplanten Monatswerten, zum anderen stellen Sie Ihr Unternehmen fortlaufend dar und vergleichen die kumulierten Werte. Dieses Vorgehen soll Überraschungen jedweder Art vermeiden helfen. Korrekturmaßnahmen, in jede Richtung, sind so kurzfristig und zielgerichtet möglich. Es bleibt Ihrer unternehmerischen Freiheit überlassen, wie Sie auf solche Abweichungen reagieren.

GuV	Monat Ist	Monat Plan	Abweichung in %	Monat kumuliert
Umsatzerlös netto				
- Materialaufwand				
- Edelmetall				
- Bezogene Ware				
+ Rabatte				
Summe Materialaufwand				
Rohrertrag				
Rohrertrag in %				
- Personalkosten				
Personalkosten in %				
- Betriebskosten				
- Verwaltungskosten				
- Vertriebskosten				
- usw.				
Ebit DA				
Ebit in %				
- Abschreibungen				
Ebit				
Ebit in %				

Abb. 9

Quelle: Thiesen & Heermann/Grafik: Oemus Media AG

nen, ein zu großes Materiallager, zu hohe Personalkosten, all das wird von Ihrem Unternehmen finanziert. Schlimmer noch, es bindet Mittel für die zukunftsorientierte Aus-

diglich eine kurzfristige Abweichung? Die eingeleiteten Maßnahmen müssen immer auf ihre Wirksamkeit hin überprüft werden. Die Korrektur findet sich in

chen, die Ihnen früher so leicht von der Hand gingen? Wünschen Sie sich immer öfter jemanden oder etwas, das Sie von außen motiviert? Würden Sie Ihren Job heute noch einmal erlernen? Kann es sein, dass auch Ihr Leben aus der Balance geraten ist?

geratenen Lebens besteht darin, sich Klarheit zu verschaffen, wie es in Ihrem Leben um die Balance der vier Bereiche steht. Dabei gilt es insbesondere herauszufinden, wie viel Zeit Sie in die verschiedenen vier Bereiche investieren. Sie sollten sich fragen, womit Sie zufrieden sind und was Ihnen in Ihrem Leben verbesserungswürdig oder gar dringend veränderungsbedürftig erscheint. Ob Ihr Leben innerhalb oder außerhalb der Balance ist, hängt im Wesentlichen von Ihren Zielen und Wünschen ab und muss nicht mit den Balance-Vorstellungen einer anderen Person übereinstimmen.

und ganz von seiner Idee überzeugt gewesen, würde es heute das Imperium Disney World nicht geben. Die gesetzlichen Rahmenbe-

*Alle Dinge sind schwierig, bevor sie leicht werden.*  
Französisches Sprichwort

**Die Monatswerte werden aus der aktuellen Jahresplanung übernommen und mit den tatsächlichen erzielten Monatswerten verglichen.**

**Abweichungen im Bereich der hervorgehobenen Werte können für Sie Informationen zum Aufbau eines Frühwarnsystems sein.**

**Der Aufbau ist von den Informationswünschen des Unternehmers abhängig und beliebig zu erweitern. Das Schaubild stellt nur einen Auszug dar.**

richtung Ihres Unternehmens.

Wenn Sie rechtzeitig die richtigen Maßnahmen einleiten, sind Sie auch im schwierigen Marktumfeld in der Lage, in Technik, Vertrieb und Weiterbildung zu investieren. Sie können also alle Themen, die Ihre Position in Zukunft stärken, forcieren. Jeder Bericht und jede Kontrolle ist nur dann wirklich richtig angewendet, wenn

ANZEIGE



Korrekturmaßnahmen, in jede Richtung, sind so kurzfristig und zielgerichtet möglich. Es bleibt Ihrer unternehmerischen Freiheit überlassen, wie Sie auf solche Abweichungen reagieren. Die Anpassung der variablen Kosten, verstärkte Vertriebsaktivitäten oder die Kombination aus beidem könnte ein Weg sein. Wichtig ist, dass Sie die Möglichkeiten, die Ihnen diese Information bieten, professionell nutzen. Legen Sie in diesem Zusammenhang relevante Kennzahlen fest, die zur Frühwarnung geeignet sind und definieren Sie für diese maximale Abweichungen. Strenge Überprüfen der Toleranzen führt zu kurzfristigen Maßnahmen.

Eine wichtige Kennzahl mit deutlicher Aussagekraft ist sicherlich der erwirtschaftete Rohrertrag des Unternehmens.

Rohrertrag = Umsatz - Materialaufwand

Der Materialaufwand kann für eine genauere Darstellung weiter zerlegt werden:

- Hilfsstoffe/Verbrauchsmaterial (Kunststoff, Gips etc)
- Material zur Weiterbelastung (Edelmetall, konfektionierte Zähne, Fertigteile, zugekaufte Halberzeugnisse)
- Rabatte für bezogenes Material.

Sollte jetzt noch die Möglichkeit bestehen, die Zahlen des Marktes als Vergleichsgröße heranzuziehen, können Sie Ihr Unternehmen deutlich besser bewerten und die Potenziale analysieren und nutzen.

Das oben genannte Beispiel lässt sich auf weitere Kennzahlen übertragen. Wichtige aussagekräftige Kennzahlen können Abbildung 9 entnommen werden.

Mit diesem zeitnah generierten Bericht, der monatlichen GuV, stellt sich Ihr Betrieb nicht besser dar. Sie erhalten jedoch die Möglichkeit, aufgrund belastbarer Informationen zu agieren und nicht einem Gefühl zu folgen. Mit diesem Zeitvorsprung und der Kenntnis der relevanten Zahlen erhalten Sie einen Vorsprung, der Ihrem Unternehmen Liquidität sichert. Zeitverzögertes Handeln kostet Ihr Geld. Eine zu hohe Materialquote aufgrund schlechter Einkaufskonditio-

den folgenden Monatsberichten wieder. Eine einmal eingeleitete Korrektur bedeutet nicht die endgültige Problemlösung. Es ist ein fließender Prozess.

Das Anschieben dieses Prozesses, also der Planung, des Nachhaltens, dem Controlling und der Definition von Korrekturmaßnahmen, wirkt im ersten Moment zeitaufwendig. Es nicht zu tun bedeutet jedoch, sich von Zufällen überraschen zu lassen, zu reagieren statt zu agieren und sich für die zukünftige Ausrichtung zu blockieren. Einmal angeschoben, werden Sie Ihre neue Freiheit genießen.

6. Selbstmanagement

Frage: Macht Ihnen Ihre Arbeit noch Spaß?

Ein Termin jagt den nächsten, Kommunikation auf allen Kanälen, Arbeitsanweisungen rund um die Uhr. Die Rahmenbedingungen des Gesundheitsmarktes ändern sich immer schneller, die Aussicht auf Erfolg scheint immer mehr persönlichen Einsatz zu erfordern. Kurzum: Die Anforderungen im Job steigen und damit wächst der Stress. Kann dabei Arbeit noch Spaß machen? Gefragt sind Konzepte zur Meisterung des beruflichen und privaten Alltags.

Konzepte, die ein aus den Fugen geratenes Leben wieder in „lebbare“ Bahnen bringen. Work-Life-Balance heißt das Schlagwort, das weit mehr beinhaltet als nur den stimmigen, zeitlichen Ab- und Ausgleich zwischen beruflichem und privatem Leben. Ein aus der Balance geratenes Leben ist nicht nur unbefriedigend, es führt auch dazu, dass die erreichten Ergebnisse immer negativer von den erreichbaren Ergebnissen abweichen.

Wie geht es Ihnen? Kennen Sie die Situation, dass Ihnen das allmorgendliche Aufstehen immer schwerer fällt? Benötigen Sie immer mehr Energie, um die Ergebnisse zu errei-

chiedliche Schwerpunkte gesetzt werden. Je nach Lebensabschnitt und -situation kann mal der eine oder der andere Bereich einen Überhang haben. Sicher ist allerdings, dass die Vernachlässigung einer oder mehrerer Säulen mittel- bis langfristig zu Unzufriedenheit bis hin zu gesundheitlichen Störungen führen kann. Ein Leben auf der Überholspur, das sich plötzlich auf dem Standstreifen wiederfindet. Burn-Out, noch vor Jahren eine Mode-Erkrankung, ist heute in vieler Unternehmer-Munde. Wer über Jahre hinweg von seinem Lebensbilanzkonto immerzu abhebt, ohne dabei irgendwann einmal einzuzahlen, darf sich nicht wundern, wenn der eigene Körper oder das eigene Umfeld irgendwann den Kontokorrentkredit aufkündigt. Der erste Schritt zur Wahrnehmung eines aus der Balance

geratenen Lebens besteht darin, sich Klarheit zu verschaffen, wie es in Ihrem Leben um die Balance der vier Bereiche steht. Dabei gilt es insbesondere herauszufinden, wie viel Zeit Sie in die verschiedenen vier Bereiche investieren. Sie sollten sich fragen, womit Sie zufrieden sind und was Ihnen in Ihrem Leben verbesserungswürdig oder gar dringend veränderungsbedürftig erscheint. Ob Ihr Leben innerhalb oder außerhalb der Balance ist, hängt im Wesentlichen von Ihren Zielen und Wünschen ab und muss nicht mit den Balance-Vorstellungen einer anderen Person übereinstimmen.

Räumen Sie mit unterbewussten Einstellungen auf, bevor diese zu einschneidenden Konsequenzen führen. „Ohne mich geht nichts“ ist genauso falsch wie die Aussage „Der Markt ist schuld“. Sie haben Ihr Leben und Ihre Balance in der Hand, lassen Sie sich Ihre eigenen Möglichkeiten nicht dadurch einschränken oder gar nehmen, indem Sie die Verantwortung für Ihr Leben anderen geben. Schwierige Zeiten sind Zeiten größerer Herausforderungen, aber wie immer hat es gerade in diesen Zeiten Menschen gegeben, die unglaublichen Erfolg realisiert haben. Schon Albert Schweitzer sagte „Die größte Entscheidung Deines Lebens liegt darin, dass Du Dein Leben ändern kannst, indem Du Deine Geisteshaltung änderst.“

Machen Sie es wie die Hummel in Abb. 10. Nehmen Sie Ihr Leben und Ihr Unternehmen in Ihre Hand. Erfolg ist machbar.

Resümee

Als Walt Disney seinen ersten Vergnügungspark plante, für dessen Realisierung er 650 Millionen Dollar benötigte, wiesen ihn 301 Banken ab. Erst die 302. Bank gab ihm das Geld. Hätte er nicht diese Konsequenz an den Tag gelegt, wäre Walt Disney damals nicht voll

dingungen, in denen Sie sich bewegen, können Sie nicht ändern, aber Sie können innerhalb dieser Rahmenbedingungen Ihren Erfolg maximieren. Schaffen Sie sich eine unternehmerische Basis, indem Sie Ihre Unternehmensphilosophie definieren, Ihre Unternehmensziele schriftlich fixieren, die geplanten Maßnahmen konsequent mit Ihrem Labor umsetzen, Ihre Ergebnisse zeitnah überprüfen und dabei selbst als Person nicht zu kurz kommen.

Sollten Sie noch Fragen oder Anregungen haben, nehmen Sie gerne Kontakt zu uns auf. Wir freuen uns darauf. Sie möchten unsere Unterstützung auf Ihrem Weg zum Erfolg? Rufen Sie uns an! ☎

ZT Adresse

Dipl.-Kff. Claudia Huhn  
C&T Huhn  
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

Uwe Heermann  
Unternehmerberatung  
Tel.: 0 24 55/39 88 13  
Fax: 0 24 55/39 88 14  
E-Mail: u.heermann@th-besserberaten.de  
www.th-besserberaten.de

Christian Thiesen  
Unternehmerberatung  
Tel.: 0 77 36/92 28 07  
Fax: 0 77 36/92 28 08  
E-Mail: c.thiesen@th-besserberaten.de  
www.th-besserberaten.de

ZT Kurzvita



**Diplom-Kauffrau/Pädagogin  
Claudia Huhn**

- Seit 1999 Trainerin, Beraterin und Coach für Dentallabore und Zahnarztpraxen
- Gründung des Trainings- und Coachingunternehmens C&T Huhn im Jahr 2003



**Zahntechniker  
Uwe Heermann**

- Seit 2000 im Bereich Labororganisation und -steuerung tätig
- Gründung der Unternehmerberatung Thiesen & Heermann im Jahr 2007



**Zahntechniker/Kaufmann  
Christian Thiesen**

- Seit 2001 im Bereich Labororganisation und -steuerung tätig
- Gründung der Unternehmerberatung Thiesen & Heermann im Jahr 2007

Das C&T Huhn-Team betreut Dentallabore umfassend im Bereich Vertrieb und Unternehmensführung, entwickelt Schritt für Schritt die notwendigen Fähigkeiten und Kernkompetenzen eines Dentallabores 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.

Die Unternehmerberatung Thiesen & Heermann unterstützt Dentallabore bei der wirtschaftlichen Planung. Sie erstellt individuell auf die Bedürfnisse eines Dentallabors zugeschnittene, praxisorientierte Controllingsysteme und begleitet ihre Kunden bei der Einführung und Umsetzung dieser Systeme in den Arbeitsalltag. Die Optimierung von Laborabläufen gehört ebenso selbstverständlich zu ihren Tätigkeitsfeldern wie eine anlassbezogene Maßnahmenplanung im Rahmen des Krisenmanagements.







# ZT TECHNIK

## Die neue Generation der instrumentellen Funktionsdiagnostik

Kunden und Mitarbeiter vieler zahntechnischer Laboratorien haben sich mit den Möglichkeiten der instrumentellen Funktionsdiagnostik für die Behandlung von CMD-Patienten auseinandergesetzt. Die DIR® System mbH & Co. KG bietet Zahnärzten und Zahntechnikern eine Weltneuheit auf diesem Sektor an.

Autorisierte DIR®-Fachlabore haben die Möglichkeit, mit interessierten Zahnärzten auf partnerschaftlicher Basis mit diesem System zu arbeiten. Die zielgerichtete Aus- und Weiterbildung durch eine Autorisierung – die durch Schulungen erreicht werden kann – trägt dazu bei, dass die Diagnose durch qualifizierte Zahnärzte erfolgt und mit dem autorisierten Zahntechniker fachlich perfekt umgesetzt werden kann. Das insbesondere auf Grundlage der Arbeiten von Gysi und McGrane entwickelte Verfahren zur Messung der Relation des Kauorgans wurde in den 80er- und 90er-Jahren des vergangenen Jahrhunderts von Priv.-Doz. Dr. Andreas Vogel weiterentwickelt. Dr. Vogel führte den –

zunächst in der Fachwelt stark umstrittenen – wissenschaftlichen Nachweis, dass

ANZEIGE



eine Störung des Kauapparats zu Folgeproblemen im gesamten physiologischen System führen kann. Auf dieser Grundlagenforschung aufbauend, gelang es der Zahnärztin Farina Blattner, die Methode der Aufzeich-

nung des gemessenen Drucks zu revolutionieren. Durch Technik und spezielle Materialien wurde es möglich, einen besonders kleinen und messgenauen Apparat zu entwickeln, der eine kompakte und praxistaugliche Anwendung im Alltag erlaubt (Abb. 1 und 2).

### Der „falsche Biss“ und die Symptome

Viele Patienten unserer Kunden klagen über Schmerzen, die sie nicht primär mit ihren Zähnen in Verbindung bringen. Die Muskeln unseres Kauorgans (Zähne und Kiefergelenke) sind mit der Nacken- und Wirbelsäulenmuskulatur verbunden. Darum steht auch der „fal-

sche Biss“ im Zusammenhang mit Symptomen, die über den Bereich des Kopfes hinausgehen. Massagen, Spritzen und Schmerzmittel bringen zwar eine gewisse Erleichterung, die eigentliche Ursache ist aber dadurch nicht geheilt. Die instrumentelle Funktionsdiagnostik mit dem DIR® System dient der Früherkennung von Störungen an Kiefergelenk und Zähnen. Die sogenannten funktionsanalytischen Leistungen sind jedoch nicht Bestandteil des Leistungskataloges der gesetzlichen Krankenkassen – aber für jeden Patienten wichtig, sinnvoll und erschwinglich.

Bis heute gab es zum Zwecke der Kieferrelationsbestimmung nicht „die“ allgemein akzeptierte Methode. Ver-

schiedene Techniken stehen mehr oder weniger gleichwertig nebeneinander. So obliegt es in erster Linie der persönlichen Präferenz des behandelnden Zahnarztes, welche Methode er bei seinen Patienten verwendet. Dabei benutzen Zahnärzte unterschiedliche Verfahren und Systeme, um Patienten eine ideale Bissposition zu geben. Viel bedeutsamer als die jeweils gewählte Registriertechnik ist für eine korrekte Kieferrelationsbestimmung ein perfektes Kausystem.

### DIR® System: Messverfahren zur medizinischen Diagnostik

Zur Diagnose und Funktionsanalyse von Dysfunktionen und Myoarthropathien des kranio-mandibulären Systems nutzen immer mehr unserer Zahnärzte das DIR® System, ein Messverfahren zur medizinischen Diagnostik sowie den damit verbundenen Service des Labors (Abb. 3–7). Das DIR® System ist eine computergesteuerte Registrierungsmethode mit den Vorteilen:

- Der Patient zeichnet seine Kaubewegungen und Okklusionsmuster ohne manuelle Steuerung durch den Behandler auf (computergesteuert).
- Die dynamische Aufzeichnung ist am Bildschirm erkennbar und erfolgt unter Einwirkung eines definierten Kaudruckes. Die ermittelte Aufzeichnung wird als Ist-Stellung gespeichert und diagnostisch ausgewertet.
- Der Patient wird in seine optimierte Soll-Stellung geführt und unter definierten Kaudruck eingestellt.
- Es folgt in der Regel eine DIR-Schiennen-therapie, bevor eine prothetische Versorgung daran anschließt.

Da wir als Zahntechniker keine Mediziner sind, muss festgehalten werden, dass ausschließlich der geschulte Zahnarzt die Verantwortung für die Diagnostik und die Umsetzung der Registriermethodik trägt. Wir sind ihm der technisch versierte Fachpartner für die Vorbereitung und Realisierung seiner Therapie und Berater für die weitere zahntechnische Umsetzung. Der Zahnarzt allein ist für alle möglichen Auswirkungen und zu treffenden Entscheidungen verantwortlich. Die Auswertung des Messprotokolls und die Festlegung der zentrischen Relation sind die bedeutenden medizinischen Leistungen, die nur vom Zahnarzt erbracht werden können und müssen (Abb. 8 und 9). Der Zahnarzt qualifiziert sich in Workshops, um eine einwandfreie Diagnostik zu erlernen. Das zahntechnische Labor liefert die Mittel zur Registrierung und leistet kooperative Unterstützung bei der technischen Umsetzung der DIR®-Vermessung. Zahntechniker dürfen keine Messungen selbstständig durchführen! (Abb. 10–12). Die neue DIR® System Software ist die Weiterentwicklung der instrumentellen Funktionsanalyse mithilfe eines elektronischen Stützstiftes, basierend auf sämtlichen medizinisch-wissenschaftlichen Nachweisen des Erfinders Priv.-Doz. Dr. Andreas Vogel. Damit ist es das einzige am Markt befindliche Messsystem, das den ursprünglichen Entwicklungsansatz zu 100 % nachweist und diesem entspricht. Die bereits 1990 vorgestellte Computer-variante eines Messsystems ist von der neuen (2005/06) entwickelten DIR® Software ersetzt und aufgrund neuer Parameter und Gerätekomponenten nicht miteinander vergleichbar. Das neue DIR® System für Funktionsdiagnostik bietet die Möglichkeit, Unterkieferposition und Unterkieferbewegung zu visualisieren, um unter Einsatz einer definierten Muskelkraft den Patienten in sein optimiertes Okklusionsfeld zu stellen (Abb. 13 und 14).

### ZT Info

Das DIR® System entspricht dem MPG und den europäischen Richtlinien für Medizinprodukte (zertifiziert nach Anhang IV 93/42 EWG). Interessierte Zahnärzte und Zahntechniker können bundesweit an Vortragsveranstaltungen, Workshops und Schulungen teilnehmen. Danach bietet die DIR® KG die Option zur Labor-Autorisierung an als Voraussetzung für die richtige Betreuung von DIR®-geschulten Zahnärzten. Weitere Schulungen und Workshops vermitteln optimale, therapeutische Konzepte bei der prothetischen Versorgung von Patienten. Das professionelle Marketing der DIR® System mbH & Co. KG unterstützt die autorisierten Laboratorien sowie die Zahnärzte bei der Aufklärung der Patienten und bei der Organisation der Workshops und Schulungen. Weitere Informationen und Unterlagen erhalten Sie direkt bei der DIR® System mbH & Co. KG bzw. unter [www.dir-system.de](http://www.dir-system.de).

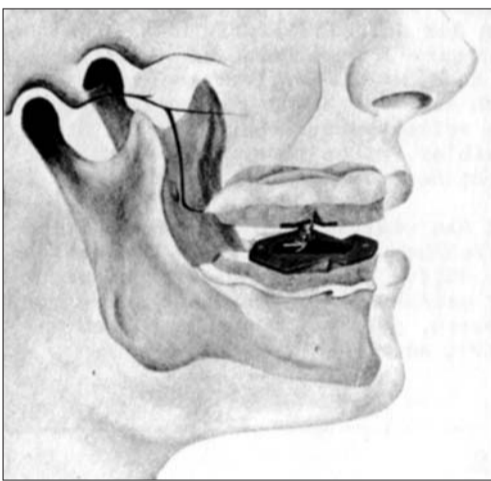


Abb. 1: Stützstiftschablone (Bildnachweis: Broschüre „Registriertechnik für Prothetik, Okklusionsdiagnostik, Okklusionstherapie“, Verf.: Dr. Prof. A. Gerber, Zürich, Schweiz).

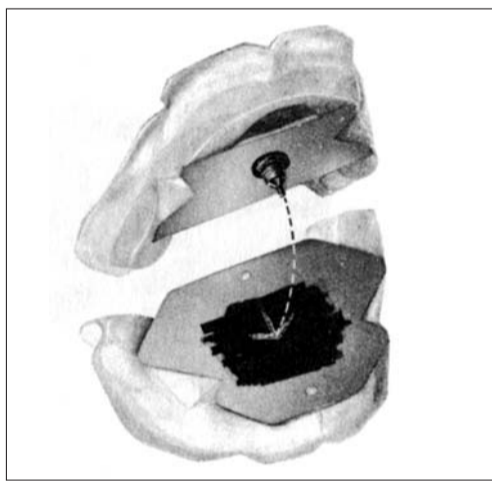


Abb. 2: Pfeilwinkeltechnik intraoral (Bildnachweis: Broschüre „Registriertechnik für Prothetik, Okklusionsdiagnostik, Okklusionstherapie“, Verf.: Dr. Prof. A. Gerber, Zürich, Schweiz).

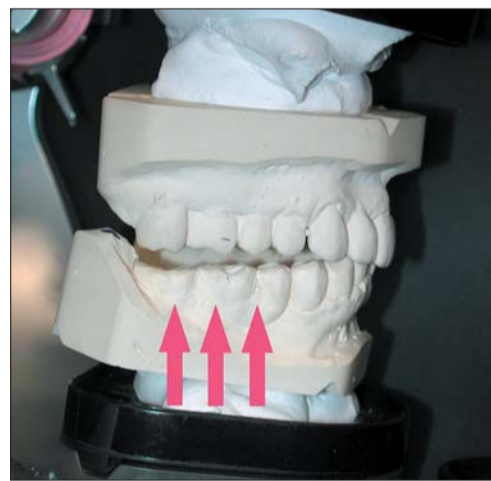


Abb. 3: Nach der DIR® System-Messung im Artikulator: linkslateral.



Abb. 4: Nach der DIR® System-Messung im Artikulator: rechtslateral.



Abb. 5: Nach der DIR® System-Messung im Artikulator: Protrusion.



Abb. 6: Definitive Versorgung nach DIR®-Messung.



Abb. 7: Definitive Versorgung nach DIR®-Messung.

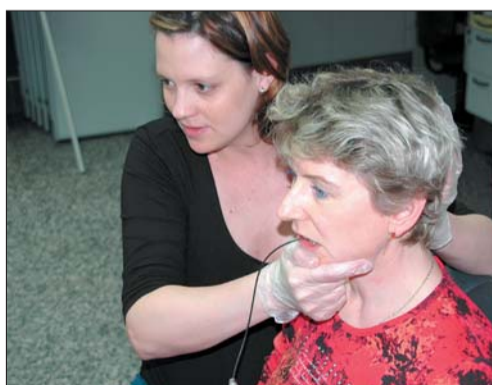


Abb. 8: Live-Messung beim Patienten durch Behandler/in.



Abb. 9: Laterotrusion des UK ohne Einwirkung der Behandler/in.



Abb. 10: DIR® System-Hilfsteile für Stützstift.

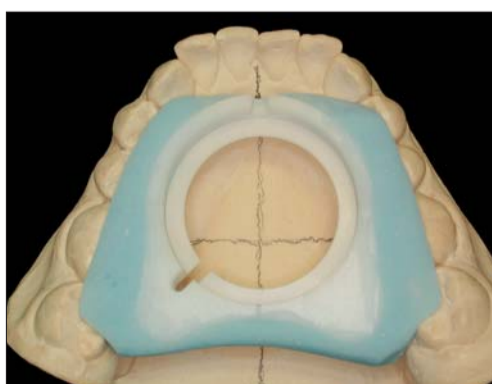


Abb. 11: UK-Schablone für Sensoraufnahme.



Abb. 12: OK-Schablone für Stützstiftaufnahme.





Abb. 13 und 14: Patientenfall: Überführung in eine definitive Restauration nach: 1. DIR® System-Messungen, 2. Schienentherapie, 3. Langzeitprovisorium (LZP).



Abb. 15: Der Sensor.



Abb. 16: Der Messverstärker.



Abb. 17: Der Kreuzmesstisch.

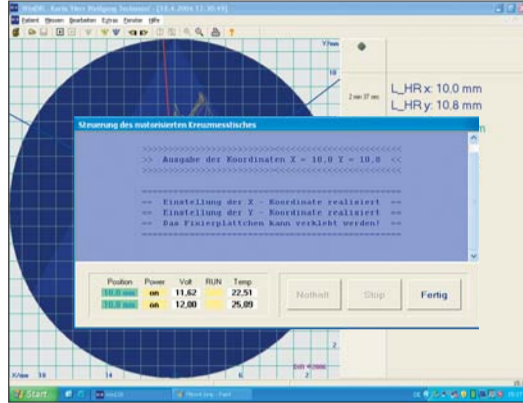


Abb. 18: Übertragung auf den Messtisch.

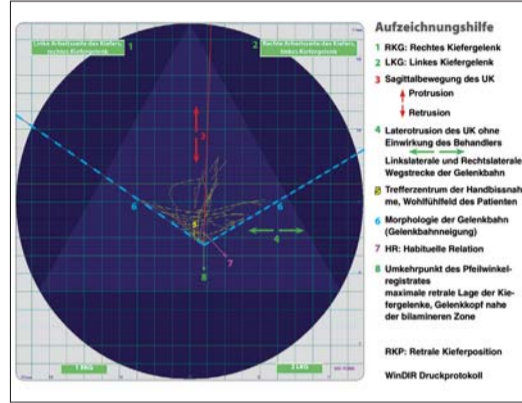


Abb. 19: Aufzeichnungshilfe.

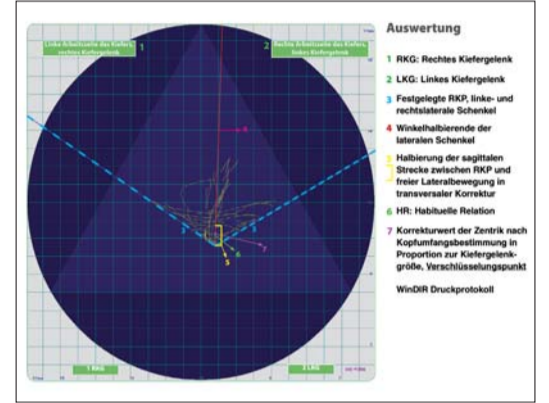


Abb. 20: Auswertung.

### Das Messsystem und die Aggregate im Überblick

Der „Sensor“ (Abb. 15) besteht aus einem Edelstahlgehäuse mit einem integrierten, hochsensiblen Messwerk. Dieses High-End-Messwerk ist in der Lage, Druck durch Unterkieferbewegung über einen Stützstift auf der Oberfläche aufzunehmen. Durch die Druckaufnahme entstehen mehrere Einzelkräfte, die gebündelt eine exakte Lagebestimmung des Unterkiefers durch Unterkieferbewegung (dynamisch) ermöglichen.

Dieser Sensor bietet eine sehr hohe Leistung sowie neuartige Parameter in der Diagnostik. Das Gehäuse ist wasser- und gasdicht. Sensorseitig befindet sich in einer speziellen Stecker-/Kabelkombination ein integrierter Identifikations-Chip, um Messdaten zu speichern.

In Kombination mit dem Sensor bildet der „Messverstärker“ (Abb. 16) das Herzstück

des Messsystems. Es handelt sich hierbei um einen mehrkanaligen Messverstärker zum Anschluss an DMS-Halbbrücken. Er dient der Wandlung und Aufbereitung der analogen Signale des mechanischen Messwertgebers (Kaudrucksensor) in digitale Messwertinformationen. Somit ist eine Darstellung der UK-Ist-Situation auf dem PC möglich. Zur Sicherheit wurde ein spannungsausfallsicherer Parameterspeicher in einem robusten Aluminiumgehäuse integriert, dessen Kontaktierung über hochwertige Steckverbinder erfolgt. Der Sensor wird mit der notwendigen Betriebsspannung versorgt. Die Sensorsignale werden verstärkt, gefiltert und durch einen Analog-Digital-Umsetzer in digitale Werte gewandelt. Diese Werte werden von einem Mikroprozessor verarbeitet und über die RS232-Schnittstelle an einen PC übertragen. Der Messverstärker DIR01 entspricht dem fortschrittlichsten Stand der Technik und bietet hohe Qualität sowie Funktionssicherheit. Der elektronische Kreuzmesstisch dient der Umsetzung der am PC ermittelten Soll-Position des Unterkiefers (Abb. 17 und 18).

Die Positioniereinheit übernimmt vom PC via USB-Schnittstelle die zuvor berechneten Koordinaten. Durch präzise schrittmotorgesteuerte XY-Verschiebetische werden in 80.000 Einzelschritten Genauigkeiten (Messtoleranzen) von < 10 Mikrometer erreicht. Die Schrittmotoren werden von hochleistungsfähigen Controllern angesteuert. Eine ständige Kommunikation zwischen Computer und Controller überwacht während des Bewegungsvorganges den Datenaustausch und übermittelt über Lichtsensoren gemessene Positionsabweichungen. Die Spannungsversorgung erfolgt durch ein medizinisches Netzteil, das in der Positioniereinheit integriert ist. Zu Beginn des Positionierprozesses fährt der Verschiebetisch zunächst den Fahrweg ab und begibt sich in die Ausgangsposition. Die Steuerung erfolgt elektronisch über die Software und schließt Bedienungsfehler durch manuelle Handhabung aus.

Ein Revolution-Sensor überwacht den Justierungsvorgang und kontrolliert den störungsfreien Lauf. Nach der

Initialisierung ist die Positioniereinheit betriebsbereit und kann die vom PC vorgege-

bene Position (UK-Soll-Steuerung) anfahren (Abb. 19 und 20).

Für die Unterstützung bedanken wir uns bei Zahnärztin Farina Blattner, Dr. Peter

Blattner, ZTM Thomas Clauß (Dotzauer Dental GmbH, Chemnitz).

### ZT Adresse

ZTM Wolfgang Arnold  
Bocholder Straße 5  
45355 Essen  
Tel.: 02 01/8 68 64-0  
Fax: 02 01/8 68 64-90

### ZT Kurzvita



#### ZTM Wolfgang Arnold

- 1975 Meisterschule Düsseldorf
- ab 1976 selbstständig als Zahn-techniker
- 1976–1990 Lehrtätigkeit im Freizeit-lehrgang, Leitung Meisterschule
- 1990 Gründungsmitglied des Fundamental Schulungszentrum in Essen, zunächst nur für Zahn-technik
- 1996 Erweiterung der Fortbildungen auf Zahnmedizin und Management
- Inhaber einiger Patente und Autor zahlreicher Veröffentlichungen

## Willkommen in der Lava™ Klasse.



### Ab jetzt haben Sie volle Gestaltungsfreiheit.

Ab Dezember 2006 haben Sie eine neue Option: einen hochpräzise arbeitenden Lava™ Scanner für Ihr Labor. Sie bestimmen das Design Ihrer Lava Kronen- und Brücken-gerüste, behalten die Wertschöpfung im Haus und sparen auch noch Zeit dabei. Und mit der elektronischen Datenübermittlung vollendet Ihr Lava Fräszentrum die Gerüstherstellung. Natürlich können Sie auch wie bisher den gesamten Fertigungsprozess an Ihr Lava Fräszentrum übertragen. Welchen Weg Sie auch immer bevorzugen – mit dem Lava System von 3M ESPE entscheiden Sie sich für Qualität, Präzision und Effizienz. 3M ESPE berät Sie gerne.

3M ESPE AG · ESPE Platz · 82229 Seebach · info@espe.com · Fax: 089 2757773

## Lava™ Scan ST



©2006. Alle Rechte vorbehalten. 3M ESPE und Lava sind Marken von 3M oder 3M ESPE AG.

ANZEIGE



# ZT PRODUKTE

## Isolieren in der Prothetik: einfach, zuverlässig und vielseitig

Die Günter Witt GmbH bietet mit dem neuen GW-sep ein vielseitiges Isoliermittel, das seinen Einsatz sowohl bei der Isolierung „Kunststoff-gegen-Gips“ als auch bei „Gips-gegen-Gips“ findet. Dabei garantiert der Hersteller neben einfacher Anwendung hervorragende Passgenauigkeit und detailgetreue Wiedergabe.

Mit dem neuen Gips-gegen-Gips Isoliermittel GW-sep aus dem Hause GünterWitt GmbH

stoff wieder problemlos getrennt werden kann. Die Oberfläche sollte zwar glatt sein –

lässige Trennen der Werkstücke und schützt die Materialien zugleich vor chemischen

absolut überzeugt von GW-sep.“ Dabei sorgt es für eine hervorragende Passgenauigkeit und eine detailgetreue Wiedergabe. Außerdem verhindert GW-sep unter anderem das Verblässen der Basisseiten von Prothesen und ist absolut einfach und zuverlässig im Laboralltag einsetzbar und damit für ein breites Einsatzspektrum ideal geeignet. Die denkbar einfache Anwendung bestätigt Gerd Mühling, „GW-sep wird auf das gewässerte, wenn möglich handwarme Modell mit einem Pinsel dünn aufgetragen. Dies kann auch ein zweites Mal wiederholt werden, ohne die Spaltbildung negativ zu beeinflussen. Nach Einziehen bzw. Abtrocknen von GW-sep kann sofort weitergearbeitet werden. Eine andere Vorgehensweise, die sich bei unbezahnnten Modellen empfiehlt, ist das komplette Übergießen des Modells, um es nach circa drei Minuten unter fließendem Wasser leicht abzuspülen. Das Modell sollte danach unbedingt hochkant zum Trocknen aufgestellt

werden, damit das Wasser ablaufen kann.“ GW-sep ist ein auf Alginat ba-

für die Isolierung der Gipsbasis bei Arbeitsmodellen in der Kronen- und Brückentechnik eingesetzt werden. Es verhindert hier das Ankleben der Verblendkunststoffe auf der Gipsbasis oder versiegelt Basisteile von Gipsmodellen, bei denen die Keramikmasse geschichtet wird. Übermäßigem Eindringen der öligen Keramikisolation und dem Absaugen der Flüssigkeit aus der Keramikmasse durch das Gipsmodell wird so vorgebeugt. Mit seinem sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis überzeugt das hitzeresistente Isoliermittel. Es bleibt formstabil bis eine Temperatur von 100 °C erreicht wird. GW-sep ist für das SR Ivocap High Impact System geeignet. Testen Sie GW-sep unverbindlich und fordern Sie jetzt Ihre 20-ml-Gratisprobe bei der unten befindlichen Adresse an. **ZT**



Einpinseln.



Einpinseln.



Trocknung.



Mit Wasser abspülen.



Fertige Ober- und Unterkieferprothese.



Fertige Unterkieferprothese.

wird das Isolieren zum Kinderspiel. Das Isolieren dient in der Prothetik vornehmlich dem Zweck, Werkstoffe zu beschichten, sodass keinerlei Flüssigkeiten eindringen können und z. B. nach dem Aufbringen eines neuen Werkstoffes dieser vom Trägerwerk-

jedoch ohne Filmbildung. Ferner muss die Isolierung einen zuverlässigen Schutz vor dem Eindringen von Kunststoffmonomeren bieten bzw. den Verlust von Monomer im noch flüssigen Kunststoff verhindern. Das neue Isoliermittel GW-sep ermöglicht das zuver-

und physikalischen Veränderungen. Zahntechnikermeister Gerd Mühling vom Zahntechnischen Labor Mühling in Murg hat bereits die Gelegenheit genutzt und GW-sep selbst getestet und kommt zu folgendem Ergebnis: „Nach eingehender Prüfung bin ich

ANZEIGE

**Zirkon?**  
Aber günstig!  
www.fraeszentrum-unna.de

sierendes und vielseitig anwendbares Isolationsmittel und daher auch in Drucktöpfen sowie Presssystemen, geeignet für Heiß- und Kaltpolymerisate, und sogar als Gips-gegen-Gips-Isolierung einsetzbar. So kann es auch

schichtet wird. Übermäßigem Eindringen der öligen Keramikisolation und dem Absaugen der Flüssigkeit aus der Keramikmasse durch das Gipsmodell wird so vorgebeugt. Mit seinem sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis überzeugt das hitzeresistente Isoliermittel. Es bleibt formstabil bis eine Temperatur von 100 °C erreicht wird. GW-sep ist für das SR Ivocap High Impact System geeignet. Testen Sie GW-sep unverbindlich und fordern Sie jetzt Ihre 20-ml-Gratisprobe bei der unten befindlichen Adresse an. **ZT**



Das neue Isoliermittel GW-sep in der 500-ml-Flasche.

ANZEIGE

Zahntechnische Produkte

IDS 2007 Halle 10.1 Stand Nr. E 101 E 11

...das komplette Programm

Umfassendes Produktangebot  
Überdurchschnittliche Qualität zu fairen Preisen

**NEU!** Das Interaktive Nachschlagewerk für die Zahntechnik

www.remanium-kompandium.de

**D** DENTAURUM

Telefon: 01 77 22 91 20 00 | Fax: 01 77 22 91 20 00 | E-Mail: info@dentaurum.de

## Höchstleistungen für das Dentallabor

Mit dem elektrischen Mikrometer Ultimate 450 bietet das Unternehmen NSK Leistungskraft und optimale Laufruhe für das Dentallabor.

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 1.000–35.000/min. Der Mikromotor bietet Höchstleistung, das heißt maximale Leistung von 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 nachgewiesen. Der hermetisch abgekapselte und bürstenlose Motor reduziert den Geräuschspektrum und Springen des Bohrers wurden eliminiert. Hierdurch ist ein präziseres Schneiden und Polieren möglich. Der Ultimate 450 Mikroprozessor verfügt über eine Eigen-diagnosefunktion und ein Fehlercode-Display. Der 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**



Ultimate 450 als handliche Desk-Top-Ausführung.

gel 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. Das Zusammenspiel von Mikroprozessor und Mikromotor bietet optimale Laufruhe, selbst beim Schneiden der unterschiedlichsten Materialien. Zittern

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



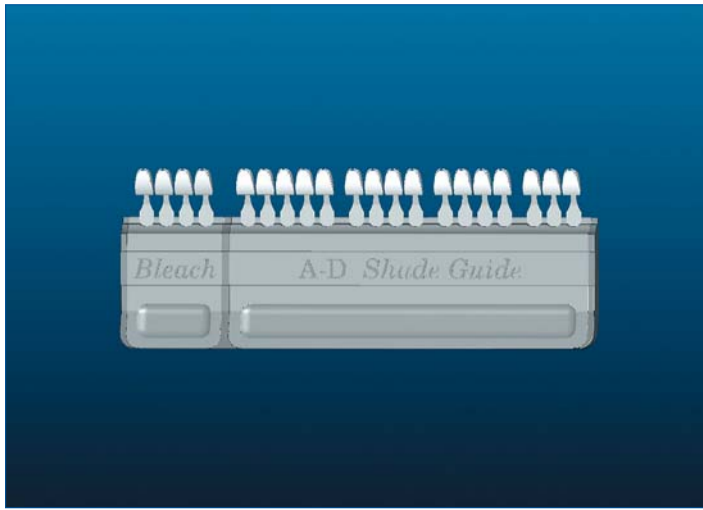
## Neuer Farbschlüssel mit bewährten A-D-Farben

Neuheit zur IDS 2007: Eine Arbeitsgemeinschaft der Hersteller DeguDent, Heraeus Kulzer, Ivoclar Vivadent, Merz und WIELAND Dental+Technik hat gemeinsam den Farbmusterring „A-D Shadeguide“ entwickelt.

Der Farbkommunikation zwischen Zahnarzt und Zahntechniker kommt eine zentrale Bedeutung zu. Nur ein zuverlässiger und bewährter Schlüssel kann diese wichtige Aufgabe erfüllen. Millionen von Zahnärzten und Labors in aller Welt haben sich in den letzten Jahren für den Farbring mit den Farben A1 bis D4 entschieden. Viele industrielle Hersteller von Verblendkeramiken, Verblendkunststoffen, künstlichen Zähnen und Füllungsmaterialien haben dem Markt Rechnung getragen und die-

hat viele Vorteile für Zahnärzte und Labore: Sie sind beispielsweise nicht gezwungen, sich bei ihrer Materialwahl auf einen einzigen Hersteller festzulegen.

Um den Farbstandard auf Dauer herstellerunabhängig zu erhalten, haben sich die Industrieunternehmen DeguDent, Heraeus Kulzer, Ivoclar Vivadent, Merz und WIELAND Dental+Technik dazu entschlossen, zukünftig gemeinsam die Versorgung mit Farbmusterringen für Zahnärzte und Zahntechniker zu gewährleisten.



Eine Kooperation großer Dentalhersteller setzt einen Standard: A-D Shadeguide.



Fünf Firmen, ein Standard: (v.l.n.r.) Torsten Schwafert (DeguDent), Dr. Peter Dziuron (Merz Dental), Dr. Roland Richter (Heraeus Kulzer), Dr. Dietmar Krampe (WIELAND Dental+Technik), Max Sturm (Ivoclar Vivadent).

sen anwenderfreundlichen Farbstandard auch bei ihren Produkten eingeführt. Dies

Diese neu gegründete, für alle Dentalhersteller offene Arbeitsgemeinschaft „Arbeits-

gemeinschaft A-D Shadeguide“ hat zum Ziel, mit einem etablierten Farbstandard – ähnlich der aus anderen Bereichen bekannten DIN-Vorschriften – die tägliche Arbeit von Zahnärzten und Zahn Technikern auch in Zukunft sicherer und damit wirtschaftlicher zu gestalten. Dieser gemeinsame Standard wird von allen beteiligten Unternehmen konsequent in den jeweiligen Produktprogrammen umgesetzt werden. Unter dem Namen „A-D Shadeguide“ wird der Farbring erstmals auf der IDS 2007 in Köln von den genannten Unternehmen präsentiert und Ende des Jahres erhält-

lich sein. Das bewährte Farbkommunikationstool in neuer Aufmachung enthält zusätzlich zu den bekannten 16 Farben der A-D-Farbskala optional vier neue Bleachfarben (BL1-BL4), welche auf einem eigenem Farbringmodul erhältlich sind. **ZT**

### ZT Adresse

Arbeitsgemeinschaft  
A-D Shadeguide  
Postfach  
8602 Wangen/ZH  
Schweiz  
www.a-dshadeguide.de  
(erst zur IDS online)

## Beim Sintern schrumpfungsfrei!

Nach zeitintensiver Forschung und Entwicklung ist nun KaVos einzigartige Keramik HPC erhältlich.

Die Everest HPC (High Performance Ceramic) Blanks bieten eine günstige und gende Biokompatibilität, eine stabile Biegefestigkeit von 340 MPa, eine herausragende Haltbarkeit sowie die Möglichkeit zur konventionellen Befestigung und der Stufen- und Hohlkehlenpräparation. Es ist ab sofort erhältlich. **ZT**

Die Everest HPC (High Performance Ceramic) Blanks bieten eine günstige und gende Biokompatibilität, eine stabile Biegefestigkeit von 340 MPa, eine herausragende Haltbarkeit sowie die Möglichkeit zur konventionellen Befestigung und der Stufen- und Hohlkehlenpräparation. Es ist ab sofort erhältlich. **ZT**

gungsfreie Zirkonsilikatkeramik wird in nicht vorgesintertem, weichen Zustand gefräst. Da die HPC Blanks keiner Sinterschrumpfung unterliegen, können Vollkronen noch im ungesinterten Zustand im Artikulator auf ihre Funktion geprüft und ohne große Anstrengungen korrigiert werden. Auch nach dem Sintern über Nacht bei ca. 1.500 °C bleiben die Kontaktpunkte erhalten. Die HPC Blanks sind im ungesinterten Zustand schwarz und erhalten ihre endgültige weiße Farbe erst nach dem Sintervorgang. Die fertigen, weißen Arbeiten können nach dem Sintern in unterschiedlichen Farben individuell bemalt und charakterisiert werden. Everest HPC zeichnet sich aus durch eine hervorra-



KaVos neue Everest HPC Blanks können ungesintert korrigiert werden und erhalten erst durchs Sintern ihre weiße Farbe.

### ZT Adresse

KaVo Dental GmbH  
Bismarckring 39  
88400 Biberach/Riß  
Tel.: 0 73 51/56-0  
Fax: 0 73 51/56-14 88  
E-Mail: info@kavo.com  
www.kavo.com

ANZEIGE

# NEU

mehr Ideen - weniger Aufwand

Industriestraße 14 • 59085 Hagen  
Tel.: +49 (0) 2381 8081-0 • Fax: +49 (0) 2381 8081-18  
info@microtec-dental.de • www.microtec-dental.de

## Snap-in

rastendes Halteelement für Teleskop- und Konuskronen

### Snap-in - die Vorteile:

- keine teuren HSL-Teile, daher sehr kostengünstig
- einfache und problemlose Klemm-Montage ohne zu kleben
- fixierter Sitz des Snap-in, daher keine Eigenbewegung der Prothese
- keine Verkantungsgefahr
- Snap-in - ein solides Halteelement aus Titan und Kunststoff



Snap-in...

...ein spürbares Sicherheitsgefühl



Indikation:

- Teleskopkronen
- Konuskronen
- implantatgetragene Stegkonstruktionen



Weitere Infos anfordern unter der kostenlosen Hotline (0900) 890 4 880



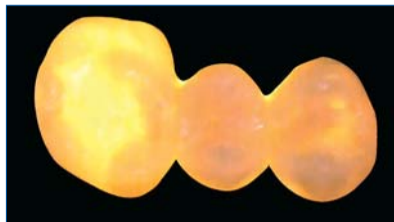
## Wirtschaftliche Keramiklösung zur IDS

Computermodulation ist im Kommen. Vollkeramik ebenso. Das Bremer Dentalunternehmen BEGO verbindet Verfahren und Material und bringt zur Internationalen Dental-Schau eine Komplettlösung auf den Markt: BeCe CAD Zirkon. Der neuartige Gerüstwerkstoff für das CAD/CAM-Verfahren soll Vollkeramiken rentabler machen.

Auf Patientenseite geht der Trend zur ästhetisch gehobenen Vollkeramik. Zahntechniker bekommen diesen Mehraufwand jedoch immer seltener honoriert. Diesem Dilemma will BEGO nun mit BeCe CAD Zirkon, seiner jüngsten Innovation, begegnen. Dabei handelt es sich um ein Produkt, das der Branche automatisch individuelle Vollkeramikgerüste auf ästhetisch höchstem Niveau liefert. „BeCe CAD Zirkon ist ein neuartiges vollkeramisches Material gepaart mit innovativer Verfahrenstechnik“, so Christoph Weiss, geschäftsführender Gesellschafter der BEGO. „Damit stellen wir individuelle Gerüste für viele vollkeramische Restaurationen her.“ In den Dentallaboren können diese Gerüste dann mit allen markt gängigen Zirkonoxidkeramiken verblendet werden. „Unsere Kunden können durch dieses Outsourcing-Konzept zeitgemäße und wirtschaftliche Vollkeramiken anbieten.“

ähnelt stärker dem Erscheinungsbild von echten Zähnen als das bislang bei Zirkonoxid der Fall war: „Durch unser kalisostatisches Pressverfahren fügen sich die einzelnen Moleküle in ein exaktes System“, erklärt Axel Klarmer, Vertriebsleiter von BEGO Medical. „Struktur, Farbspiel und Reflexion sind bei BeCe CAD Zirkon daher ähnlich wie bei natürlichen Zähnen.“ Die homogene Molekülstruktur sorgt zudem für ein hohes Maß an Stabilität und gute Verarbeitungseigenschaften. Fein auslaufende Kronenränder lassen sich so noch präziser fräsen. Dank des hauseigenen CAD/CAM-Verfahrens kann BEGO Gerüste für eine große Bandbreite an Indikationen vollautomatisch herstellen. Klarmer erklärt weiter, dass im Dentallabor die Daten mit dem BEGO Medical Scanner ermittelt, bearbeitet und zu uns geschickt werden. Die Gerüste werden gefräst und nach nur

etwas manuell herstellen, was automatisch rentabler ist?“



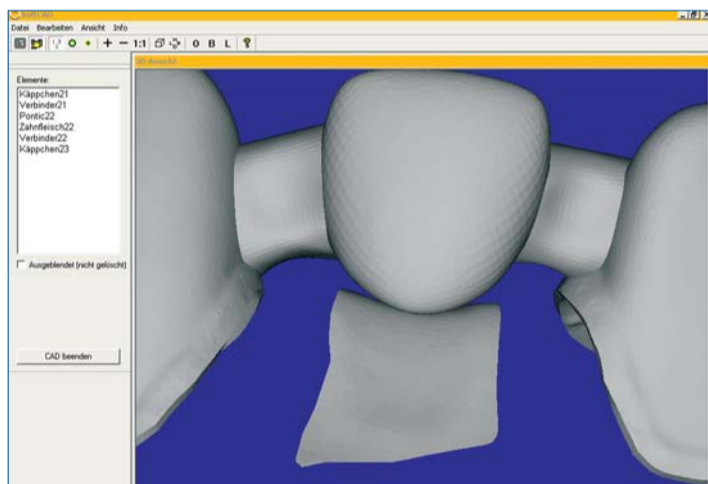
Sichtbar transparenter: BeCe CAD Zirkon weist eine einzigartige Dichte an feinsten Nanopartikeln auf.

### Garantierte Sicherheit

BEGO ist von der Qualität seines neuen Produkts überzeugt. So sind alle Arbeiten aus BeCe CAD Zirkon in Deutschland und Teilen von Europa automatisch fünf Jahre lang durch DentProtect, die Zahnersatzversicherung von BEGO, abgesichert. Während dieser Zeit kommt das Unternehmen für alle Kosten auf, die durch Reparaturen oder Neuanfertigungen anfallen und nicht durch die Krankenversicherung getragen werden. Abgedeckt sind also der Eigenanteil des Patienten, das Honorar des Zahnarztes und die Laborkosten inklusive keramischer Verblendungen. Eine Karenzzeit, wie bei anderen Anbietern üblich, entfällt. Mit BeCe CAD Zirkon möchte BEGO seinen Kunden den Weg in die wirtschaftliche CAD/CAM-Technologie ebnen. „Wir haben viel Forschung und Entwicklungsarbeit betrieben, um unseren Kunden ein innovatives Produkt mit echtem Mehrwert anbieten zu können“, sagt Christoph Weiss. „Herausgekommen ist vollkeramisches Rundum-Sorglos-Paket“. Auf der diesjährigen IDS vom 20. bis 24. März stellt BEGO die neue Technologie vor – in Halle 10.2, Stand M020. **ZT**

### ZT Adresse

BEGO Medical GmbH  
Wilhelm-Herbst-Straße 1  
28359 Bremen  
Tel.: 04 21/20 28-1 68  
Fax: 04 21/20 28-1 74  
E-Mail: info@bego-medical.de  
www.bego.com



Der optimale Verbinder.

### Unerreichte Qualität

Auch qualitativ sind die Gerüste in einigen Belangen unerreichbar. Durch ein optimiertes Herstellungsverfahren weist BeCe CAD Zirkon eine einzigartige Dichte an feinsten Nanopartikeln auf und ist somit sichtbar transparenter als alle anderen auf dem Markt befindlichen Zirkonoxidkeramiken. Die Farbgebung der Gerüste

zwei bis vier Tagen erhält der Kunde passgenaue Umsetzungen seiner Modulationen zur Verblendung. Diese Methode ermöglicht ein besseres Preis-Leistungs-Verhältnis als das bisher bei Vollkeramik der Fall war. „Dentaltechniker erhöhen durch Outsourcing ihre Rentabilität und erschließen sich neue wirtschaftliche Potenziale“, erläutert Weiss – und fügt hinzu: „Warum soll man

## Die Hygieneschleuse fürs Dentallabor

picodent bietet ein umfassendes Starterset für optimale Desinfektion im Labor.

Mit dem neuen „picodent Starterset Desinfektion“ bietet picodent alle Produkte an,



Das Komplettprogramm für umfassende Hygiene im Dentallabor.

die das moderne Dentallabor für eine optimale Hygieneschleuse benötigt. Die picodent® Tauchdesinfektion ist für alle Abformmassen geeignet und zeigt sich sehr wirtschaftlich in der Ver-

arbeitung. So ergibt ein Liter des Konzentrats 50 Liter Desinfektionsflüssigkeit. Nach einer Einwirkzeit von zehn Minuten ist die Abformung desinfiziert und kann abgespült werden, um mit Gips ausgegossen zu werden. Eine besonders schnelle Einwirkzeit – nämlich nur eine Minute – enthält das Set ebenso. In der praktischen 500-ml-Sprühflasche garantiert picoseptol bei besonders eiligen Reparaturen eine schnelle Desinfektion und somit auch eine rasche Weiterbearbeitung der Abformungen. Abgerundet wird das Set durch eine Tauch-

wanne mit Sieb und Deckel, einer Handpflege- und Handwaschlotion und auch der beiliegende Hygieneplan darf in keinem Labor fehlen. Das picodent Starterset Desinfektion wird zum attraktiven Aktionspreis angeboten. Weitere Informationen sind unter [www.picodent.de](http://www.picodent.de) zu finden oder gern telefonisch abzurufen: 0 22 67/65 80-0. **ZT**

### ZT Adresse

picodent  
Dental-Produktions- und  
Vertriebs GmbH  
Lüdenschneider Str. 24–26  
51688 Wipperfurth  
Tel.: 0 22 67/65 80-0  
Fax: 0 22 67/65 80-30  
E-Mail: picodent@picodent.de  
www.picodent.de

## Mehr Lebendigkeit in der roten Ästhetik

Das Initial Gum Shades Set für Metall- und Zirkonkeramik von GC Germany verspricht Zahnfleischreproduktionen im Einklang mit der natürlichen Gingiva.

Keine weiße Ästhetik ohne rote Ästhetik, keine Harmonie zwischen restauriertem Zahn und Gingiva ohne ein stimmiges Farbkonzept. Damit Zahnfleischrestaurationen mit GC Initial noch ästhetischer und natürlicher gelingen, ergänzt GC EUROPE jetzt seine modular aufgebaute Keramiklinie um hochwertige Gingivafarben für die Metall- und die Zirkonkeramik. Die neuen Zusatzsets GC Initial MC bzw. GC Initial Zr Gum Shades erfüllen alle

jetzt drei anwenderfreundliche GC Initial Gum Shades Sets entwickelt. Die neuen zahnfleischfarbenen Massen

mischbaren und exakt modellierbaren Gingivafarbmassen kann jedes noch so spezifische Zahnfleischmerkmal perfekt nachgeahmt werden. Dabei können die einzelnen Schritte analog zur Verblendtechnik bequem auf die unterschiedlichen Brände verteilt werden – je nach Indikation und persönlicher Arbeitsweise. Das neue GC Initial MC Gum Shade Set ist ab sofort in zwei Variationen mit Pasten- oder Puderopaker und jeweils den



Das GC Initial Gum Shades Set ist mit Pasten- oder Puderopaker erhältlich.

Anforderungen an hoch ästhetische Zahnfleischreproduktionen – für natürlich schöne Übergänge zur Gingiva und grenzenlose Kreativität. Seitdem die Nachfrage nach ästhetischen implantatgetragenen Suprakonstruktionen beständig steigt, wächst auch der Wunsch beim Zahntechniker nach individuell charakterisierbaren Weichgewebzonen aus Keramik. Um das einzigartige Farbsystem von GC Initial zu erweitern und dem Zahntechniker einen naturalen Übergang vom Kronenrandbereich zur Gingiva zu ermöglichen, hat die Dental Care Company

für die Metall- und die Zirkonkeramik sind speziell auf Indikationen in den Bereichen Suprakonstruktionen, Kronen- und Brückentechnik sowie partielle Prothetik abgestimmt; sie folgen dabei dem bewährten GC Initial-Konzept: „Ein Farbsystem – eine Schichttechnik“.

### Nahtlose Übergänge – natürliche Harmonie

Ob für ausgedehnte Restaurationen in der Umschlagfalte, Lippenbändchen oder zur Nachahmung schwach durchbluteter Stellen: Mit den fünf untereinander

light, base dark, intensive violet, intensive cream und intensive red erhältlich. Das GC Initial Zr Gum Shade Set enthält anstelle der Opakermasse den Zr Frame Modifier FM-5. Selbstverständlich sind alle Zahnfleischmassen auch einzeln verfügbar. **ZT**

### ZT Adresse

GC Germany GmbH  
Paul-Gerhardt-Allee 50  
81245 München  
Tel.: 0 89/89 66 74-0  
Fax: 0 89/89 66 74-29  
E-Mail: info@gcgermany.de  
www.germany.gcgermany.com

## Information für Präzision & Effizienz

Das neue technische Datenblatt zum berührungslosen 3-D-Scanner Lava™ Scan ST von 3M ESPE bietet Zahn Technikern hilfreiche Zusatzinformationen.

Bislang stand immer das Lava™-Outsourcing-Modell Pate, wenn es darum ging, wie Dentallabore auch ohne eigene Investition an der zukunftsweisenden CAD/CAM-Technologie teilnehmen können. Doch seit der Einführung des neuen Scanners Lava™ Scan ST durch 3M ESPE profitieren zusätzlich auch Zahn Techniker von Lava™, die mehr Wert auf eigene Kontrolle über den Fertigungsprozess legen.

Jetzt hat 3M ESPE ein technisches Datenblatt herausgegeben, das das Arbeitsprinzip des berührungslosen 3-D-Scanners beschreibt und erklärt, wie Scan ST in das Lava™-CAD/CAM-System aus Fräseinheit Lava™ Form, dem Sinterofen Lava™ Therm und den abgestimmten Lava™-Frames und der Verblendkeramik Lava™-Ceram eingebettet ist.

Der neue Lava™ Scan ST projiziert ein Streifenmuster auf die Oberfläche des Gipsmodells und nimmt es mit einer Videokamera aus verschiedenen Winkeln auf. Dabei misst Scan ST mehr Daten in kürzerer Zeit als seine Vorgänger, arbeitet präziser und erreicht einen präziseren

Randschluss als andere führende Anbieter mit ihren



Der neue Lava™ Scan ST Scanner aus dem Hause 3M ESPE.

CAD/CAM-Systemen. Die durchschnittliche Scanzzeit beträgt mit dem Scan ST jetzt nicht mal mehr zwei Minuten für eine dreigliedrige Brücke. Daneben kann man mit Scan ST jetzt auch langspannige Brücken bis zu sechs Gliedern digitalisieren.

„Natürlich können Labore auch weiterhin den Fertigungsprozess ihrer Gerüste an ein Fräszentrum übertragen. Dabei fallen nicht einmal Kosten für Hard- oder Software an“, sagt Dr. Ing. Daniel Suttor, bei 3M ESPE verantwortlich für Lava™, „doch ob mit oder ohne eigenem Scanner – Lava bietet immer Qualität, Präzision und Effizienz.“

Das technische Datenblatt kann kostenlos bestellt werden unter Telefon (0800) 2 75 37 73. Mehr als 2.000 Dentalprodukte für die Zahnmedizin und Zahntechnik entwickelt, produziert und vertreibt die in Seefeld bei München ansässige 3M ESPE AG. Weltweit bietet sie den Zahnärzten und Zahn Technikern auf der Basis von innovativen 3M Technologien eine breite Palette hochwertiger Materialien und Systeme. **ZT**

### ZT Adresse

3M ESPE AG  
ESPE Platz  
82229 Seefeld  
E-Mail: info@3mespe.com  
FreeCall: 0800/2 75 37 73  
FreeFax: 0800/3 29 37 73  
www.3mespe.com



# ZT SERVICE

## Jetzt schlägt's 13 – Marketing-Kongress 2007 in Frankfurt am Main

Bereits zum 13. Mal veranstaltete die Firma DeguDent vom 19.–20.01.07 ihr Marketing-Seminar. Unter dem Motto „TOP 13 Selbst Bewusstsein“ fanden sich 13 Top-Referenten ein, um den gut 800 Teilnehmern im Frankfurter Maritim Hotel viele Strategien mit auf den Weg zu geben. Es berichtet ZT Matthias Ernst.

Traditionell begann die Veranstaltung mit dem Pre-Kongress.

Die diesjährigen Referate in diesem Vorkongress waren eindeutig zweigeteilt. Nachdem immer mehr Zahnärzte teilweise von ihren Laboren mitgenommen werden, teils selbst auf die Veranstaltung aufmerksam geworden sind, trug das Veranstaltungsteam um Andreas Maier diesem Umstand Rechnung, indem es spezielle Vorträge für Zahnärzte anbot. Natürlich ist die Frage der Positionierung bei beiden Berufsgruppen mehr denn je gefragt. Michaela Arends, gelernte ZMV und weitergebildete Gesundheitsökonomin, die gemeinsam mit Jochen Engeland eine Beratungsfirma für Praxen gegründet hat, stellte dabei die provokative These auf: „Nicht Können ist der Vorwand, nicht Wollen ist der Grund.“ So sollten die Teilnehmer wachgerüttelt werden und auch die anderen Referenten Christa Maurer, Peter Foth, Rüdiger Trusch und Jochen Engeland traten als Mutmacher auf, denn die beste Zeit etwas im Alltag zu verändern, ist gerade jetzt, so Rüdiger Trusch. Eine für Deutschland vollkommen neue Idee stellte Carsten Fischer vor: den mobilen Arbeitsplatz inklusive Cercon-Scan-Einheit. In ländlichen Bereichen oder in Flächenstaaten sei das gerade für junge Kollegen eine Chance.

So vorbereitet ging es dann zum eigentlichen Kongress. Begrüßt wurden die Teilnehmer im eng bestuhnten Kongresssaal von Dr. Alexander Völcker, Geschäftsführer der DeguDent Deutschland. Er brachte es gleich auf den Punkt: Wenn die Teilnehmer erfolgreich und sich ihrer selbst bewusst sind, dann hat auch die Industrie wieder mehr Chancen in Deutschland.

Wie man im Hochpreisland Deutschland Erfolg haben kann, brachte Wolfgang Grupp, Inhaber der Firma Trigema, nach einer kurzen Einführung von Moderatorin Gisa Bergmann auf den Punkt: „Der Standort Deutschland ist besser als sein Ruf.“ Mit seiner Firma habe er gezeigt, wie man in der Haifischbranche Bekleidung mit klaren Vorgaben, einem marktgerechten Sortiment und einer straffen Organisation gut überleben kann. An seinem Standort Burladingen habe es in den 1970er-Jahren noch 26 Textilbetriebe gegeben, heute existiere bloß noch einer, die Firma Trigema. Er habe überlebt, weil er als Unternehmer im wörtlichen Sinne gehandelt habe. Eine schlanke Verwaltung mit nur 32 Mitarbeitern bei insgesamt 1.200 Angestellten spricht eine deutliche Sprache. So seien die Entscheidungswege kurz und man könne schnell

auf Veränderungen am Markt reagieren. „Während andere noch diskutieren, handeln wir schon“, führte Grupp aus. Der nächste Dinner-Redner, Peter Hahne, bekannt als Fernsehmann und Buchautor,

von, dass Deutschland das Land mit den verpassten Chancen sei und dass jeder seine Chancen künftig nutzen solle.

Er gab den Referentenstab gleich an Prof. Dr. Dr. Man-

schaften in Hamburg vor. Sicherlich wäre es schön, wenn alle Menschen in Harmonie leben würden, so Weidner, „aber – wäre das Leben dann nicht langweilig?“ Er forderte dazu auf, auch mal

nicht auf einem Marketing-Kongress.

Aus dieser sphärischen Welt zurück auf den Boden der Tatsachen führte Prof. Dr. Hans Küng, bekannt als kritischer Beobachter der katholischen

sen Zeit geben könne. Für eine Gesellschaft sei das ethische Fundament von größter Bedeutung, sonst sei diese vom Untergang bedroht. Plastisch ausgedrückt, so Prof. Küng, müsse man Europa eine Seele geben. Dabei seien transkulturelle Normen die Lösung.

Zum Abschluss dankte Torsten Schwafert den Referenten, allen Teilnehmern und der Organisation. Er gab den Rat, Veränderungen zu Chancen zu machen und zog ein Resümee: „Nur wer sich verändert, bleibt.“

Diese Veränderung spürt man jährlich beim Marketing-Kongress der Firma DeguDent, und allein deshalb lohnt es sich, im nächsten Jahr wiederzukommen, um diese Veränderungen live zu erleben. Also dann bis Januar 2008, wenn das Team um Andreas Maier wieder ein tolles Paket geschnürt haben wird. ☒



Torsten Schwafert, Leiter Vertrieb und Marketing bei DeguDent



Moderatorin Gisa Bergmann



Dirigent und Manager Christian Gansch

ging auf die gesellschaftlichen Probleme in Deutschland im Speziellen ein und provozierte mit der Aussage: „Zukunft ist Herkunft, wenn wir uns an unsere Herkunft nicht mehr erinnern, haben wir keine Zukunft.“ Er mahnte damit den allgemeinen Werteverfall an, der immer mehr zutage trete, vor allem wenn man sich der Tatsache bewusst werde, „dass die Jugend sich an wahren Auto-

fred Spitzer von der Uni Ulm weiter. Als Leiter der psychiatrischen Klinik und ausgewiesener Spezialist der Hirn- und Wahrnehmungsforschung stellte dieser die These auf: „Wer sein Gehirn kennt, ist sein Meister.“ Welche Wege dazu notwendig sind, legte er anschaulich dar. Das Gehirn sei sehr wohl beeinflussbar und manchmal sei es sogar besser, eine Entscheidung nicht durch langes

Aggressionen herauszulassen, aber nur vor demjenigen, den sie auch betreffe. Eine gesunde Mischung von 80% geliebt werden und von 20% Aggression führe am ehesten zu einem positiven Erscheinungsbild und zu mehr Erfolg im Job.

Ebenso positive Tipps fürs Leben brachte Sabine Asgodom, Trainerin und Coach aus München. In der heutigen Zeit komme es immer mehr darauf an, wie wir uns verkaufen bzw. darstellen und nicht mehr so sehr darauf, was wir wirklich können. Die Außendarstellung nehme einen immer breiteren Raum ein. Der Verkauf laufe heutzutage weniger über das Produkt, sondern viel mehr über Sympathien. Es sei wichtig, seine Fähigkeiten und Leistungen richtig zu kommunizieren, damit der Erfolg auch langfristig anhalte. Nur davon zu träumen, „dass man Chinese sein müsste, um Erfolg zu haben“, helfe im Alltag nicht weiter. Nur wer seine Kunden liebe, könne auch dauerhaft mit ihnen Erfolge feiern.

Aus der Welt der Musik berichtete Stardirigent und Manager Christian Gansch. Es sei für Unternehmen sehr sinnvoll, von klassischen Orchestern Organisation und Durchführung zu lernen. Er selbst habe dies schmerzvoll bei seinem Wechsel in die Vermarktung lernen müssen. Ein Orchester sei zwar ein inhomogenes Gebilde, trotzdem erstrahle es aber in vollkommener Harmonie für den Zuhörer. Als Dirigent habe man die Aufgabe, Freiheiten zuzulassen, aber darauf zu achten, dass niemand dabei auf der Strecke bleibt. Anhand von klanglichen Beispielen verdeutlichte Gansch seine Thesen und die ausgezeichnete Akustik des Saales ließ einen das Gefühl besteigen, man sei in einem Konzertsaal und

Kirche. Sein Thema „Was hält die Gesellschaft zusammen“ sei für ihn in unseren Gegenden eindeutig die christliche Lehre. Auf ihr sei das moderne Abendland gegründet, aber um zu einer Einheit in Europa zu gelangen, bedarf es mehr, als nur christliche Werte zu vermitteln. Auch alle anderen kirchlichen Institutionen seien notwendig, um ein Bündnis für Erziehung zu schaffen, das auch Halt einerer haltlo-



Über 800 gespannte Teilnehmer nahmen gute Marketing-Tipps mit nach Hause.

ritäten orientieren wolle und Dieter Bohlen bekomme.“ Sein Rezept: Man müsse die Trendwende von unten, sprich beim Volk, beginnen und nicht länger darauf warten, dass „die da oben“ etwas ändern. Deutschland sei Weltmeister im Wehklagen, jetzt müsse endlich wieder gehandelt werden. „Wir müssen uns von der Ich-AG hin zur GmbH, der ‚Gesellschaft mit beschränkter Haftung‘, hinbewegen“, so Hahne zum Schluss seines Referats. Der Samstag brachte dann weitere hochkarätige Referenten. Die Begrüßung übernahm diesmal Torsten Schwafert, Leiter Marketing und Vertrieb bei DeguDent. Er hielt sich nicht mit langen Vorträgen auf, sondern sprach da-

Überlegen zu erschweren, sondern direkt „aus dem Bauch“ zu handeln. So würden viele Prozesse im Hirn erst gar nicht in Bewegung gesetzt. Der „Mandelkern“ unterscheide dabei nur zwischen schwarz und weiß und sei damit viel handlungsfähiger als die 1.015 Synapsen im gesamten Hirn. Allerdings fehle ihm die Kreativität. „Also nicht immer blind darauf verlassen!“, so Prof. Spitzer weiter. Außerdem sei es bei wichtigen Entscheidungen immer besser, eine Nacht über diese Entscheidung zu schlafen, als sie nach z.B. drei Minuten zu fällen.

„Mit Biss zum Erfolg“ – diese Strategie stellte Prof. Dr. phil. Jens Weidner von der Hochschule für angewandte Wis-

### ZT Adresse

DeguDent GmbH  
Andreas Maier  
Postfach 13 64  
63403 Hanau  
Tel.: 0 61 81/59-57 03  
Fax: 0 61 81/59-59 62  
E-Mail:  
andreas.maier@degudent.de  
www.degudent.de

ANZEIGE

Steigen Sie auf ...  
mit der neuen Generation  
der Stumpfgipse

Klasse 4 Dental GmbH  
Eismarktstr. 21 · 86159 Augsburg  
Tel.: 08 21/60 89 14-0 · Fax: 08 21/60 89 14-10  
E-Mail: info@klasse4.de · www.klasse4.de

Klasse 4  
DIE FREIEN MÄCHER



## Veranstaltungsprogramm nun zum Download bereit

Am 11. und 12. Mai 2007 findet bereits zum achten Mal der Düsseldorfer CEREC TAG, das CAD/CAM-Event für Praxis und Labor, statt. Der Veranstaltungsort und auch der Programmablauf sind in diesem Jahr neu.

Im Swissôtel Düsseldorf/Neuss werden an beiden Seminartagen die fünf Themenschwerpunkte – Fertigung von Inlays, Teil- und Seitenzahnkronen, Frontzahnkronen und Veneers, Brückenversorgungen und schließlich Implantate mittels CEREC und inLab – gleichermaßen aus zahnmedizinischer und zahntechnischer Sicht dargestellt. So soll der interdisziplinäre Austausch unter den Teilnehmern noch stärker gefördert werden.

Das konkrete Veranstaltungsprogramm ist ab sofort im Internet unter [www.cerectag.de](http://www.cerectag.de) einsehbar. Eingeleitet wird die Fortbildung mit grundsätzlichen Themen. Prof. Heinrich Kappert aus Liechtenstein wird beispielsweise über den aktuellen Stand vollkeramischer Systeme aus ma-

terialkundlicher Sicht referieren. Der Vortrag von Dipl.-Ing. Reinhard Pieper (Sirona Dental Systems) „Kauflächende-



Dr. Andreas Kurbad, Initiator und Organisator der Veranstaltungsreihe CEREC TAG.

sign und Okklusion bei CEREC aus dem Blickwinkel des Programmierers“ verspricht interessante Erkenntnisse aus neuer Sicht, Tipps und Tricks

für konstant gute Ergebnisse inklusive. Das Highlight des Vormittags: „Shit happens! Worüber keiner gerne spricht.“ Mit diesem Vortrag wagen sich ZTM Kurt Reichel und Dr. Andreas Kurbad an ein heikles Thema, das andere Veranstaltungen eher meiden: Das Versagen vollkeramischer Restaurationen, deren Ursachen und Möglichkeiten der Risikominimierung.

Der weitere Programmablauf widmet sich den fünf Schwerpunkten. Begonnen wird am Freitagnachmittag mit dem Thema Inlays, gefolgt von Onlays und Seitenzahnkronen. Die Samstagseminare beschäftigen sich dann mit Frontzahnkronen und Veneers sowie Brücken. Implantatversorgungen bilden den Abschluss des Tages.

Theorie und Praxis stehen bei

allen Programmpunkten in einem ausgewogenen Verhältnis zueinander, das sich den theoretischen Vorträgen aus jeweils zahnärztlicher und zahntechnischer Sicht der praktische Teil anschließt.

Das aktuelle Programm, Informationen zu den Referenten sowie das Anmeldeformular und der Frühbucherrabatt sind unter Tel.: 0 21 62/5 84 72 oder im Internet unter [www.cerectag.de](http://www.cerectag.de) erhältlich. **ZT**

### ZT Adresse

EC Excellent Ceramics GmbH  
Dr. Andreas Kurbad  
Viersener Straße 15  
41751 Viersen  
Tel.: 0 21 62/9 54 84-9  
Fax: 0 21 62/9 54 84-12  
E-Mail: [info@cerec.de](mailto:info@cerec.de)  
[www.cerec.de](http://www.cerec.de)

## Neues Fräszentrum am Main: CAD/CAM ohne Barrieren

„Goldenes Mainz“ wird die rheinland-pfälzische Landeshauptstadt liebevoll genannt und hat von der UNESCO den Titel „barrierefreie Stadt“ verliehen bekommen. Am 19. Januar wurde dort das modernste Fräszentrum des Rhein-Main-Gebietes eingeweiht und bietet nun Zugang zu CAD/CAM für alle.

Beim Anteil an hochqualifizierten Beschäftigten in Rheinland-Pfalz nimmt Mainz unangefochten den ersten Platz ein. Seit Anfang des Jahres belegt Mainz auch bei zahntechnischen Fräszentren im Land den Spitzenplatz: Am 19. Januar eröffneten Zahnarzt und Zahntechniker Dr. Hans-Ulrich Kugies und Zahntechnikermeister Frank Elstner in der Landeshauptstadt das neue Lava™-Fräszentrum Rhein-Main. Zwischen 16 und 20 Uhr luden sie für diesen Tag alle interessierten Zahntechniker und Zahnärzte zur Besichtigung ein.

„Als Zahnarzt sehe ich immer wieder die Grenzen der Glaskeramik“, erklärt Dr. Kugies sein Interesse an Zirkonoxidkeramik, „ich muss in der Praxis beobachten, dass nach acht bis neun Jahren gekuppelte Teilkronen, Brücken und bei Deckbissen auch Frontzahnkronen starken Masse-

tern nicht mehr standhalten.“ Kronen und Brücken aus stabilem Zirkonoxid stehen da-



„Zirkonoxid funktioniert auch da, wo Glaskeramik an ihre Grenzen stößt!“ ZA und ZT Dr. Hans-Ulrich Kugies lud interessierte Zahntechniker und Zahnärzte zur Einweihung des Fräszentrums am 19. Januar ein.

rum für ihn für die zahnmedizinische Zukunft.

„In weiten Indikationsbereichen brauchen wir auch die Metallkeramik heute nicht mehr“, ergänzt ZTM Frank Elstner, „Zirkonoxid ist absolut allergiefrei und bietet viel bessere ästhetische Möglichkeiten als die traditionelle Technik. Trauerränder am Marginalsaum sind ausgeschlossen und sogar der Glaskeramik steht Zirkon in puncto Ästhetik heute in nichts mehr nach.“

Das Lava™-Fräszentrum Zirkon-Art bietet seit Ende Januar einen umfangreichen Service: Dentallabore können einfach ihre Sägemodelle zusenden oder ihre Scan-Daten digital anliefern und erhalten umgehend präzise passende Lava™-Gerüste aus zahnfarbenen eingefärbtem Zirkonoxid zurück. „So

verschaffen wir den Laboren ohne großartige Kosten den Zugang zur CAD/CAM-Technologie“, erklärt ZTM Elstner.

Entscheidungskriterium für Lava™ waren die präzise Passung und die gute Zahnfleisch-Akzeptanz im Mund. Die Farbinfiltration ist perfekt abgestimmt, sodass Lava™-Restaurationen hervorragend Licht leiten. Die Homepage des Fräszentrums [www.zirkon-art.net](http://www.zirkon-art.net) hält viele attraktive Eröffnungsangebote bereit. **ZT**

### ZT Adresse

Zirkon-Art GmbH  
Dr. Hans-Ulrich Kugies  
Weberstraße 19  
55130 Mainz  
Tel.: 0 61 31/6 23 01-80  
Fax: 0 61 31/6 23 01-88  
E-Mail: [info@zirkon-art.net](mailto:info@zirkon-art.net)  
[www.zirkon-art.net](http://www.zirkon-art.net)

## Hohe Nachfrage erfordert Ausbau der Kursreihe

Wegen der hohen Nachfrage nimmt picodent neue Referenten in die beliebte Modellherstellungs-Kursreihe auf.

Bereits in kurzer Zeit waren die picodent Zeiser Modellherstellungskurse ausgebaut. Ein Grund mehr, ein weiteres Schulungslabor und einen weiteren Referent mit ins Kursprogramm aufzunehmen. Neben dem Schulungslabor Deerberg in Northeim mit Referent ZT Siegmund Adam wurde ZTM Reinhold Haß mit seinem Labor FF-Dental in Essen als Referent gewonnen. Präzision und Motivation und viele praktische Tipps rund um die Modellherstellung mit dem Zeiser-Modellsystem werden im Kurs umgesetzt. Vor allem der wirtschaftliche Aspekt beim Einsatz des Zeiser-Modellsystems wird aufgezeigt. Jeder Teilnehmer erstellt ein Zeiser-Modell und bearbeitet es entsprechend. Auch der erfolgreiche Modellherstellungskurs „Das Modell – die Visitenkarte des Labors“ wurde

innovativ weiterentwickelt: Zum Einsatz kommt jetzt das picodent ArtOral Modellsystem



Der erste Zeiser-Kurs mit ZTM Reinhold Haß im Essener Labor FF-Dental fand im Oktober statt.

tem mit dem neuen Smart-Pin und dem bekannten Pillar-Pin (Pfeiler-Pin).

Da auch hier die Nachfrage steigt, wurde neben den Referenten ZTM Claudia Füsse- nich (geb. Arndt), ZTM Tho-

mas Weiler und Jens Glaeske mit Udo Rudnick ein weiterer Referent für die Kurse ins

Breisgau, Gieboldehausen, Meckenheim, München und Berlin. Abgerundet wird das Kursprogramm mit dem Modellherstellungskurs „Rund um das Implantatmodell“ mit Referent Malek Misrabi, Freiburg. Themen wie u. a. das Anfertigen einer reponierbaren, starren Zahnfleischmaske begeistern die Teilnehmer.

Termine und ausführliche Kursunterlagen sind bei picodent erhältlich. **ZT**

### ZT Adresse

picodent  
Dental-Produktions- und Vertriebs GmbH  
Lüdenscheider Str. 24–26  
51688 Wipperfurth  
Tel.: 0 22 67/65 80-0  
Fax: 0 22 67/65 80 30  
E-Mail: [picodent@picodent.de](mailto:picodent@picodent.de)  
[www.picodent.de](http://www.picodent.de)

## Konzern um 3-D-Röntgen erweitert

Zum Dentalbereich des KaVo-Mutterkonzerns Danaher gehört nun auch Imaging Sciences International, ein Spezialist für 3-D-Röntgen.

Imaging Sciences International ist damit neben KaVo, Gendex, DEXIS und Pelton & Crane das fünfte Unternehmen der Danaher-Dentalgruppe, das Produkte für den zahnärztlichen Einrichtungsbereich anbietet. Vor allem KaVo und die 2-D-Röntgen-Anbieter Gendex und DEXIS werden dadurch in ihrer Marktposition weiter gestärkt.

Imaging Sciences, mit Hauptsitz im US-amerikanischen Hatfield, fertigt, verkauft und vertreibt das 3-D-Röntgengerät i-CAT, welches derzeit das technisch ausgereifteste System am Markt ist und sowohl von niedergelassenen Zahnärzten als auch von Spezialisten in Kliniken eingesetzt wird. Christoph Gusenleitner, Präsident von KaVo und Gendex in Europa und dem Mittleren Osten, sieht darin eine strategische Erweiterung der Produktpalette: „Imaging Sciences als Nummer Eins im 3-D-Röntgen ergänzt perfekt unsere Produkte im 2-D-Röntgen, die KaVo, Gendex und DEXIS heute bereits anbieten – und dies zu einer Zeit, in der die Nachfrage von Zahnärzten nach leistungsstarken Bildgebungsverfahren stark ansteigt.“

Röntgenbildern nicht zu erkennen sind. Eine zuverlässige Diagnose lässt sich



durch die zusätzlichen visuellen Informationen künftig erheblich schneller und leichter erstellen. Infolgedessen können genauere Behandlungspläne für weniger invasive Eingriffe sowie kürzere Behandlungs-



„Perfekte Ergänzung unserer Produktpalette“: Christoph Gusenleitner, Präsident von KaVo und Gendex in Europa und dem Mittleren Osten.

dauer erstellt werden. Da die 3-D-Geräte von Imaging Sciences Anforderungen gerecht werden, die herkömmliche zweidimensionale Röntgenaufnahmen



Das mit extrem guter Auflösung überzeugende i-CAT wird voraussichtlich zur IDS 2007 in Köln vorgestellt werden.

Geplant ist, i-CAT bereits zur Internationalen Dental-Schau (IDS) im März 2007 in Köln zu präsentieren.

Auch der Vorsitzende von Imaging Sciences, Ed Marandola, sieht die zukünftige Entwicklung positiv: „Wir freuen uns, künftig eine Schlüsselrolle im Dentalbereich von Danaher zu übernehmen und gehen davon aus, dass i-CAT bald die erste Wahl bei 3-D-Röntgengeräten im Dentalbereich sein wird.“

Imaging Sciences International wurde 1992 gegründet und verfügt derzeit über die weltweit führende 3-D-Röntgentechnik für den Mund-, Kiefer- und Gesichtsbereich. Mithilfe der dreidimensionalen Aufnahmen des i-CAT werden anatomische Besonderheiten wie die Knochenstruktur des Gebisses oder die Ausrichtung der Zähne sichtbar, die auf konventionellen

nicht bedienen können, geht das Unternehmen von einer hohen Marktdurchdringung in den nächsten Jahren aus. Der große Bedarf resultiert zudem aus einer weltweiten Zunahme der allgemeinen zahnärztlichen Versorgung, aber auch aus den wachsenden Spezialdisziplinen wie Kieferchirurgie, Implantologie, Kiefergelenkanalyse, Parodontologie und Kieferorthopädie. Weitere Informationen über Imaging Sciences erhalten Sie unter [www.imaging-sciences.com](http://www.imaging-sciences.com). **ZT**

### ZT Adresse

KaVo Dental GmbH  
Bismarckring 39  
88400 Biberach/Riß  
Tel.: 0 73 51/56-0  
Fax: 0 73 51/56-14 88  
E-Mail: [info@kavo.com](mailto:info@kavo.com)  
[www.kavo.com](http://www.kavo.com)



## Dachmarke – Miteinander zum Erfolg

Seit 1890 genießt die BEGO Bremer Goldschlägerei mit registrierten Marken, Patenten und innovativen Materialien in der Zahntechnik internationales Renommee. Nun erscheint die BEGO Unternehmensgruppe mit neuem Corporate Design.

Neben Materialien und Geräten bietet die BEGO modernste Verfahrenstechniken, Serviceleistungen sowie Aus- und Fortbildungsprogramme rund um die Dentaltechnologie. Ab sofort stehen die unterschiedlichen Aufgaben- und Fachgebiete unter der neuen Dachmarke der BEGO Unternehmensgruppe. „Gemeinsam mit unseren Kunden bilden wir bei BEGO ein starkes Team und arbeiten Hand in Hand, um außergewöhnliche Lösungen und neue Produkte für die Dentaltechnologie zu entwickeln“, sagt Christoph Weiss, geschäftsführender Gesellschafter der BEGO Unternehmensgruppe. „Durch unsere enge Zusammenarbeit mit den Dentallaboren und den Zahnärzten entsteht die notwendige Innovationskraft, mit der sich

BEGO seit Jahrzehnten auf allen Märkten behauptet. Unser Logo mit den zwei ge-



Souveränes Grau als Basis und warmes Gelb analog zum Gold: Die Farben der BEGO Unternehmensgruppe stehen entsprechend für Qualität und Tradition, für Internationalität, Stärke und Funktionalität – alles Werte, die eng mit der Philosophie von BEGO verbunden sind.

kreuzten Goldschlägern und dem Bremer Schlüssel im Wappen steht dabei für unsere Ursprünge und unseren angestammten Firmensitz“, erläutert der Firmenchef weiter.

Diese Symbole werden laut Christoph Weiss auch weiterhin im BEGO Icon zu erkennen sein und zukünftig für die gesamte BEGO Unternehmensgruppe stehen: „Wir möchten, dass sich die Grafik-

und Typografie-Elemente unserer Unternehmensbereiche BEGO Dental, BEGO Implant Systems und BEGO Medical in Zukunft so zusammenfügen, dass sich ein prägnantes und charakteristisches Erscheinungsbild ergibt und den starken Auftritt der BEGO Unternehmensgruppe unterstreicht.“

Auf der IDS vom 20. bis 24.3.2007 in Köln finden Sie BEGO in Halle 10.2, Stand M020. Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

### ZT Adresse

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

## Zahntechnik Wirtschaft Labor 2007

ZWL im Jahr 2007: Sechsmal im Jahr aktuell, umfassend und informativ

Die erfolgreiche Schwesterpublikation ist neben der ZT Zahntechnik Zeitung seit über acht Jahren die bevorzugte Informationsquelle des zahntechnischen Laborinhabers und Ratgeber zu allen fachlichen und wirtschaftlichen Aspekten der modernen Laborführung.

In Leserumfragen steht ZWL Zahntechnik Wirtschaft Labor durch seine praxisnahen Fallberichte und zeitgemäßen Labor-konzepte vor zahlreichen „Schöngeistern“ der Branche, die den goldenen Zeiten nachtrauern. Nicht jamern, sondern handeln ist die Devise, und so greift die Redaktion nüchterne Unter-

nehmerthemen auf und bietet praktikable Lösungen. Von Kollege zu Kollege.



Für das neue Jahr stehen neben den aktuellen Themen,

wie CAD/CAM, Marketingmaßnahmen und Ästhetik, auch neue spannende Thematiken wie Arbeitsrecht und Zahntechnik im Alltag auf dem Redaktionsprogramm-Plan der ZWL. Ein kostenloses Probeexemplar der ZWL Zahntechnik Wirtschaft Labor und mehr Informationen erhalten Sie bei der Oemus Media AG.

### ZT Adresse

Oemus Media AG  
Holbeinstraße 29  
04229 Leipzig,  
Tel.: 03 41/4 84 74-2 00  
Fax: 03 41/4 84 74-2 90  
E-Mail: info@oemus-media.de  
www.oemus.com

## Starkes Umsatzwachstum im Jahr 2006

Die Ivoclar Vivadent AG konnte im Jahr 2006 den Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um 11 % steigern und schließt das vergangene Geschäftsjahr sehr erfolgreich ab. Die internationale Unternehmensgruppe erwirtschaftete einen weltweiten Umsatz von 581 Millionen Schweizer Franken (entspr. 370 Millionen Euro).

„Das elfprozentige Wachstum von Ivoclar Vivadent liegt deutlich über dem Marktwachstum und entspricht unseren Zielen“, sagt Robert A. Ganley, Vorstand der Geschäftsleitung von Ivoclar Vivadent. „Dieses Wachstumsplus zeigt, dass wir deutlich an Marktanteilen gewinnen konnten. Wir führen dies auf deutliche Umsatzsteigerungen in den Bereichen Vollkeramik, Füllungsmaterialien, Befestigungsmaterialien und Geräte zurück“, sagt Ganley.



Sieht die Ziele seines Unternehmens erfüllt: Robert A. Ganley, Ivoclar Vivadent AG.

Marktführende Produktinnovationen wie IPS Empress CAD und IPS e.max sind für das Umsatzwachstum verantwortlich. Dadurch wurde die weltweite Marktführerschaft des Unternehmens im Bereich Vollkeramik gestärkt. „Es ist unser Ziel, unsere Kunden mit den innovativsten Materialien für qualitativ hochwertige ästhetische Zahnheilkunde zu versorgen“, sagt Robert A. Ganley. Zum weltweiten Er-

wichtig werden wie Europa und Nordamerika. Wir machen beträchtliche Investitionen in unsere Verkaufs- und Marketingpräsenz in Asien und passen unsere Produktentwicklung speziell auf diesen schnell wachsenden Markt an“, sagt Ganley. Ivoclar Vivadent ist weltweit führender Hersteller von innovativen Materialsystemen in der Dentalbranche für qualitativ hochwertige ästhetische Zahnheilkunde. Das Unternehmen ist in über 100 Ländern auf der ganzen Welt tätig.

### ZT Adresse

Ivoclar Vivadent AG  
Bendererstraße 2  
FL-9494 Schaan  
Tel.: +423/235 35 35  
Fax: +423/235 33 60  
E-Mail: presse@ivoclarvivadent.com  
www.ivoclarvivadent.com

## Kursangebot „Kombinierte Fortbildung“

Das Weiterbildungsinstitut der Vereinigung Umfassende Zahntechnik (VUZ) startet mit einem Intensiv-Seminar für innovative Zahntechniker in das Jahr 2007.

Die in ungezählten Seminaren gebetsmühlenartig vorgetragene Schnittstellen-Problematik Zahnmedizin/

Zahnärzten noch von innovativen Zahn Technikern in Frage gestellt. Praktische Aufschlüsse darüber, wie

plexität implantologischer Verfahren zu begründen. Im Teamwork Zahnarztpraxis/ Dentallabor gilt nach den Er-



„Kombinierte Fortbildung“ – Gleichermaßen an Zahnmediziner und Zahn Techniker richtete sich das Angebot bereits bei der ersten Jahresveranstaltung der Akademie Umfassende Zahntechnik (AUZ) in Berlin.

Zahntechnik ist für die Akademie Umfassende Zahntechnik, AUZ, ein Thema von gestern. „Kombinierte Fortbildung“ ist der klar definierte Leitfaden des Angebots, dass das Weiterbildungsinstitut der Vereinigung Umfassende Zahntechnik, VUZ, in 2007 Zahnärzten und Zahn Technikern gleichermaßen macht. Die gute Resonanz auf die erste AUZ-Veranstaltung des Jahres in Berlin bestätigte: die Vorteile von erlerntem Teamwork, insbesondere bei den dentalen Mega-Themen von heute, werden weder von implantologisch tätigen

planbar eine effiziente und harmonische Zusammenarbeit im Dreiklang „Patient-Zahnarzt-Zahn Techniker“ sein kann, lieferten Dr. med. Michael Hopp, Berlin, und Zahn Technikermeister Andreas Hoffmann, Gieboldehausen (Niedersachsen), in einem gemeinsamen Fortbildungsseminar unter dem Leitbegriff „Implantologie – materialtechnische, zahn-technische und biodynamische Grundlagen, Planungen und Umsetzungen“ (12 Punkte nach BZÄK). Die Ausführlichkeit der Seminar-Thematik ist für Hopp und Hoffmann mit der Kom-

fahrungen der Referenten die Regel: Planung, Ausführung und Nachsorge verlangen ein Höchstmaß an Kompetenz und Qualität. Denn bei der dentalen Implantologie erhalte der Begriff „Zahnersatz“ eigentlich erst seine reale Bedeutung. Anders als bei der Kronenrestauration werden Wurzel und Krone ersetzt. Hopp: „Implantologie ist in erster Linie immer eine prothetische Planung. Wichtig für den Erfolg ist die gemeinsame Definition des Behandlungszieles.“

### ZT Adresse

AUZ  
Akademie Umfassende Zahntechnik  
Sekretariat Stephanie Fieke  
Emscher-Lippe-Straße 5  
45722 Datteln  
Tel.: 0 23 63/73 93-81  
Fax: 0 23 63/73 93-10  
E-Mail: steffi.fieke@vuz.de  
www.vuz.de

## ZT Kleinanzeigen

The No.1 Trade Show Newspaper

**today**

at IDS Cologne - March 20-24, 2007

www.uptodayte.com

**muffelforum.de**  
Die Community der Zahn Techniker

- Diskussionsforen
- Firmenporträts
- Produktneuheiten
- neue Technologien
- Stellenmarkt
- Gerätemarkt
- Kurstermine
- Chat

Info net: <http://www.muffel-forum.de> eMail: [info@muffel-forum.de](mailto:info@muffel-forum.de)

Ein Projekt der T&B ServiceLine GmbH  
Am Schlägerhof 11 27 16556 Buxtehude  
<http://www.tb-service-line.de> eMail: [info@tb-service-line.de](mailto:info@tb-service-line.de)

## 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: 14. März 2007  
Anzeigenschluss: 28. Februar 2007

