



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

Marketing im Internet	Zahnersatz aus China	Edelmetallfreie Restauration	Sichere Bissregistrierung
Softwareentwickler und Webdesigner Thomas Burgard weist Laboren den Einstieg in die Nutzung des Internets.	Auslandszahnersatz erhitzt die Gemüter – Holger Kusch von UDS Dental hinterfragt die gängigen Vorurteile.	„Auf Edelmetall zu verzichten, heißt nicht, auf Qualität zu verzichten“ – ZTM Bernd Dubielzyk verdeutlicht sein Credo.	Dr. Peter Bronwasser zeigt, wie einfach die perfekte Bissregistrierung gelingt. Weitere Labor-Schritte folgen in der ZT 3/08.
Wirtschaft ▶ Seite 8	Wirtschaft ▶ Seite 12	Technik ▶ Seite 13	Technik ▶ Seite 15

ANZEIGE



Gemeinsam Stark

Starke Zukunft! Immer mehr Dentallabore ergänzen ihr Angebot bereits professionell mit hochwertigem Zahnersatz von dentaltrade und schaffen sich so einen Wettbewerbsvorteil. Bleiben Sie in Bewegung mit Preisen bis zu 70% unter BEL II / BEB und nutzen mit uns gemeinsam Synergien. Worauf warten Sie noch? Rufen Sie uns an!

- Bis zu 5 Jahre Garantie
- Kompl. zahnt. Leistungspalette
- Voller Kundenschutz
- Keine Vertragsbindung
- Bundesweite Lieferung

 **dentaltrade**
...faire Leistung, faire Preise

Hochwertiger Zahnersatz zu günstigen Preisen

dentaltrade GmbH & Co. KG • Grazer Straße 8 • 28359 Bremen / Germany
info@dentaltrade.de • www.labor.dentaltrade.de • freecall: (0800) 247 147-1

„Kassen sanieren sich weiter auf Kosten der Patienten und Zahntechniker“ VDZI-Vorstand zieht Drei-Jahres-Bilanz

Nach drei Jahren Festzuschüsse ist noch keine Normalisierung in Sicht. Der VDZI macht hierfür die Befundstrukturen und Höhe der Festzuschüsse und damit verbundene falsche Verhaltensanreize verantwortlich und fordert eine sachgerechte Fortentwicklung des Systems.

Aktuelle Auswertungen der Wirtschaftsdaten der zahntechnischen Betriebe machen deutlich, dass auch im dritten Jahr nach Einführung des Festzuschuss-Systems die Zahnersatzversorgung in Deutschland ohne Impulse auf niedrigem Niveau stattfindet. Die Umsatzdaten im Zahntechniker-Handwerk liegen auch Ende 2007 noch rund 19 Prozent hinter

den Durchschnittswerten der Jahre vor Einführung des neuen Zuschuss-Systems. Eine Normalisierung ist nicht erkennbar. Vergleichbare Ergebnisse sind für die Ausgaben für Zuschüsse in der GKV zu erwarten. Insgesamt zeigt sich die Geschäftslage der zahntechnischen Betriebe trotz drastischer Kapazitätsanpassungen als kritisch, die Zukunftsaussichten

werden von den Unternehmen mehrheitlich pessimistisch beurteilt. Vor dem Hintergrund der aktuellen Wirtschaftsdaten hat der Vorstand des VDZI in seiner Klausurtagung eine grundlegende Bilanz der drei Jahre Festzuschuss-System in der Zahnersatzversorgung gezogen:

▶ Fortsetzung auf Seite 6

Konjunkturbarometer für das IV. Quartal und das Gesamtjahr 2007 2007 geringe Verbesserungen erreicht

Die Nachfrage- und Umsatzentwicklung im Zahntechniker-Handwerk blieb auch im letzten Jahr deutlich hinter den Erwartungen zurück. Die angespannte Ertragslage dauert weiter an.

Für das Gesamtjahr 2007 ist im Zahntechniker-Handwerk nur eine geringe Umsatzverbesserung zum Vorjahr zu verzeichnen. Dies ergibt die Konjunkturumfrage des Verbandes Deutscher Zahntechniker-Innungen (VDZI) für das IV. Quartal und das Gesamtjahr 2007. Der Gesamtjahresumsatz liegt zwar mit 3,3 Prozent leicht höher als im Vorjahr, das allerdings stark vom Versorgungseinbruch seit 2005 von einem entsprechend niedrigen Umsatzwert geprägt war. Daher fällt das Urteil der Betriebe zur aktuellen Geschäftslage mit einem Indexwert von minus 25,9 Prozent auch deutlich negativ aus. Nachdem die Betriebe mit der Entlassung von mehr als 10.000 Beschäftigten in den letzten drei Jahren drastisch auf den Umsatzrückgang reagiert hatten, verstärkten sich vor diesem Hintergrund auch die Pläne zu weiteren Entlas-

sungen. So planen für das erste Quartal 2008 circa 16 Prozent der Unternehmen einen Personalabbau, dem stehen nur rund 13 Prozent der Betriebe gegenüber, die neue Mitarbeiter einstellen wollen. Erkennbar wird daran, dass die leicht positive Entwicklung des Gesamtmarktes die angespannte Ertrags- und Liquiditätssituation der Mehrheit der Betriebe noch nicht verbessert hat. Bei der allgemein schlechten Preissituation verbleibt daher ein hoher Rationalisierungsdruck auf den Betrieben. Vergleicht man das Jahresergebnis 2007 mit dem durchschnittlichen Niveau vor der Einführung der Festzuschüsse, so wird deutlich, dass auch nach Ablauf des dritten Jahres gegenüber dem Vergleichsjahr 2004 noch immer 18,6 Prozentpunkte fehlen. Damit zeigt sich das Niveau verfestigt, Impulse für eine

Normalisierung sind nicht erkennbar. Mithin rechnen die Betriebe auch mit einem dauerhaft niedrigen Umsatzniveau. Das macht die vorherrschende Skepsis der Betriebe mit Blick auf die zukünftige Entwicklung deutlich, die sich im Erwartungsindex ausdrückt. Dieser liegt mit minus 23,5 Prozent wieder im negativen Bereich. Die einzelnen Ergebnisse des Konjunkturbarometers können auch unter www.vdzi.de heruntergeladen werden. □

ZT Adresse

VDZI
Verband Deutscher
Zahntechniker-Innungen
Gerbermühlstraße 9
60594 Frankfurt am Main
Tel.: 0 69/66 55 86-0
Fax: 0 69/66 55 86-30
E-Mail: info@vdzi.de
www.vdzi.de

Die ZT-Innung Bremen spendiert Zahnersatz für Menschen in Notlagen Damit sie bald wieder lachen können

„Ohne Zähne fehlt dir was“, heißt es. Schlimmer noch: „Mit schlechten Zähnen kriegt man keine Arbeit“, sagt Theodor Overhoff, Obermeister der Zahntechniker-Innung Bremen.

Darum hat er sich mit seinen Innungskollegen zusammengetan und verhilft pro Jahr zehn Menschen in extremen Notlagen zu zweckmäßigem Zahnersatz. Ausgewählt werden sie von der Wilhelm-Kaisen-Bürgerhilfe in Kooperation mit dem Frauenhaus der Arbeiterwohlfahrt und der Inneren Mission. Es sind Menschen mit Schicksalen wie diese Frau: Sie ist Ende dreißig, ihre Ehe ist zertrübt, ihr Sohn lebt in einer



Hannelore Bitter-Wirtz (AWO Frauenhaus), Waltraud Wulff-Schwarz (Innere Mission), Bürgerchaftspräsident Christian Weber, OM Theodor Overhoff, ZTM Uwe Pietza, ZTM Sven Davidsmeyer (Zahntechniker-Innung Bremen) und Sylvia Gerking (Geschäftsführerin der Wilhelm-Kaisen-Bürgerhilfe).

muss wieder aufwärts gehen, denkt sich die gelernte Verkäuferin, und will unbedingt wieder arbeiten. Aber da sind diese schlimmen Zähne... „Sie traut sich kaum noch vor die Tür“, sagt Waltraud Wulff-Schwarz von der Inneren Mission. Hier setzt OM Overhoff an. „Für zehn Menschen übernehmen wir die Kosten über die Grundversorgung,

um das Gebiss in Ordnung zu bringen“, beschreibt er seine Idee. „Das sind in Einzelfällen mehrere hundert Euro – viel Geld für Menschen, die selbst am Nötigsten sparen müssen. Sind die Zähne erstmal in Ordnung gebracht dann steigen auch die Chancen auf dem Arbeitsmarkt“, hofft Overhoff für diese Menschen. □

ANZEIGE



esthetic-base® gold
die Stumpfgips Referenz –
nur das Beste für Ihr Modell!

www.dentona.de 

fremden Familie und nach einer Serie von Krankheiten ist kein Geld mehr da. Doch es

ANZEIGE



Das wollten Sie schon immer ...

... individuelle Friktionseinstellung bei Teleskopkronen mit unserem

TKI

Grafismuster* und Informationen unter 0800 / 880 4 880 (freecall)
*nur einmal pro Labor und Praxis

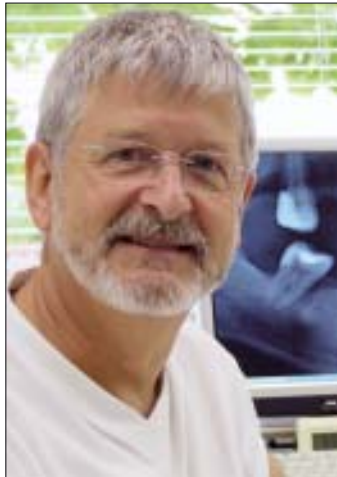
...mehr Ideen - weniger Aufwand 

Inh.: M. Hoff
Rohstr. 14
D-50093 Hagen
Fon: 02331 / 8061-0
Fax: 02331 / 8061-19
www.microtec-dental.de
info@microtec-dental.de

Petition gegen den Gesundheitsfonds

„Je mehr sich anschließen, desto erfolgreicher wird unser Protest gegen den unsinnigen Gesundheitsfonds“, erklärte Dr. Karl-Heinz Sundmacher, Bundesvorsitzender des Freien Verbandes Deutscher Zahnärzte (FVDZ) Mitte Februar.

Sundmacher forderte alle Zahnärzte und Ärzte auf, sich der Petition anzuschließen. Ausdrücklich wandte er sich aber auch an alle im medizinischen Sektor Beschäftigten und Patienten – die letztendlich die Hauptleidtragenden des Gesundheitsfonds sein werden. Ein Hausarzt aus Ingolstadt hat die Petition gegen die Einführung des Gesundheitsfonds im Bundestag eingereicht. Der Gesundheitsfonds greife tief in die Bürger- und Patientenrechte sowie die bestehenden Versorgungsstrukturen der Kostenträger und der Leistungserbringer ein, so Sundmacher. In der Petition heißt es: „Die Zerschlagung von effizienten und historischen Gesundheitsstrukturen wie freier Zugang aller Patienten zu ihren Ärzten, die gewollte Zerstörung von inhabergeführten



Dr. Karl-Heinz Sundmacher, Bundesvorsitzender des Freien Verbandes Deutscher Zahnärzte (FVDZ).

Apotheken, die Beendigung der freiberuflichen Verantwortung des einzelnen Haus- und Facharztes seinem Patienten gegenüber, die Zerstörung der Patientensouveränität durch aus dem angelsächsischen Raum ausgelie-

henen und dort jetzt schon veralteten Konzepten als auch die Zerstörung der wohnortnahen ambulanten und klinischen Versorgung sind abzulehnen.“

„Der Gesundheitsfonds“, so Sundmacher, „bedeutet gleichzeitig den Aufbau einer völlig unangemessenen Kontrollbürokratie.“ Er müsse daher vehement abgelehnt werden, denn er sei ein „Instrument zentralistischer Staatsmedizin“. ☒

ZT Adresse

Freier Verband Deutscher Zahnärzte e.V.
Mallwitzstraße 16
53177 Bonn
Tel.: 02 28/8 55 70
Fax: 02 28/34 06 71
E-Mail: info@fvdz.de
www.fvdz.de

43 junge Zahntechniker zeigten Biss

Von 47 Lehrlingen, die in Bremen eine Ausbildung zum ZT begonnen hatten, nahmen in der Handwerkskammer 43 ihren Gesellenbrief entgegen. Herausragende Ergebnisse gab es keine, aber insgesamt schnitten die Auszubildenden gut ab.



43 junge Zahntechniker bei ihrer Freisprechungsfeier im Gewerbesaal der Handwerkskammer Bremen. Die Gesellinnen und Gesellen blicken in eine Zukunft mit globalen Perspektiven.

Es ist immer ein besonderer Augenblick für einen jungen Menschen, wenn er sein Prüfungszeugnis in der Hand hält – ob beim Schulabschluss, den Führerschein oder eben nach der Ausbildung. Einen Moment, den sie so schnell nicht vergessen werden, erlebten jetzt 43 Zahntechniker-Auszubildende, die ihren Gesellenbrief vom Präses der Handwerkskammer, ZTM Joachim Feldmann, und dem Obermeister der Zahntechniker-Innung, Theodor Overhoff, überreicht bekamen. Begleitet von einem musikalischen Rahmenprogramm der Formation Bra-Capella fanden Overhoff und Feldmann hoffnungsvolle Worte. Theodor Overhoff inspirierte sie zur Flexibilität bei der Arbeitssuche und wies auf die guten Möglichkeiten der Gesellen hin. Die solide Basis würde den Gesellen überregional und sogar weltweit gute Wege ebnen. Präses Joachim Feldmann betonte neben der wirtschaftlichen Perspektive den ge-

sellschaftlichen Wert des Berufes. Auf die ersten Worte seines Grußwortes: „Was wäre das Leben ohne Lächeln, ohne Küsse, ohne Zähne?“ lächelten die meisten im Saal und zeigten dabei selbst ihre Zähne. „Der Beruf des Zahntechnikers erfordert Kreativität. Man gibt Menschen Lebensqualität zurück.“ Auch nach Meinung des Präses gäbe es ausreichend viele Perspektiven für die Gesellen, ihre Zukunft zu gestalten. Zwei davon seien die Weiterbildung zum Meister oder aber auch das Studium der Zahntechnik. Auch für dieje-

nigen, die ihren Wehr- und Ersatzdienst leisten müssen, gäbe es Möglichkeiten, ihre Zeit des Pflichtdienstes zahn-technisch zu nutzen. Wichtig sei es dabei vor allem, mit der Zeit zu gehen, betonte Feldmann. ☒

ZT Adresse

Zahntechniker-Innung Bremen
Geschäftsstelle
Stader Straße 107
28205 Bremen
Tel.: 04 21/43 26-20
Fax: 04 21/43 26-226
www.zib-bremen.de

Stellungnahme zum Infektionsschutz

Aufgrund einer Anfrage der Zahnärztekammer Schleswig-Holstein gibt der Deutsche Arbeitskreis für Hygiene in der Zahnmedizin (DAHZ) folgende Stellungnahme ab.

„Nach Auswertung der wissenschaftlichen Literatur sowie klinischer und gutachterlicher Befunde führt der Einsatz von Hand- und Winkelstücken und Turbinen bei der zahnmedizinischen Behandlung nicht nur zu einer Kontamination der Außenflächen, sondern auch der Wasser- und Luftleitungen sowie der Getriebe. Außer einer Wischdesinfektion und Reinigung der Außenflächen kann die Anwendung eines chemischen Desinfektionsverfahrens in den Wasser- und Luftleitungen sinnvoll sein, sofern es



Prof. Dr. rer. nat. Klaus Bößmann, Sprecher des Deutschen Arbeitskreises für Hygiene in der Zahnmedizin, fordert eine kritischere Umsetzung der Hygienierichtlinien.

Desinfektionsverfahren nicht validierbar, sondern nur nach Standardarbeitsanweisungen durchzuführen sind, muss zusätzlich eine thermische Behandlung im Dampfsterilisator erfolgen, wobei Übertragungsinstrumente semikritisch B unverpackt und Übertragungsinstrumente kritisch B verpackt sterilisiert werden müssen. Ausschließlich diese Gesamtvorgehensweise entspricht den Vorgaben des Robert Koch-Instituts, erfüllt die Forderungen des Hygieneplanes der Bundeszahnärztekammer und des DAHZ und deckt sich mit den Ausführungen des DAHZ-Hygieneleitfadens.“ ☒

ZT Adresse

Prof. Dr. Klaus Bößmann
Deutscher Arbeitskreis für Hygiene in der Zahnmedizin
Wehdenweg 52
24148 Kiel
E-Mail: dahz@schuelke.com

dort nicht zur Fixierung von Proteinen und deren irreversibler Anheftung an die Innenwandungen kommt. Die Desinfektion der Wasser- und Luftkanäle stellt jedoch intern nur eine Teilaufbereitung dar, da die Getriebe nicht erfasst werden. Die Reinigung und Pflege der Getriebe mit Ölen hat keine antimikrobielle Wirkung. Da manuelle

ANZEIGE

esthetic-base® gold
von führenden CAD/CAM Experten und Systemherstellern empfohlen!

www.dentona.de dentona

ANZEIGE

picodent
qualität pur. bewusst innovativ.

Implantat-rock®
Höchster Anspruch an Präzision!

Tel.: 0 22 67 - 65 80 - 0 • www.picodent.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 Zahntechnik Zeitung, Stichwort „Leserbriefe“
Oemus Media AG
Holbeinstraße 29
04229 Leipzig
Fax: 03 41/4 84 74-2 90
E-Mail: h.d.kossmann@oemus-media.de



Veränderungen bei der ZE-Versorgung

Immer mehr Hamburger Zahnärzte bieten ihren Patienten notgedrungen Zahnersatz aus Fernost an und steigen auf preiswertere Legierungsformen für Kronen und Brücken um. Dies ist ein Ergebnis des Januar-Politbarometers der Hamburger Zahnärzte.

„Die wirtschaftliche Lage vieler unserer Patienten und andere Aspekte zwingen aber leider viele meiner Kolleginnen und Kollegen zu diesen unerfreulichen Zugeständnissen“, erklärt dazu Dr./RO Eric Banthien, Vorstandsvorsitzender der Kassenzahnärztlichen Vereinigung Hamburg. Das seit drei Jahren geltende Festzuschuss-System für Versicherte einer gesetzlichen Krankenkasse habe sich allerdings bewährt und sei Vorbild für andere medizinische Systeme, für diese Entwicklung sei es nicht verantwortlich, betonte Dr./RO Banthien. Öffentliche Erklärungen von Krankenkassen über die scheinbaren Nachteile der Festzuschüsse und die Einrichtung von Zahnersatz-Versteigerungen im Internet haben nach seiner Meinung zu einer breiten Verunsicherung unter den Patienten geführt. Dr./RO Banthien: „Kronen, Brücken und Prothesen sollten individuell, dauerhaft und biologisch unbedenklich von uns Zahnärzten im Team mit einem erfahrenen Zahntechniker angefertigt werden.“



Dr./RO Eric Banthien, Vorstandsvorsitzender der Kassenzahnärztlichen Vereinigung Hamburg.

Weil Krankenkassen eine zahntechnische Versorgung im Ausland empfehlen und bezuschussen, weil Reisebüros Pauschalangebote für eine Implantatversorgung am Schwarzen Meer organisieren – müssen die Hamburger Zahnärzte auf diese Entwicklung auch reagieren. So gab ein Viertel der befragten Zahnärzte an, auch Zahnersatz aus dem Ausland einzugliedern. Zwei Drittel der Zahnärzte wählen auch verstärkt preiswertere Nichtedel-

metalle statt bewährter Goldlegierungen als Basis einer Krone oder Brücke. Andere Zahnärzte bieten Ratenzahlungen oder andere Finanzierungshilfen an oder sie empfehlen eine Zahnzusatzversicherung. Oder sie investieren noch mehr Zeit in die (schlecht bezahlte) Aufklärung und überzeugen so ihre Patienten von einer höheren Qualität. In der Befragung wurde von vielen Zahnärzten aber auch deutlich gemacht, dass sie von ihren hohen Qualitätsmaßstäben nicht abweichen wollen. Sie wollen keine „Discounterlösung“, sondern weiterhin nur „kompromisslos Qualität“ liefern. ☒

ZT Adresse

Pressestelle der Hamburger Zahnärzte
Postfach 74 09 25
22099 Hamburg
Tel.: 0 40/73 34 05-0
Fax: 0 40/73 34 05-75
E-Mail: gerd.eisentraut@zaek-hh.de
www.zahnärzte-hh.de

ZT ZAHNTECHNIK ZEITUNG

Verlag Verlagsanschrift: Oemus Media AG Holbeinstraße 29 04229 Leipzig	Tel.: 03 41/4 84 74-0 Fax: 03 41/4 84 74-2 90 E-Mail: kontakt@oemus-media.de	Projektleitung Stefan Reichardt (verantwortlich)	Tel.: 03 41/4 84 74-2 22 E-Mail: reichardt@oemus-media.de
Fachredaktion Roman Dotzauer (rd) Betriebswirt d. H. (V.i.S.d.P.)	E-Mail: roman-dotzauer@dotzauer-dental.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
Redaktionsleitung H. David Koßmann (hdk)	Tel.: 03 41/4 84 74-1 23 E-Mail: h.d.kossmann@oemus-media.de	Abonnement Andreas Grasse (Aboverwaltung)	Tel.: 03 41/4 84 74-2 00 E-Mail: grasse@oemus-media.de
Redaktion Matthias Ernst (me) Betriebswirt d. H.	Tel.: 09 31/5 50 34 E-Mail: m.ernst-oemus@arcor.de	Herstellung Sven Hantschmann	Tel.: 03 41/4 84 74-1 14 E-Mail: s.hantschmann@oemus-media.de

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

Ein Pionier des Netzwerkgedankens ist zurück

Es gibt Personen in der Dentalbranche, die haben sich einfach über Jahrzehnte gehalten und sind beinahe schon legendär geworden. Zu diesen Personen gehört auch Heinz-Jürgen Hepe. Ein Beitrag von Matthias Ernst.

Heinz-Jürgen Hepe hat es wie nur sehr wenige verstanden, das Selbstwertgefühl der Zahntechniker in den Glanzzeiten des letzten Jahrhunderts zu heben. Mit seinem Namen untrennbar verbunden sind z.B. die Einführung der Galvanotechnik in die Dentalbranche, problemlos verarbeitbare Palladium-Basis-Legierungen, die ersten Presspellets zur Verblendung mit normal expandierenden Keramiken oder auch so herausragende Verblendkeramiken wie MagicCeram, die Keramik mit bestechenden Eigenschaften und einfacher Verarbeitung.

Auch in Sachen Verblendung von Zirkoniumdioxid kamen so einige Pioniertaten hinzu. Die heute überwiegend zur Verblendung angewandten Liner entstammen einer Idee von Heinz-Jürgen Hepe, der dieses System der Untergrundbehandlung bei Malern und Künstlern entdeckt und zusammen mit findigen Zahn Technikern für die gesamte Branche nutzbar gemacht hat. Doch auch die ehemals „Großen“ und „Kleinen Seminare“ der Firma Wieland wären ohne sein entschlossenes Handeln und Organisieren nicht zu dem geworden, was sie in der Retrospektive heute noch sind: Meilensteine dentaler Fortbildung. Die Verknüpfung von Fachinformation und Show war Hepe schon immer ein Anliegen, so dass diese herausragenden Veranstaltungen überhaupt einen so hohen Stellenwert erreichen konnten. Viele heute



Gründervater der Dentalfamilie und Visionär: Heinz-Jürgen Hepe.

bekannt Referenten hatten bei ihm ihre ersten Auftritte; sein Ratschlag und seine Ideen beeinflussten maßgeblich ihren weiteren Werdegang. Man kann Heinz-Jürgen Hepe unumwunden als einen der Gründerväter der oft beschworenen Dentalfamilie bezeichnen. Nun schickt er sich an, mit seiner neuen

Firma Hepe & Partner der Dentalwelt erneut zu zeigen, wie die Zukunft aussehen kann. Viele von ihm vertriebene Produkte tragen heute schon das Kennzeichen „Zukunftssicher“. Hier zeigt sich erneut sein Gespür, Markttrends rechtzeitig zu erkennen und sich Informationen von Fachleuten zunutze zu machen. Das Zusammenwirken von Industrie und dentalen Spezialisten zum Nutzen aller steht dabei erneut im Vordergrund. Neue Materialien werden Einzug halten und Hepe hat sie heute schon im Programm. Als Beispiel hierfür seien nur die in unterschiedlichsten Größen und Formen erhältlichen Ronden aus Zirkonoxid zum Fräsen in diversen CAM-Maschinen in Spitzenqualität und zu günstigen Preisen genannt. Man muss sich nur auf seine Ideen einlassen und für sich selber nutzbar machen, dann hat man als Laborinhaber auch in der Zukunft eine Chance. Die Legende Heinz-Jürgen Hepe lebt weiter und strahlt heller denn je! **ZM**

ANZEIGE

esthetic-base® gold
die Stumpfgips Referenz –
spitze für Ihre Implantattechnik!
www.dentona.de **dentona**

Einladung zum Dialog zur Zukunft des ZT-Handwerks

In der letzten Ausgabe der ZT Zahn Technik Zeitung veröffentlichten wir in Auszügen das Rundschreiben „Aufruf zum Widerstand“ des Freien Verbandes Zahn technischer Laboratorien (FVZL). ZT-Fachredakteur Roman Dotzauer kommentierte den Aufruf. Lesen Sie hier die Reaktion des FVZL-Bundesvorsitzenden Herbert Stolle.

Sehr geehrter Herr Dotzauer,

wir sollten uns treffen! Zu einem Gespräch unter vier Augen. Thema: Standespolitik. Ich habe eine spontane Sympathie für Menschen, die bereit sind, über ihren Schatten zu springen. Und Sie sind gesprungen. Nach jahrelanger Verweigerung, die Politik des „Freien Verbandes Zahn technischer Laboratorien“ (FVZL) in der ZT Zahn Technik Zeitung zu erwähnen, bringen Sie einen ausführlichen Bericht über unser 25-jähriges Jubiläum und nun einen Dialog über unseren „Aufruf zum Widerstand“. Sie stimmen mit uns, dem FVZL, überein, wenn Sie die Zukunftsfähigkeit des VDZI und seiner Innungen infrage stellen, das Festhalten an alten Strukturen für wenig sinnvoll halten, wenn Zugangsbegrenzungen unternehmerisch denkende Laborinhaber aus den Innungen jagen und wenn Sie den unprofessionellen Umgang mit dem Thema Auslandszahn ersatz beklagen.

Besonders gefallen hat mir Ihr Appell an den VDZI und an seine Innungen, auf den Strukturwandel zu reagieren, anstatt ihn zu verhindern. Ebenso mit Ihrem Hinweis, dass Laborinhaber für ihren Betrieb selbst die Verantwortung zu tragen hätten, laufen Sie bei uns offene Türen ein. Damit bestätigen Sie doch nur unsere Kernforderung: „Raus aus dem SGBV!“ Wie sonst sollten wir wieder die Verantwortung für unsere Laboratorien übernehmen, solange Kernelemente des freien Unternehmertums – von der Preisgestaltung bis

zum Wettbewerbsrecht – durch das SGB V blockiert werden? Schade, dass Sie scheinbar unsere Veröffentlichungen in anderen Medien nicht gelesen haben. Dann sonst hätten Sie ganz gewiss nicht die Behauptung aufgestellt,



Gemeinsamer Sprung über den Schatten: Herbert Stolle, Bundesvorsitzender des FVZL.

der FVZL sähe sich als Alternative zu den Innungen, seine Mitglieder würden dankbar in die Geborgenheit des BEL flüchten und ich als ihr Bundesvorsitzender wäre kurzsichtig und destruktiv. Was hat Sie veranlasst, unseren „Aufruf zum Widerstand“ zu zensurieren und nur als Fragment abdruckend? Was befürchten Sie? Dass sich die ZT-Leser eine eigene Meinung bilden? Ich könnte und dürfte so mit meinen FVZL-Kollegen nicht umgehen,

ohne auf erheblichen Widerspruch zu stoßen! Ganz und gar unverständlich ist mir Ihre Aussage, bei der Freiheit, die wir vom FVZL fordern, würden wir unter die „Räder der Politik und der Zahnärzte“ geraten. Mit dieser absurden Behauptung ha-

ben Sie sich erhebliche Erklärungs-pflichten auferlegt. So wie Sie auch sonst mit keinem Wort zu erkennen geben, wie denn konkret für Sie eine politische Lösung aussehen muss. Mit unserer Kritik an einer grundsätzlich mangelhaften Politik aus dem Hause der Ministerin Ulla Schmidt (SPD) stehen wir doch nicht allein da. Die Zahnärzte in Deutschland leiden ebenfalls unter den sozialistischen Blütenträumen der Ulla Schmidt. Erst kürzlich

haben in Bayern mehrere tausend Hausärzte gegen die langsame Austrocknung ihres Berufsstandes protestiert. Genau das stellt der FVZL auch bei der Zahn-technik fest. Ich selbst bin kürzlich von einigen mitgliederstarken Verbänden aus dem Bereich des Mittelstandes und des Gesundheitswesens beauftragt worden, die Kräfte dieser Verbände zu bündeln und zu einer gemeinsamen Aussage gegenüber der Politik zusammenzubringen. Allein während der ersten drei Wochen haben sich uns Verbände mit insgesamt 1,6 Millionen Mitgliedern angeschlossen.

Können Sie verstehen, dass ich bestenfalls mitleidig lächle, wenn sich unsere VDZI-Laienspielschar mit der Verteilung goldener Meisterbriefe und Q-AMZ-Zertifikaten profilieren möchte? Meine Frage: „Was machen die Labore, wenn die PKVen die bisher nach oben offenen Privatpreislisten existenzvernichtend auf das BEL-Niveau drücken?“ ist bisher ohne Antwort geblieben. Wenn ich dennoch – und damit komme ich auf den Anfang dieses Schreibens zurück – Ihnen ein Gespräch über Standespolitik anbiete, so tue ich das auf gleicher Augenhöhe, mit viel Respekt vor einer anderen Meinung und in der Hoffnung, dass wir eventuell in die Lage versetzt werden, gemeinsam über unsere Schatten zu springen. **ZM**

Mit freundlichen Grüßen
verbleibe ich

Herbert Stolle
Bundesvorsitzender FVZL

ZT Leserbrief

Was für ein Theater um 2.000 entlassene Mitarbeiter bei Nokia. Ein Riesenaufgebot von Politik und Gewerkschaften. Ich glaube, denen brennt der Kittel wirklich.

Seit Jahren wird unser Zahn-techniker-Handwerk unterdrückt, hintergangen und betrogen, und das gewollt von Politik und Krankenkassen. Billig! Billig!! Billig!!!

Mit einem großen finanziellen Engagement der Kassen wird der Auslandszahn ersatz geworben. So mancher Obolus fließt in dunkle Taschen. Dies bestätigte sich schon des Öfteren.

Wie lange sollen wir Zahn-techniker uns das noch anschauen?

Das Zahn-techniker-Handwerk könnte weit mehr als 2.000 Arbeitnehmer beschäftigen, wenn die Einfuhr von Zahn ersatz als Handelsware betrachtet und dementsprechend besteuert wird.

Wenn man sich überlegt, wie lange eine Auslandsbestellung unterwegs ist, bis sie beim Endverbraucher ankommt, so frage ich mich: Wer kontrolliert beim Zoll die zahn-technischen Arbeiten?

Es handelt sich schließlich nicht um ein Parfüm oder einen Golfschläger!

Mit freundlichen Grüßen aus dem Remstal an alle Kollegen

ZTM Lothar Glass • Zahn-technisches Atelier
Kirchackerweg 10 • 71384 Weinstein Beutelsbach



ZTM für Unternehmertum gelobt

Lob aus dem Munde eines Ministerpräsidenten ist nichts Alltägliches. Umso mehr konnte sich Klaus-Peter Jonas, Inhaber des Bernauer Labors Jonas Zahn-technik, gestern darüber freuen.

Brandenburgs Regierungschef Matthias Platzeck nahm wie Zahnärzte und weitere Gäste aus Politik und Wirtschaft an der exklusiven Einführung der Weltneuheit „Gesichtsbildanalyse für die Rekonstruktion des persönlichen Zahnbildes“ teil. Für die patentierte deutsche Erfindung der Gesichtsbildanalyse, in jahrelanger Forschungsarbeit von Zahn-technikermeister Manfred Wiedmann entwickelt, konnte die Bernauer Firma wichtige Anregungen beisteuern. Es führt außerdem als Pilotlabor die Praxiserprobung durch. Platzeck hat die Produkte

ANZEIGE

picodent
qualität pur. innovativ.
Implantat-rock®
Vorsprung durch
einzigartige Qualität!
Tel.: 0 22 67 - 65 80 - 0 • www.picodent.de

den Menschen gesund zu machen“, so Med. Päd. ZTM Klaus-Peter Jonas. „Unser Familienbetrieb steht für die meisterliche Qualität. Drei Zahn-technikermeister führen sowohl mit traditionellen



(v.l.n.r.) Ministerpräsident Matthias Platzeck, Petra Bierwirth (MdB), Britta Stark (Landtagsabgeordnete), Karlfried Hesse (Landesinnungsmeister der Zahn-techniker-Innung Berlin-Brandenburg) und ZTM Klaus-Peter Jonas. (Foto: Michael Paul)

der Firma als beispielgebend für die Innovationskraft der brandenburgischen Wirtschaft bezeichnet. Er betonte, dass Firmenchef Klaus-Peter Jonas mit seinen Patentanmeldungen für Qualität „made in Brandenburg“ stehe. „Betriebliche Forschung und damit einhergehende Erfindungen in zukunfts-trächtigen Branchen sind Leitgedanken der brandenburgischen Wirtschaftspolitik. Wir brauchen mehr solcher Beispiele, die von unternehmerischem Mut künden.“

„Unsere Betriebsphilosophie ist es, mit intelligenten High-End-Produkten den Menschen mehr zu geben. Unser Zahn ersatz soll nicht nur die Gesundheit des Patienten erhalten, sondern auch helfen,

Erfahrungen als auch modernsten Erkenntnissen und Methoden gemeinsam die Firma. Unsere Kraft schöpfen wir u. a. aus der Qualifizierung, eigenen Entwicklungen und Beteiligung an wissenschaftlichen Netzwerken.“ **ZM**

Märkische Oderzeitung

ZT Adresse

ZTM Klaus-Peter Jonas
Zahn-technisches Labor Jonas
Neuer Schulweg 6
16321 Bernau (bei Berlin)
Tel.: 0 33 38/27 79
Fax: 0 33 38/75 58 05
E-Mail: ztjonas@gmx.de
www.orthas.de

VDZI-Vorstand zieht ...

ZT Fortsetzung von Seite 1

1. Mit der Einführung der leistungsrechtlichen Beschränkungen durch das Festzuschuss-System liegen noch im dritten Jahr die Ausgaben der gesetzlichen Krankenversicherung mit circa 2,9 Milliarden Euro noch knapp 23 Prozent und damit mehr als 800 Millionen Euro unterhalb der Jahre 2003/2004, die Berechnungsbasis für die Umsetzung des neuen Systems waren.

2. Die Krankenkassen haben allein in den letzten drei Jahren damit den Patienten insgesamt 3,5 Milliarden Euro weniger für Zahnersatz zur Verfügung gestellt, als diese ihren Krankenkassen über ihren allein zu zahlenden Sonderbeitrag implizit für Zahnersatz selbst eingezahlt haben. Damit wird längst nicht mehr den medizinischen Versorgungsinteressen der Versicherten gefolgt, sondern vorrangig das Ziel verfolgt, in Vorberei-

tung auf den Kassenwettbewerb, sich durch eine rigide Einsparpolitik Wettbewerbsvorteile zu verschaffen.

3. Auch der Gemeinsame Bundesausschuss hält trotz dieser massiven Einsparungen an den fachlich nicht nachvollziehbaren Leistungseinschränkungen durch die Befund- und Festzuschussdefinitionen fest, die objektiv zu dieser dauerhaften Senkung des Versorgungsniveaus geführt haben. Statt sich im Sinne eines lernenden Systems flexibel an den Wirkungen in der Praxis zu orientieren, erscheint dieses wichtige Gremium nach drei Jahren eher von Einsparinteressen der Krankenkassen und Privatisierungsphantasien von Zahnärzterevertretern geprägt, die, siehe GOZ-BEMA-Angleichung und GKV-PKV-Angleichung, bloße politische Romantik sind. Auszubaden haben dies Zahnärzte und Zahn-techniker vor Ort, die ohne Not

in wirtschaftliche Existenzkrisen gestürzt wurden.

4. Kein Gesundheitspolitiker hat bisher mit der Einführung des Festzuschuss-Systems solche massiven Einsparziele verfolgt. Ziel war mehr Gerechtigkeit in der Bezuschussung, nicht deren dauerhafte Absenkung für alle. Das neue System hat den Anspruch an mehr Gerechtigkeit bisher nicht erfüllt, denn die Belastungen durch verminderte Zuschüsse der Kassen bei Regelversorgungen treffen die Falschen. Hierauf deutet die dauerhaft niedrige Fallzahl ebenso hin wie der unverändert hohe Anteil der Reparatur- und Erweiterungsfälle, der immer noch bei rund 60 Prozent liegt. Tatsächlich leisten sich viele Patienten weniger oder nur einfachere Versorgungen.

5. Ohne Wenn und Aber ist nach drei Jahren Festzuschuss-Experiment zudem festzustellen, dass Intransparenz, falsche Anreize und Widersprüche eine Subkultur aus Zuschussakrobatik und



Quelle: Statistisches Bundesamt (vorläufige Ergebnisse)/Eigene Berechnungen ab 2000, Niveau Bund. Der Preisindex im ZT-Handwerk errechnet sich aus den erzielten Vergütungsergebnissen, wobei eine Gewichtung nach Größe der Vertragsbereiche erfolgt. Rückwirkende Änderungen sind aufgrund der statistischen Methodik möglich.

Preisdumpingmentalität gefördert haben und dabei vorrangig die Patienten und die Zahntechniker, und mittelfristig die qualitätsorientierten Versorgungsstrukturen die wirklichen Opfer sind. Nicht wer diese Entwicklungen kri-

tisiert, arbeitet gegen das neue Festzuschuss-System, sondern wer die notwendigen Anpassungen blockiert und damit seinen Erfolg verhindert.

6. Der VDZI bedauert daher, dass die verantwortliche Zahnarztorganisation von dieser fatalen Fehlsteuerung immer noch abzulenken versucht, statt beherzt und flexibel Korrekturen bei den Befunden und Festzuschüssen bei den Regelversorgungen im Interesse der Patienten vorzunehmen. Es gilt wieder berufsständisch selbstbewusst für eine ausreichende Finanzausstattung in GKV und zukünftig auch in der PKV für ein möglichst hohes zahnmedizinisches Versorgungs- und Qualitätsniveau beim Zahnersatz für die Bevölkerung zu sorgen.

7. Die strukturellen Fehlentscheidungen bei der Festlegung der Befunde und Festzuschüsse haben dabei zu ruinösen wirtschaftlichen Bedingungen bei den zahntechnischen Labors geführt.

8. Seit 2005 hat das Zahntechniker-Handwerk zur Rettung der Betriebe mehr als 10.000 Beschäftigte entlassen müssen; qualifizierte Ausbildungsplätze mussten aus Kostengründen massiv abgebaut und den verbleibenden Mitarbeitern zur Erhaltung ihres Arbeitsplatzes teils deutliche Lohninbußen zugemutet werden. Eine Vielzahl der Laborinhaber konnte ihre betriebliche Existenz nur retten, indem sie ihre private Altersversorgung aufgelöst und dem Betrieb zur Stärkung der Liquidität zur Verfügung gestellt haben.

9. Um die eigene Verantwortung für die Fehlentwicklungen und die niedrigen Kassenzuschüsse nicht zu thematisieren, zündeln einzelne Krankenkassen an einem neuen Verteilungskampf zwischen Patient, Zahnarzt und Labor, indem sie die wirtschaftliche Notlage einzelner Labore ausbeuten und rechtswidrige Einzelverträge mit Billigstangeboten schließen und diese mit ihrer Informations- und Organisationsmacht bei den Patienten als Maßstab für das Preisniveau vorgeben. Die aktuellen Preise der Zahntechnik sind jedoch durch permanente Absenkungsorgien des Gesetzgebers seit 15 Jahren praktisch unverändert. Misst man dies an der allgemeinen Preis- und Einkommensentwicklung, so ist die moderne Zahntechnik sogar so preisgünstig wie nie.

10. Gleichzeitig wirft das geradezu fatalistische Hinnehmen

dieser Einzelverträge von Laboren und Zahnärzten durch die KZBV die grundlegende Frage auf, ob die Zahnärzteschaft die werkvertragliche Beziehung zwischen Zahnarzt und Labor, und damit das Auslagenprinzip überhaupt,

ANZEIGE



ANZEIGE



noch wirksam als Grundpfeiler der Strukturqualität verteidigen möchte.

11. Der VDZI appelliert daher an die Verantwortlichen bei Krankenkassen und Zahnärzterevertreter, endlich mit mutigen Entscheidungen die Rahmenbedingungen für eine qualitätsorientierte Zahnersatzversorgung für alle Versicherten wiederherzustellen. Hierfür sind die Befunde und Festzuschüsse neu an den realen Versorgungsanforderungen zu orientieren. Ebenso notwendig ist aber auch, dass Krankenkassen und Zahnärzterevertreter mit fairen Verträgen für die Sicherung eines wohnortnahen leistungsfähigen Handwerks sorgen, statt mit ihrer Organisations- und Marktmacht ihre einseitigen finanziellen Interessen auf dem Rücken der zahntechnischen Handwerksbetriebe zu verfolgen. An Zahnärzte und Zahntechniker vor Ort appelliert der VDZI, trotz aller Schwierigkeiten konsequent an der gemeinsamen Qualitätsorientierung in der bewährten Zusammenarbeit festzuhalten und damit selbstbewusst und offensiv gegenüber den Patienten gemeinsam für die herausragenden Leistungen zu werben. Zahntechnische Meisterbetriebe der Innungen sind und bleiben die Experten für den Zahnarzt, wenn es um beste Lösungen für die Patienten geht. ZT

ZT Adresse

VDZI
Verband Deutscher
Zahntechniker-Innungen
Gerbermühlstraße 9
60594 Frankfurt am Main
Tel.: 0 69/66 55 86-0
Fax: 0 69/66 55 86-30
E-Mail: info@vdzi.de
www.vdzi.de

coltène®
GI-MASK® AUTOMIX
New Formula

Kompromisslos in Funktion und Ästhetik

- Schnelle, sparsame und einfachste Applikation
- Bis zu 60 % weniger Materialverlust dank ökonomischer Mixing Tips
- Gut beschneid- und beschleifbar
- Hohe Reißfestigkeit



„Gi-Mask Automix New Formula besitzt eine hervorragende Elastizität und eine hohe Reißfestigkeit, die ideales Arbeiten bis zur Fertigstellung ermöglicht.“

Zitat: Zahntechnisches Labor „ZahnArt“ (Dornbirn, Österreich)

Coltène/Whaledent GmbH + Co. KG
Raiffeisenstraße 30
89129 Langenau/Germany
Tel. +49 (0)7345 805 0
Fax +49 (0)7345 805 201
productinfo@coltenewhaledent.de

www.coltenewhaledent.com

coltène
whaledent

ZT WIRTSCHAFT

Marketing mit dem Medium Internet – heute untrennbar verbunden

Die Begriffe Internet- und Online-Marketing sind fester Bestandteil des Marketing-Mix und gewinnen weiter an Bedeutung. In diesem Artikel gibt Software-Entwickler und Webdesigner Thomas Burgard einen fundierten Einstieg über die Möglichkeiten und Nutzung des Internet- und Online-Marketing für Dentallabore.



Einführung

Durch die rasante technologische Entwicklung hat das Internet in sage und schreibe knapp 15 Jahren nun fast alle Bereiche eines Unternehmens durchdrungen, insbesondere den Bereich Marketing. Man kann sagen, dass für die meisten Unternehmen die Plattform Internet mit den dazugehörigen Diensten mittlerweile die wichtigste Kommunikationsform mit dem Kunden darstellt, ohne allerdings die klassischen Kommunikationsformen und Marketinginstrumente zu ersetzen. Die neuen Marketinginstrumente auf der Plattform Internet lauten „Internet- und Online-Marketing“.

Ein wesentlicher Beitrag zum Marketingserfolg des Internets stellt die Möglichkeit der Interaktion mit den Kunden dar. Das amerikanische Softwareunternehmen Google hat mit seiner intelligenten Suchmaschine und Unternehmens-Applikationen wie z. B. AdWords/AdSense, Analytics und GoogleMaps das Internet regelrecht revolutioniert. Unternehmen können mit den Google-Applikationen die eigenen Internetauftritte kundenorientiert optimieren und die Marketinginitiativen stärken. Laut einiger Institute wächst der Internet-Werbemarkt weiterhin überproportional und bedeutet gerade für Kleinunternehmen Handlungsbedarf.

Kleine Unternehmen bis hin zu großen Konzernen benötigen heute das Internet als Plattform für Marketingmaßnahmen und „E-Commerce-Lösungen“. Mittlerweile wird ein Großteil des Handels, der Werbung und der Kundengewinnung bzw. Kundenbindung online abgewickelt. Tendenz steigend. Der Gesamt-Marketing-Mix ist also um die Komponenten Internet- und Online-Marketing-Mix erweitert.

Die Funktionen des Internets für Unternehmen

Zunächst muss geklärt werden, welche Funktionen das Internet für Unternehmen erfüllen kann. Gerade für den Einsatz im Marketing müssen die folgenden Internetfunktionen bekannt sein:

- Kommunikations-Plattform (E-Mail, IP-Telefonie, Chat, Foren, Weblogs usw.)
- Plattform für die Unternehmenspräsentation (z. B. Website des Unternehmens)
- Plattform für die Markenwerbung
- Plattform für den Vertriebskanal
- Abgrenzung zu den Konkurrenten in der Branche
- Plattform für Beschaffungsmarketing
- Plattform für die Kundenbindung (z. B. Newsletter).

Die aufgezählten Internetfunktionen haben in den letzten Jahren, gerade durch den flächendeckenden Ausbau von Hochgeschwindigkeitsanschlüssen wie DSL, für Unternehmen und insbesondere für Kleinunternehmen massiv an Bedeutung gewonnen. Der Grund liegt in den (im Vergleich zu anderen Medien und bei bestehender IT-Infrastruktur) geringeren Kosten, der Möglichkeit der direkten Interaktion mit den potenziellen Kunden und der Multimedia-Fähigkeit. Jedoch müssen gerade kleinere Unternehmen beim Einsatz von Internet-Marketing auf höchste Effizienz achten; außerdem sollten die Kosten gering bleiben.

ANZEIGE

Dem Internet-Marketing-Betreiber werden also gute Kenntnisse der multimedialen Kommunikationsplattform Internet mit deren Funktionen und entsprechendem Einsatzgebiet abverlangt. Des Weiteren darf der Internet-Marketing-Betreiber die rasante Entwicklungsge-

schwindigkeit der Internet-technologie nicht außer Acht lassen. Zu schnell könnten sich sonst Geschäftsnachteile durch veralteten Technologieeinsatz ergeben. Als Beispiel sei hier Webdesign für die Unternehmens-Website genannt. Immer schneller kommen hier Technologien wie

zentraler Bestandteil des Internet-Marketing ist die eigene Unternehmens-Website.

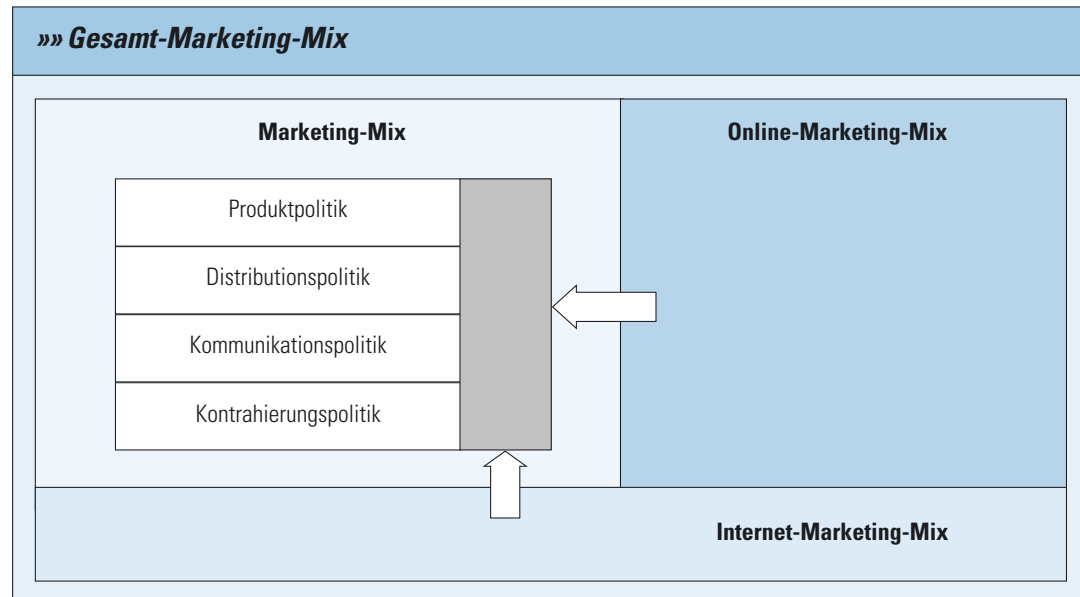
Online-Marketing: Das Online-Marketing beschreibt alle Maßnahmen, die darauf abzielen, die Benutzer auf die eigene Unternehmens-Website zu lenken. Daraus soll

besteht aus den Phasen Situationsanalyse, Planung, Durchführung und Kontrolle bzw. Rückkopplung. Der OMP ist ein permanenter Prozess und stößt sich immer wieder von Neuem an, außerdem sollte er schriftlich oder elektronisch dokumentiert werden. Für das Internet- und

zester Zeit die drei „W“ beantworten: *Wer bietet Wem Was?* Nicht zu vergessen ist noch das vierte W: *Wo finde ich was?* Der Besucher auf der Website beurteilt in Sekunden, ob sich der Besuch für ihn auch gelohnt hat. Das bedeutet, dass die erste Seite der Website, genannt Homepage, entscheidend zum Erfolg beiträgt. Eine Unternehmens-Website als erfolgreiches Marketinginstrument muss viele entscheidende Punkte beachten:

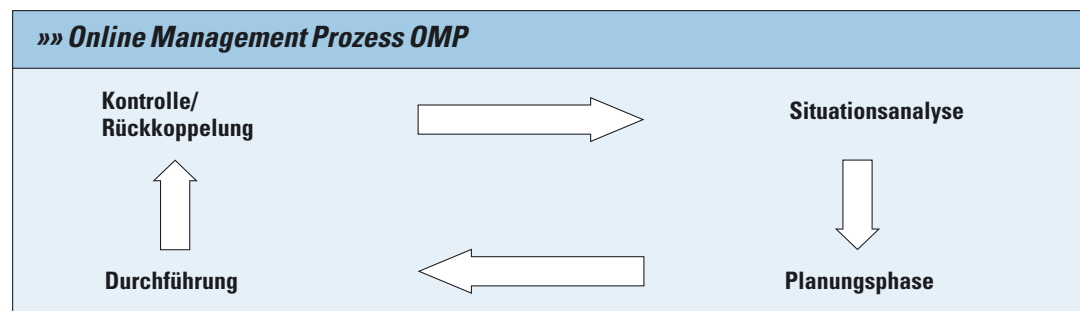
- Einhaltung von Standards bei der Erstellung des Internetauftritts (z. B. Trennung von Design und Inhalt mittels Einsatz von „Cascading Style Sheets“, CSS)
- Klar strukturiertes Design der Webseiten (unbedingte Beachtung der Regeln des Webdesigns)
- Corporate Design und Corporate Identity beachten
- Beschreibung des Leitfadens des Unternehmens
- Vorhandensein eines Nutzens bzw. Mehrwerts für die Zielgruppe(n)
- Herausstellen der Marke(n)
- Gut strukturierter und aussagefähiger Inhaltstext
- Genügend Querverlinkungen
- Aussagefähige Überschriften
- Schnelle Ladezeiten
- Vorsichtige Auswahl verwendeter Grafiken und Logos (nicht zu viele Grafiken verwenden)
- Gewährleistung der Benutzerfreundlichkeit, z. B. gute Orientierung und einfache Navigation
- Vorhandensein von Suchfunktion und Sitemap (bei größeren Internetauftritten)
- Im Gesundheitswesen sollte das Thema „Barrierefreiheit“ für einen benutzerfreundlichen Zugang berücksichtigt werden (Farbkontraste, veränderbare Schriftgrößen, „Skipnavigation“, flexible Layouts und vieles mehr ...)
- Druckfähigkeit der Webseiten
- Verwendung eines CMS – „Content Management System“ (bei größeren Websites)
- Optimierung der Website für Suchmaschinen (z. B. Google)
- Formalien wie Impressum, Datenschutz und Haftungsausschluss.

Abschließend kann gesagt werden, dass eine Unternehmens-Website einen individuellen Eindruck des Unternehmens widerspiegelt und als Marketinginstrument verhältnismäßig kostengünstig ist. Gerade in der Dentalbranche werden Patienten künftig häufiger im Internet vergleichen und somit indirekt zum Erfolg des Unternehmens beitragen. Bedingt durch die Globalisierung gewinnt die Internetpräsenz als Marke-



Internet- und Online-Marketing im Gesamt-Marketing-Mix.

(Quelle: Thomas Burgard/Grafik: Oemus Media AG)



Der Online Management Prozess.

(Quelle: Thomas Burgard/Grafik: Oemus Media AG)

z. B. CSS (Cascading Style Sheets), Flash, Barrierefreiheit, Web 2.0, PHP, JavaScript usw. zum Einsatz und lassen länger nicht angepasste Websites sehr schnell technologisch veralten.

Was bedeutet Internet- und Online-Marketing?

In der Fachliteratur werden die Begriffe Internet- und Online-Marketing oft nicht getrennt, was jedoch falsch ist. Das Internet stellt die Plattform für die unterschiedlichsten Dienste zur Verfügung. Für das Marketing ist die effektive Nutzung der einzelnen Dienste von zentraler Bedeutung. Im Folgenden werden beide Begriffe voneinander abgegrenzt und separat beschrieben.

Internet-Marketing: Hier werden die Internetdienste (z. B. WWW, E-Mail, FTP etc.) zielorientiert für das Marke-

dann ein direktes oder indirektes Geschäft resultieren.

Internet- und Online-Marketing im Marketing-Mix

Der einfache vierteilige Marketing-Mix (auch „Vier-P-Marketing-Mix“ genannt) besteht aus den Bereichen

1. **Product** (Produktpolitik)
2. **Place** (Distributionspolitik bzw. Vertrieb)
3. **Promotion** (Kommunikationspolitik)
4. **Price** (Kontrahierungs- bzw. Preispolitik).

Internet- und Online-Marketing sind Bestandteile des Gesamt-Marketing-Mix, beeinflussen den vierteiligen Marketing-Mix.

Bevor Marketing-Aktivitäten gestartet werden, müssen sich Dentallabore eine genaue Marketingstrategie erarbeiten. Dabei hilft der sogenannte „Online Management Prozess“ (OMP). Der OMP

Online-Marketing ist allerdings jeweils ein eigener OMP zu erstellen.

Internet-Marketing

Zentraler Bestandteil des Internet-Marketings ist die unternehmenseigene Internetpräsenz bzw. Website. Die Website stellt das Zentrum aller Aktivitäten dar. Das Ziel ist immer, die unterschiedlichen Online-Marketinginstrumente geschickt und clever so einzusetzen, dass letztendlich Besucher auf die Website gelenkt, dort gebunden und zu Käufern gemacht werden. Eine Website kann für ein Unternehmen u. a. folgende Ziele haben:

- Präsentation des Unternehmens
- Markenwerbung und Unterstützung der Markenpflege
- Direkte und indirekte Neukundengewinnung
- Kundenbindung
- Ansprechen bestimmter Zielgruppen
- Erweiterung der Kommunikationsmöglichkeiten
- Verkürzung von Kommunikationswegen
- Öffentlichkeitsarbeit
- Erweiterung und Verbesserung des Service-Angebots
- Verkürzung von Lieferzeiten der Produkte.

Was muss bei der Erstellung der Website berücksichtigt werden? Prinzipiell sollte die Website dem Besucher in kür-



ZT Fortsetzung von Seite 8

tinginstrument immer mehr an Bedeutung und ist für Unternehmen mittlerweile ein Muss.

Online-Marketing

Das Internet hat die Printmedien hinsichtlich der täglichen Nutzungsdauer bereits deutlich überholt. Immer mehr Unternehmen verwenden immer mehr Budget für Online-Marketingmaßnahmen. So werde sich – laut einer kürzlich veröffentlichten Studie des Marktforschungsinstituts Forrester Research – das Online-Marketingvolumen in Europa in den nächsten fünf Jahren verfünffachen. Auch in der Dentalbranche ist ein deutlicher Zuwachs zu verzeichnen. Folgende Online-Marketinginstrumente zeigen sich derzeit als relevant und werden hier beschrieben:

- Affiliate-Marketing
- Suchmaschinenoptimierung (SEO)
- Keyword-Advertising
- Online-Werbung
- E-Mail-Marketing
- Cross-Media-Marketing
- Performance-Marketing.

Affiliate-Marketing

Beim Affiliate-Marketing im Online-Kooperationsmanagement bewirbt ein Partner (Affiliate) Produkte oder Dienstleistungen anderer Unternehmen (Merchant) auf seiner oder einer ganz bestimmten Website. Die Vermarktung der Produkte erfolgt beim Partner durch eine Verlinkung. Der Affiliate erhält für jede Transaktion oder Vermittlung eines Geschäftes vom Merchant eine Provision. Die Art und Höhe sind zu verhandeln. Als bekanntestes Beispiel sei hier das Unternehmensangebot „AdSense“ des amerikanischen Unternehmens Google genannt (www.google.de/services/adsense_tour/index.html). Affiliate-Marketing befindet sich weiter auf dem Vormarsch und stellt eine kostengünstige Online-Marketingmaßnahme dar, allerdings müssen gerade Kleinunternehmen das Budget hierfür immer wieder überprüfen.

Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Web-Statistik

Search Engine Optimization (SEO) sind Maßnahmen, um Webseiten durch eingeebete Suchbegriffe in den Ergebnissen der Suchmaschinenbetreiber nach vorne zu bringen. Technisch geschieht dies durch komplexe mathematische Algorithmen. Bei der Firma Google wird der sogenannte „Page-Rank-Al-

gorithmus“ hergenommen, um die Suchergebnisse anzuordnen. SEO ist für Website-Betreiber deshalb von entscheidender Bedeutung, weil doch die meisten Besucher über Suchmaschinen-Ergebnisse auf die Website gelangen. Hier gilt:

Die ersten drei Plätze in den Suchergebnissen werden von 100 % der Suchenden gelesen. Auf den Plätzen 10 und abwärts schauen dann nur noch ca. 10 %.

Für viele Unternehmens-Websites ist deshalb SEO zum strategischen Mittel für den Erfolg der Website geworden. Die wichtigsten Suchmaschinen sind: Google, Yahoo, MSN Search, AOL Search, Lycos, Alta Vista, Web.de, Freenet und Fireball.

Welche sind nun die entscheidenden Schritte des Suchmaschinen-Marketings?

- Sinnvolle Wahl des Domainnamens
- Keyword-Advertising (wird weiter unten beschrieben)
- Page-Rank (= den Wert einer Seite von der Anzahl der eingehenden und aus-

Schlagwörter eingeblendet. Dadurch wird erreicht, dass die gewünschte Zielgruppe mit dem passenden Themengebiet erreicht wird. Das bekannteste Produkt ist sicherlich „AdWords“ der Firma Google.

Online-Werbung

Online-Werbung ist im Prinzip Werbung mit Text, Grafik und Banner im Internet. Sie wird in verschiedenen Kategorien eingeteilt. Bestens bekannt ist die Online-Werbung mittels Suchmaschinen oder Partnerprogrammen wie Affiliate-Marketing. Der Werbetreibende versucht also zielgerichtet, die Besucher oder potenziellen Kunden auf die eigene oder eine ganz bestimmte Website zu führen. Zum Einsatz kann auch eine „Landing Page“ kommen. Das ist eine speziell eingerichtete, zielgruppenorientierte Webseite eines Unternehmens, die nur über einen Werbeklick angezeigt wird. Sie werden erzeugt, um in Bezug auf bestimmte Begriffe in Suchmaschinen besonders gute Ergebnisse zu erzielen.



Image kann großen Schaden davontragen.

E-Mail-Marketing ist nur erfolgreich, wenn der Inhalt relevant für die Zielgruppe ist. Die Erstellung und das Design einer E-Mail müssen so

– Der Erfolg oder Misserfolg ist besser analysierbar.

Cross-Media-Marketing

Beim Cross-Media-Marketing werden verschiedene aufeinander abgestimmte Internet- und Online-Marketinginstrumente verwendet. Hier liegt der Schwerpunkt nicht in der Versendung der Werbebotschaft, sondern es werden mindestens drei Medien angeboten (z.B. Print, Internet und TV). Die heutige Technik ermöglicht es, die drei Marketing-Medien zusammenzuführen. Die Schwierigkeit liegt hier in der für eine optimale Wirkung nötige Abstimmung und Koordinierung der einzusetzenden Medien. Die Unternehmen müssen dieses Marketinginstrument mit großer Vorsicht einsetzen, da die Kosten sehr schnell ansteigen können. Die Zukunft gehört dem Cross-Media-Marketing; bereits jetzt sind schon die Mediennutzer crossmedial unterwegs. Durch die Vielfalt der Medien kann der Mediennutzer die Leistungen und den Service eines Anbieters besser vergleichen und selektieren. Andererseits eröffnen die modernen Medien ganz neue Möglichkeiten der Ansprache:

- Cross-Media-Marketing ermöglicht einen zeitlich immer besser aufeinander abgestimmten Einsatz.
- Die Verknüpfung der Medien wird kontinuierlich verbessert.
- Die Inhalte der Werbekanäle lassen sich immer besser verbinden.
- Die einzelnen Werbekanäle können effektiver dosiert werden.

Performance-Marketing

Performance-Marketing dient der Neukundengewinnung und Kundenbindung und beschreibt den Einsatz der verschiedenen multimedialen, erfolgsbasierten Marketinginstrumente. Das Ziel ist ganz klar eine messbare Reaktion und/oder Transaktion mit dem Nutzer. Beim Performance-Marketing kommen die Internet- und Online-Marketinginstrumente vernetzt und integriert zum Einsatz, außerdem wird der Kunde personalisiert angesprochen. Gezieltes Performance-Marketing bedarf genauer Kenntnisse der gesamten Internet- und Online-Marketingmaßnah-

men und kann, wenn clever eingesetzt, schnell zum gewünschten Erfolg führen. Der messbare Erfolg des Online-Marketings ist der Grund dafür, dass die Umsätze in der Online-Werbung deutlich gestiegen sind, auch hier ist die Tendenz steigend.

Ausblick

Die Kommunikationsplattform Internet ist gerade im Bereich Marketing für Unternehmen zum Dreh- und Angelpunkt geworden. Besonders die kleinen Unternehmen profitieren sehr stark von der Internettechnologie und können kostengünstig Marketingmaßnahmen durchführen. Durch die steigende Konvergenz der verschiedenen Medien werden immer leistungsfähigere Marketinginstrumente geschaffen, die leicht individuell anzupassen sind und sich dabei zielgerichtet sowie messbar einsetzen lassen. Der wirtschaftliche Erfolg der Unternehmen wird immer stärker durch Internet- und Online-Marketingmaßnahmen in Koexistenz zu den klassischen Marketingmaßnahmen bestimmt. Deshalb sollten auch Dentallabore zielgerichtet Internet- und Online-Marketingmaßnahmen einsetzen. ZT

ZT Der Autor

Autor Thomas Burgard entwickelt Dentallabor-Management-Software und erstellt professionelle Internetauftritte für Unternehmen.

ZT Adresse

Dipl.-Ing. (FH) Thomas Burgard
Bavariastr. 18b
80336 München
Tel.: 0 89/54 07 07-00
Fax: 0 89/54 07 07-11
E-Mail: info@burgardsoft.de
www.burgardsoft.de



gehenden Links abhängig zu machen)

- Einsatz von Cascading Style Sheets (CSS)
- Richtige Textgestaltung (Schlüsselwörter müssen im Text enthalten sein)
- Auswahl der richtigen Überschriften.

Web-Statistik

Web-Statistik bzw. Web-Analyse ist mittlerweile zu einem wichtigen Thema für Unternehmen geworden. Hierbei wird das Verhalten der Website-Besucher mittels Analyse-Tools gemessen. Unternehmen gewinnen dabei wichtige Informationen für ihr Marketing.

Keyword Advertising

Keyword Advertising basiert auf der richtigen Auswahl von Schlüsselwörtern, nach denen Besucher im Internet suchen. Diese Schlüsselwörter können bei unterschiedlichen Anbietern gebucht werden. Sucht ein Benutzer auf einer Suchmaschine nach einem Schlüsselwort, wird auf der Ergebnissseite die entsprechende Anzeige eingeblendet. Klickt der Besucher auf die Anzeige bzw. den Link, wird eine Gebühr für den Klick generiert (pay per click). Die Werbung wird nur nach Eingabe bestimmter

Landing Pages werden als HTML-Dateien erstellt, die unter Berücksichtigung auf eine besondere Gewichtung von ausgewählten Suchbegriffen entworfen werden.

E-Mail-Marketing

E-Mail-Marketing gehört in den Bereich Direktmarketing und ist ebenfalls ein wachstumsstarkes Marketinginstrument, da E-Mails vergleichsweise kostengünstiger als die klassische Papier-Werbung, besser personalisierbar und wesentlich schneller produzierbar sind. Unternehmen müssen allerdings aufpassen, dass die Regeln des klassischen Direktmarketings nicht einfach auf eine E-Mail übertragen werden dürfen. Es gibt zwei Arten des E-Mail-Marketings:

- Newsletter (Informations-Charakter mit Kundenbindung)
- E-Mailing bzw. „Stand Alone“ (Werbe-Charakter). E-Mail-Marketing erscheint im ersten Augenblick einfacher als es in Wirklichkeit ist. Sorgfältig müssen die Zielgruppen, das Erscheinungsbild, Individualisierung und die Personalisierung untersucht bzw. eingesetzt werden. Hier können Unternehmen fatale Fehler begehen und das

hochwertig wie möglich sein (das Unternehmen sollte sich einen eigenen Design-Guide erstellen).

Für Dentallabore ist der Einsatz von E-Mail-Marketing

ANZEIGE

www.sds-meisterschulung.de

Typisch...
SDS

berufsbegleitende
Meisterprüfungsvorbereitung

Fon: 08083 613
mail: info@sds-meisterschulung.de

mit Sicherheit interessant und kann mit großer Vorsicht für Neukunden-Gewinnung und Kundenbindung erfolgreich eingesetzt werden.

Die Vorteile von E-Mail-Marketing liegen klar auf der Hand:

- E-Mail-Adressen können schnell besorgt werden
- E-Mail-Adressen ändern sich nur sehr selten
- Produktion von E-Mails ist kostengünstiger
- E-Mails können in unterschiedlichen Formaten (HTML, reiner Text oder kombiniert) versendet werden
- E-Mail-Versand lässt sich besser protokollieren

ANZEIGE

Qualität –
made
in Germany

www.kometdental.de

Komet

Qualität zahlt sich aus

Zahntechnische Arbeiten aus China – wo ist denn das Problem?

Sobald die Rede auf „Auslandszahnersatz“ kommt, erheben sich die Stimmen. Schnell werden Vorurteile als Argumente ins Feld geführt und hoch gekocht, deren Wahrheitsgehalt selten hinterfragt wurde. Hierzu eine Einschätzung von Holger Kusch, Geschäftsführer der UDS – United Dental Service GmbH aus Ettlingen.

Ganz am Anfang meiner beruflichen Laufbahn durfte ich verschiedene Seminare besuchen und irgendwo in dem Block „Verhandeln und verkaufen, Teil 1–3“ habe ich gelernt (und bis heute nicht vergessen): „Wer den Wettbewerb schlecht macht, hat keine guten Argumente für sein eigenes Produkt!“

„Konkurrenz belebt das Geschäft“, heißt es doch so schön und z.B. bei den Energieversorgern wird der Ruf nach mehr Wettbewerb immer lauter. Es geht ja schließlich auch um das eigene Geld! Wie mehr Wettbewerb funktioniert, hat ja der Telekommunikationsmarkt gezeigt. Gut, nicht alle, die ihren Arbeitsplatz verloren haben, sind beim Wettbewerb untergekommen und wenn Nokia in Bochum ein Werk schließt, dann ist das in der öffentlichen Meinung genau so ein Verbrechen wie einst bei BenQ-Siemens – nur ist genau diese Öffentlichkeit kaum noch bereit, für ein Mobiltelefon mehr als 1,00 € zu bezahlen – wenn überhaupt so viel!

Die Dentalbranche durchlebt diese Marktänderung hin zu mehr Wettbewerb gerade und seit ich mich über UDS (United Dental Service GmbH) mit ausländischem Zahnersatz beschäftige, erlebe ich immer wieder, dass es offensichtlich keine guten Argumente für deutschen Zahnersatz zu geben scheint!

Warum wird von verschiedenen Innungen bei Zahnersatz aus China oft der Zusatz „risikobehafteter Billigzahnersatz“ benutzt und woher kommt das Wissen, dass in China „Ziegenhirten ohne Ausbildung“ die gleiche Qualität wie deutsche Zahntechniker liefern sollen? Der Vergleich von Zahnersatz mit bleibelastetem Spielzeug aus China hat ungefähr die gleiche Aussagekraft wie die, dass es in Deutschland ausschließlich „Gammelfleisch“ zu kaufen gibt. Es wird immer wieder beschrieben, dass bei chinesischem Zahnersatz minderwertige Materialien in schlechter Qualität verarbeitet würden und dass es keine Kontrollen gäbe.

Ist diese Stimmungsmache vielleicht beabsichtigt, um die Nachfrage nach chinesischem Zahnersatz in eine „Schmuddelecke“ zu drängen oder zumindest einen ethischen Konflikt zu schüren? Liegt es daran, dass die Arbeiten aus dem Reich der Mitte viel besser sind, als sie es sein dürften und somit den hiesigen Verbänden die Argumente ausgehen?

Nun, ich selbst habe fünf Jahre in Asien gelebt; ein namhaftes Dentalunterneh-

men in China zu vertreten gehörte zu meinem Aufgabengebiet. Nahezu alle namhaften Dentalunternehmen aus Deutschland, Europa und den USA verkaufen ihre Produkte in Asien. Nicht immer unter demselben Namen oder auch mal in anderer Verpackung (das hat meist etwas mit der Vermeidung von Re-Importen

stellende Labor vom TÜV Süd, München, nach ISO 9001:2000 zertifiziert und unterzieht sich auch der regelmäßigen Audits. Es werden ausschließlich Markenprodukte europäischer und US-amerikanischer Hersteller verwendet und seit Beginn des Jahres 2008 liegt jeder Arbeit eine Liste aller verwendeten Materialien bei.

lem? Ist es einfach nur, dass der Exportweltmeister seinen Binnenmarkt schützen möchte? Ist es die Angst, dass die Qualität aus China so gut wie oder besser sein könnte als Zahnersatz aus Deutschland? Oder liegt es vielmehr daran, dass in einem schon immer regulierten Markt, der nun seit 2005 neuen Restriktionen

es ist auch richtig, dass es Regelungen für Härtefälle gibt und gibt und dass „verhandlungssichere“ Zahnärzte manch verunsicherten Laborinhaber zu sogenannten Mischkalkulationen getrieben haben. Diese Mischkalkulationen oder gar Dauertiefpreise (deutlich unter BEL) aus deutschen Laboren sind

Zahnersatz aus China genauso gut ist wie ein deutsches Produkt? UDS jedenfalls tut dies nicht – um das zu erfahren, müsste man sich allerdings mit unseren Broschüren und mit uns auseinandersetzen. Zahnarzt und Kunde können aus China ein ordentlich gefertigtes zahntechnisches Standardprodukt erwarten, das ausreichend, zweckmäßig und wirtschaftlich ist. Persönliche Farbbestimmung durch den Zahntechniker, individuelle Farb- oder Formcharakteristika, Materialvielfalt und Gesamtspektrum der Zahntechnik sind Kriterien, die ein „China-Kunde“ nicht erwarten kann und auch im Regelfall nicht erwartet. Kunden für Auslandszahnersatz sind überwiegend Menschen, die sich in Deutschland gefertigte Kronen und Brücken nicht leisten können und viel wichtiger diejenigen, die sich deutschen Zahnersatz nicht leisten wollen. Die Budgets dieses Personenkreises sehen keine oder nur geringe Mittel für die Zahnerhaltung vor. Die Budgets sind für aus deren Sicht wichtigere Dinge verplant. Die Deutschen haben allein für Urlaub im Jahr 2007 rund 55 Mrd. Euro ausgegeben und die Branche rechnet für 2008 mit einem Zuwachs um eine weitere Milliarde. Bevor im Seitenzahnbereich Geld für den Eigenanteil ausgegeben wird, fliegt man für dieses Geld lieber eine Woche an den Ballermann. Mit Zahnersatz von UDS hat das deutsche Meisterlabor als unser Partner die Möglichkeit, auch diesen Kundenkreis zu bedienen – ohne unter die eigenen kalkulatorischen Selbstkosten zu gehen. Im Gegenteil: unsere Partner bekommen für ihre Leistung am Auslandszahnersatz eine angemessene Vergütung, während sich der Kunde mit seinen neuen Zähnen am Ballermann vergnügt. Die Mittel- und Oberschicht in Asien und gerade in China (hier vor allem Peking und Shanghai) wächst mit rasender Geschwindigkeit. Wo sind die chinesischen Handelsunternehmen, die in Kooperation mit den deutschen Innungen oder direkt mit den zahntechnischen Meisterlaboren High-End-Zahnersatz „made in Germany“ anbieten? Wo Porshe, Prada und Rolex



zu tun), aber die Materialien sind identisch – in unserer Branche sind die Kosten einfach zu hoch, eine eigene Marke aufzubauen oder eine Extraproduktion mit Lagerhaltung und Folgekosten für einen bestimmten Markt zu etablieren. Übrigens gibt es ganz wenige lokale Hersteller für Medizinprodukte im Dentalbereich – was sich aber mittelfristig auch ändern dürfte.

Im Falle von UDS ist das her-

Für eventuelle Rückfragen stehen wir permanent mit den beiden deutschsprachigen Mitarbeitern im chinesischen Labor in Kontakt, und stellen so auch die Qualität unserer Arbeiten sicher. Zusammen mit einem unserer Gesellschafter, einem deutschen Dentalunternehmen, unterhält UDS Büros in Shanghai und Hongkong, was uns eine weitere Möglichkeit der Kontrolle und Marktnähe gibt.

Wo liegt denn nun das Prob-

unterliegt, Wettbewerb nicht gewünscht ist, da Wettbewerb auch verlangt, sich und seine Leistungen zu positionieren und zu kommunizieren? Hatten die Kunden – oder Patienten, wie diese meist fälschlicherweise noch genannt werden – denn überhaupt eine Wahl in der Vergangenheit? Ja richtig, sie hatten die Wahl zwischen Zahnersatz oder keinem Zahnersatz! Eine Wahl, die mich als Patient nur wenig befriedigen würde. Ja,

wirtschaftlich auch kurzfristig ungesund! Hier sind die Innungen gefordert, um unterstützend einzugreifen. Allerdings nicht durch unsachliche Polemik gegen Auslandszahnersatz, sondern durch eine bessere Positionierung des hier gefertigten Zahnersatzes und die dazugehörige Werbestrategie.

Hier ist der Knackpunkt, die Chance, die sich für die deutschen Zahntechniker bietet! Wer behauptet denn, dass

Jeder Zahnersatz ist Auslandszahnersatz – fast überall.

nachgefragt werden, da ist auch Nachfrage und Geld für deutsche Wertarbeit in der Zahntechnik!

ANZEIGE

PURAN CC



ALLERGIEPROBLEME?

Methylmetacrylat- und monomerfreie **Prothesenkunststoffe!**

PURAN HC

PURAN HC Einkomponenten-Prothesenmaterial
Kein **zusätzlicher Geräteaufwand** zur
Verarbeitung. Nur Kuvette-Topf.

PURAN CC zur Verarbeitung in der Gießtechnik,
für Unterfütterungen und Reparaturen

Für eine einwandfreie Trennung Kunststoff/Gips
empfehlen wir die Spezialisierung **SEPARATOR**.

35 g Dose
PURAN HC € 29,-
100 g/100 ml
PURAN CC € 59,-
Preisänderung vorbehalten

LOGO-DENT®

Ausgesuchte Dental-Spezialitäten

Postfach 1261 · 79265 Bötzingen
Telefon 0 76 63/ 30 94 · Fax 52 02
e-mail: info@logo-dent.de

Klicken - staunen - sparen.
www.logo-dent.de

zzgl. MwSt. ·
Preisänderungen vorbehalten

ZT Adresse

United Dental Service GmbH
Pforzheimer Str. 134
76275 Ettlingen
Freecall: 0800/2 62 83 01
(nur Inland, keine Mobilnetze)
Tel.: 0 72 43/53 19 85-0
(alle anderen Anrufe)
E-Mail: info@uds-dental.de
www.uds-dental.de

Edelmetallfreie Restauration – Schwierige Situation gut gemeistert

Immer mehr Patienten verlangen preisgünstige Alternativen zu teurem Zahnersatz. Dann stellt sich oft die Frage, wo am ehesten Kosten eingespart werden können. Zahntechnikermeister Bernd Dubielzyk aus Hude (Oldenburg) hat sich lange schon auf edelmetallfreie Restaurationen konzentriert. Sein Credo: „Auf Edelmetall zu verzichten, heißt nicht, auf Qualität zu verzichten.“ Sein Beitrag zeigt die ansprechende und kostensparende Lösung eines schwierigen Falles.



Abb. 1: Starke Lücke – Das Situationsmodell aus der Praxis zeigt die Ausgangssituation der Patientin. Zahn 35 fehlte und Zahn 34 war stark nach distal gewandert.

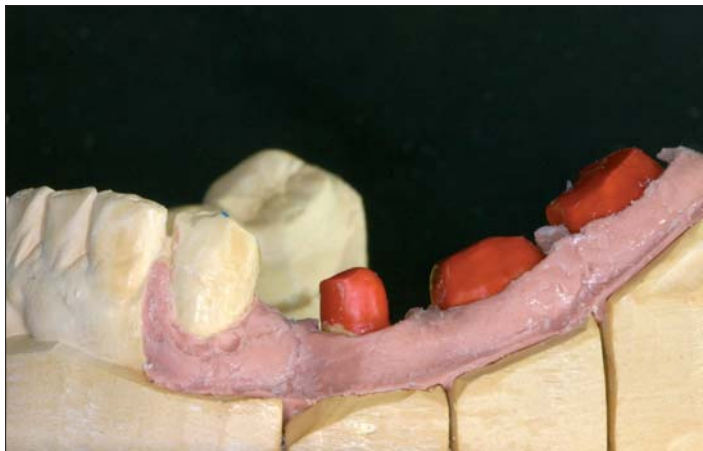


Abb. 2: Präparierte Situation – das Sägemodell verdeutlicht die schwierige Situation mit dem großen Abstand von Zahn 34 nach mesial und distal.



Abb. 3: Schnell gemacht – Für ein Wax-up teile ich den Stumpf 34 quasi in zwei Hälften. So wirken die restaurierten Zähne 34 und 35 optisch annähernd ähnlich breit.



Abb. 4: Nicht ganz leicht – Die Ansicht des komplett gestalteten Wax-ups von lingu-okklusal verdeutlicht noch einmal die schwierige Situation an Zahn 34.

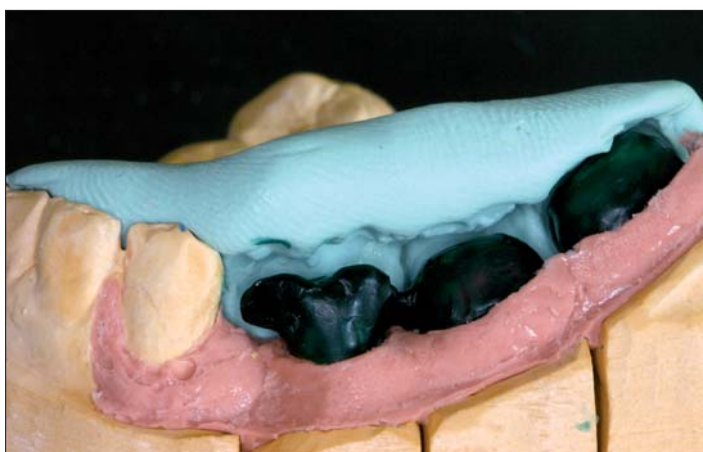


Abb. 5: Über das Wax-up wird ein Wall aus Knetsilikon gezogen. Unter diesem „Dach“ wird das Gerüst modelliert.



Abb. 6: Gut gegossen – Gussergebnis und Randschluss des Wirobond 280-Gerüsts sind einwandfrei.

Auch wenn begrenzte finanzielle Möglichkeiten eines Patienten die Wahlmöglichkeiten bei Zahnersatz manchmal einengen, so muss doch alles getan werden, dass die geplante Restauration entsprechend der Möglichkeiten präzise und optisch ansprechend gestaltet wird. Im vorliegenden Fall stellte sich eine Patientin in der Praxis vor, deren Zahn 35 fehlte. Das Situ-

ationsmodell aus der Praxis zeigte, dass Zahn 34 stark nach distal gewandert war (Abb. 1). Patientin und Behandler hatten sich zwischenzeitlich darauf verständigt, die Lücke zu schließen. Abbildung 2 verdeutlicht die präparierte Situation auf dem Sägemodell mit den starken Lücken von 34 aus nach mesial und distal. Die Stümpfe sind mit vestibulärer Stufe präpa-

riert. Vor dem Zersägen des Zahnkranzes wird eine Zahnfleischmaske angetragen, die den Zahnfleischverlauf wieder gibt. In der vorliegenden Situation ist es nahezu unmöglich, die mesiale Lücke mit einem Brückenglied zu füllen – sie wäre dafür zu schmal gewesen. Ich forme mir schnell mit Knetsilikon ein paar größenmäßig passende Konfektions-Seiten-

zähne ab. Diese Silikonformschwämme ich dünn mit Modellierwachs aus, sodass die Schalen ausreichend stabil sind, um sie für ein schnelles Wax-up auf die Stümpfe zu modellieren. Für das Wax-up teile ich den Stumpf 34 quasi in zwei Hälften. Dadurch bin ich in der Lage, die spätere Restauration so zu gestalten, dass die restaurierten Zähne 34 und 35 optisch ähnlich

breit wirken (Abb. 3). Die Wachsschalen werden mit der Sonde und warmen Modellierwachs verschwämmt. So ergibt sich aus den einzelnen Wachsschalen schnell ein fertiges Wax-up über den gesamten benötigten Seitenzahnbereich. Die Ansicht des komplett gestalteten Wax-ups von lingu-okklusal verdeutlicht noch einmal die schwierige Situation (Abb. 4). Über

das Wax-up wird ein Wall aus Knetsilikon gezogen. Er demonstriert mir beim Modellieren des Gerüsts die exakten Größendimensionen der verblockten Kronen. Der Wall reicht jeweils bis zu den Kauflächen, die jedoch nicht mit abgeformt werden. Unter diesem „Dach“ wird das Gerüst für die Metall-

Fortsetzung auf Seite 14 ZT

ANZEIGE

kuraray

KURARAY DENTAL
www.kuraray-dental.de

CLEARFIL™ CERAMIC PRIMER

Praktisches Ein-Komponenten-Silan

Praktisches Ein-Komponenten-Silan für die schnelle und sichere Konditionierung aller Keramikarten. Die spezielle Formel ermöglicht zusätzlich eine Erhöhung der Haftkraft auf Zirkonoxid und Aluminaoxydkeramiken.

AKTION!

Beim Kauf mindestens je einer Flasche CLEARFIL™ CERAMIC PRIMER und KURARAY ALLOY PRIMER erhalten Sie eine Flasche (2ml) CLEARFIL™ CERAMIC PRIMER GRATIS!

* Dieses Angebot ist gültig bis zum 31.04.2008 für direkt bei Kuraray Dental eingegangene Bestellungen.



ALLOY PRIMER

(Edel-) Metallhaftvermittler

Dieser (Edel-) Metallhaftvermittler ermöglicht durch einmaligen Auftrag die chemische Adhäsion von Kompositen und Acrylan an alle EM, NEM, Legierungen, Titan und sogar Galvanoelemente (99,99 % Feingold) und ersetzt so aufwändigere Verfahren wie das Verzinnen, Rocatech und andere. Einfach und preiswert in nur 5 Sekunden auch ohne Kofferdam intraoral anzuwenden.



KURARAY Europe GmbH • Gebäude F821 • Industriepark Hoechst • D-65926 Frankfurt am Main • Tel. 069-305 35 830

ZT Fortsetzung von Seite 13

keramikrestauration modelliert (Abb. 5).

Günstig und sicher

Nach dem Einbetten und Aufheizen wird gegossen. Wir haben für diesen Fall Wirobond 280 von BEGO ausgewählt. Die EMF-Legierung setzt sich zusammen aus circa 60 % Kobalt, 25 % Chrom, 6,2 % Wolfram, 4,8 % Molybdän und 2,9 % Gallium; ihr Schmelzintervall liegt zwischen 1.360 °C und 1.400 °C. Das Gussergebnis ist einwandfrei. Schon nach dem Entfernen kleinerer Gussperlen ist der Randschluss identisch mit den Präparationsgrenzen (Abb. 6).

Nach dem Aufpassen werden die Gerüste mit kreuzverzahnten Fräsern und Steinen ausgearbeitet (Abb. 7). Im Vergleich zu weichen bis mittelharten Edelmetallen mit geringem Eindringwiderstand sind Nichtedelmetalle natürlich verhältnismäßig hart, elastisch und schwerer zerspanbar. Der Eindringwiderstand ist gegenüber Edelmetallen höher. Darum entwickelt sich bei der Bearbeitung von Nichtedelmetallen verstärkt Wärme; am besten verwendet man hier Fräser mit Kreuzverzahnung oder grober, gewundener Spiralverzahnung. Sie sollten allerdings mit nicht mehr als 15.000 U/min eingesetzt werden. Zwar werden neuere Legierungen tendenziell weicher, lassen sich jedoch trotzdem schwer zerspanen, denn nicht allein die Härte einer Legierung ist maßgebend für deren Zerspanbarkeit. Um den Mehraufwand bei der Bearbeitung möglichst gering zu halten, braucht man deshalb speziell konstruierte, zuverlässige und langlebige Fräser, die sich minimal abnutzen, aber kräftig Material abtragen. Die NE- und NEF-Fräser von Komet gehören zu dieser Gruppe und haben schnittfreundige Verzahnungen, mit denen sie ordentlich Material abtragen und gleichzeitig für glatte, leicht polierbare Oberflächen sorgen. Dabei werden die Verblendflächen auf eine Stärke von 0,3 mm reduziert. Im Gegensatz zu anderen Le-



Abb. 7: Passt perfekt – Schon nach dem Entfernen kleinerer Gussperlen sitzt das Gerüst und wird mit kreuzverzahnten Fräsern und Steinen weiter ausgearbeitet.



Abb. 10: ... und die Kauflächen werden mit Schneidmasse vervollständigt.

gierungen zeigt sich hier, dass Wirobond 280 bei guter Härte weniger zäh ist und leichter bearbeitet werden kann. Anschließend werden die Gerüste zuerst mit Edelkorund 250 µm und dann mit 110 µm abgestrahlt und gereinigt. Daraufhin können wir verblenden. Wirobond 280 besitzt einen Wärme-Ausdehnungskoeffizient von 14 bis 14,2, sodass ich mit der von mir bevorzugten Metallkeramik Creation CC verblenden kann. Ein Oxidbrand entfällt. Es kann sofort der Washbrand aufgetragen und bei 1.000 °C gebrannt werden. Der Opaker wird am besten mit einem Glasinstrument aufgetragen und die Schultermasse mesial und distal an das Käppchen über Stumpf 34 platziert. Ein erster Brand fixiert die Basis für die nachfolgenden Verblendschritte bildet (Abb. 8). Anschließend wird dann mithilfe des Silikon Schlüssels Dentinmasse aufgetragen und die Kauflächen nach und nach mit Schneidmasse vervollständigt (Abb. 9 und 10). Für den ersten Brand glätte ich die Oberfläche nicht. So ist der Dentinkörper nach

dem Brand weder von frontal noch von palatinal wirklich glatt. Wirobond 280 muss glücklicherweise nach dem Brennen nicht lange abgekühlt werden, sodass man zügig weiterarbeiten und mit dem nächsten Brand beginnen kann. Vor dem zweiten Brand überprüfe ich noch einmal den Sitz der Kronen und ergänze dann die Form der Restauration mit Transpa-Masse (Abb. 11). Nach diesem Brand arbeite ich dann die Oberfläche der Restauration aus. Silbernes Texturpuder stellt dabei eine gute Hilfe dar (Abb. 12). Dies gilt gleichermaßen für die Vestibulär- wie auch die Okklusalfächen (Abb. 13). Beim anschließenden Glanzbrand werden noch ein paar bräunliche Verfärbungen in die Kaufläche und interdental am Zahnhals aufgebracht (Abb. 14). Sie werden nicht eingelegt, sondern nur aufgemalt, weil sie bei Nichtgefallen dann jederzeit leicht wieder weggummiert werden könnten (Abb. 15). Nach dem Glanzbrand werden die Metallflächen ausgearbeitet und abschließend poliert (Abb. 16). Für die Vorpolytur benutze ich am liebsten

braune Gummipolierer für edelmetallfreie Legierungen von Komet. Ihre gute Qualität hilft, dass unser Arbeitsergebnis erstklassig ist. Große Flächen kann man am einfachsten mit der Scheibe 9552.900.250 polieren. Doch Vorsicht: Die ideale Arbeitskraft liegt bei verhältnismäßig geringen 0,2 und 4 Newton. Wer beim Schleifen zu fest aufdrückt, weil er annimmt, dann ginge es schneller oder das Ergebnis würde besser, der täuscht sich. Daneben kann das sogar durchaus gefährlich sein, denn vor allem bei großvolumigen Schleifern minderer Qualität kommt es bei zu hoher Anpresskraft schnell zu einer Unwucht. Die stört nicht nur den Rundlauf und verursacht Vibrationen, sondern ist sogar gefährlich. Denn erstens kann der Schaft verbiegen und man kann sich am unkontrolliert rotierenden Werkzeug verletzen. Zweitens könnte eine ausgeleierte Spannzange nachgeben und das Werkzeug fliegt wie ein Geschoss im Arbeitsraum herum. Und drittens wird bei zu hohem Anpressdruck oder zu hoher Drehzahl auch noch

das Lager des Handstückes so stark belastet, dass es unverhältnismäßig schnell verschleißt. Auch ausgebrochene und unförmige Schneiden verursachen solche Vibrationen. Wenn Instrumente nicht mehr rund laufen oder verbogen sind, sollten sie vorsorglich umgehend ausgetauscht werden. Was man mit der Polierscheibe nicht erreicht, poliert man am besten mit der Polierspitze 9522C900.030 in identischer Härte wie die Scheibe. Anschließend poliere ich dann zunächst mit einer Chrom-Kobalt-Polierpaste und einer Bürste und dann mit einem Schwabbel an der Poliereinheit auf Hochglanz. Abbildung 17 zeigt die Restauration eingesetzt im Artikulator.

Fazit

Obwohl es sich um eine schwierige Situation handelt, die als gleichartige Versorgung zudem verhältnismäßig gering bezahlt wird, haben wir dennoch ein ansprechendes Ergebnis erzielt. Die Passung der EMF-Versorgung ist vergleichbar mit der einer

Goldrestauration und beim Blick von basal erkennt man die definierten Übergänge zwischen Metall zur Keramik (Abb. 18). Durch das vorherige Wax-up stehen die Verblendungen exakt an der richtigen Position.

Das in der Zahnmedizin weit verbreitete Vorurteil, edelmetallfreie Legierungen seien unpräzise oder schwer zu bearbeiten, trifft auf Wirobond 280 nicht zu, sodass die Legierung eine preiswerte Alternative zu goldreduzierten Legierungen darstellt. Die Garantie des Herstellers, im Fall von Reparaturen fünf Jahre lang die Kosten und Zahnarzt-honorare zu übernehmen, gibt unserem Labor zusätzliche Sicherheit. ZT

ZT Kurzvita



ZTM Bernd Dubielzyk

- 1988–1992 Ausbildung zum Zahntechniker in Delmenhorst
- 1992–1997 Zahntechniker
- 1997–1998 Meisterschule in Münster
- 1998–1999 Laborleiter in einer zahnärztlichen Privatklinik
- 1999 Laborgründung Sekko Zahntechnik
- seit 2004 zertifiziertes Fachlabor für Implantologie
- seit 2006 autorisiertes Fachlabor für die DIR-System-Funktionsdiagnostik

ZT Adresse

ZTM Bernd Dubielzyk
Sekko Zahntechnik
Lizenziertes Fachlabor für
Funktionsdiagnostik
Dr.-Munderloh-Str. 23, 27798 Hude
Tel.: 0 44 84/94 55 51
Fax: 0 44 84/94 55 61
E-Mail:
info@sekko-zahntechnik.de
www.sekko-zahntechnik.de



Abb. 13: Schon ganz gut – Die Struktur von okkusal vor dem Glanzbrand.



Abb. 14: Mit Farbe im Spiel – Beim Glanzbrand werden bräunliche Verfärbungen aufgebracht.



Abb. 15: Ansprechend gelöst – Das Resultat des schwierigen Falles kann sich sehen lassen.



Abb. 16: Saubere Übergänge – Nach dem Glanzbrand werden die Metallflächen ausgearbeitet und abschließend poliert.



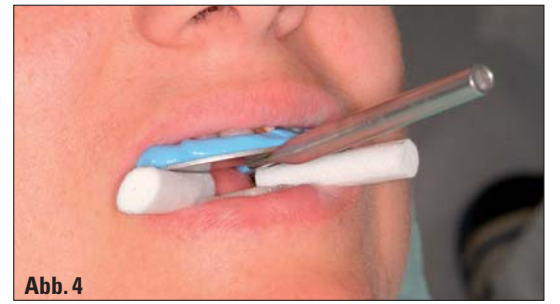
Abb. 17: Die Restauration eingesetzt im Artikulator.



Abb. 18: Guter Standard – Auch beim Blick von basal erkennt man die klar definierten Übergänge vom Metall zur Keramik. Die Passung von Wirobond 280 ist vergleichbar mit der von Goldrestaurationen.

Schnell und sicher – Bissregistrierung für prothetische Versorgungen

Dass Rekonstruktionen ästhetischen und funktionellen Aspekten genügen müssen, ist nicht neu. Doch ist es immer willkommen, wenn man den Weg dahin vereinfachen kann. Dabei hilft JET BLUE BITE, denn es macht die Bissregistrierung schnell und sicher. Ein Beitrag von Dr. Peter Bronwasser, Goldach, Schweiz.



Damit der Zahntechniker die richtigen Voraussetzungen zum Gestalten der Okklusion und Artikulation hat, werden die Arbeitsmodelle kiefergelenkbezogen artikuliert. Um dieser entscheidenden Aufgabenstellung gerecht zu werden, kommt das neue Bissregistriermaterial JET BLUE BITE zum Einsatz. Es handelt sich um ein additionsvernetztes Silikon (Polyvinylsiloxan), eine Materialgruppe, die sehr gute Eigenschaften für die Registrierung bereithält. Erstklassige Dimensionsstabilität, hohe Endhärte und gute Reißfestigkeit zeichnen das Material aus. Doch JET BLUE BITE ist auf die Anwenderbedürfnisse noch besser ausgerichtet. Die mousseartige, homogene Konsistenz lässt sich mit dem speziellen Spreader-Tip (ideale Dimensionierung der Spreaderöffnung in Breite und Dicke) leicht applizieren und bleibt dort sicher in Position. Das Besondere liegt in dem geringen Bisswiderstand, denn der Patient gelangt entspannt in die habituelle Interkuspitationsposition, damit die Bissituation präzise erfasst werden kann. Dennoch weist das Material

eine sehr hohe Endhärte von 89 Shore A nach der Aushärtung auf. Eine geringe Restelastizität verhindert das Wegbrechen von Details am Registrat und ermöglicht praktisches Beschleifen oder Beschneiden. Zwei Abbindegeschwindigkeiten stehen dem Anwender zur Verfügung: – JET BLUE BITE fast mit 30 Sekunden Verarbeitungs- und 40 Sekunden Abbindezeit eignet sich ideal für

Vorgehen mit Gesichtsbogen
Nach dem Entfetten der Bissgabel kann JET BLUE BITE direkt auf die Bissgabel aufgetragen werden. Dabei wird von distal nach mesial bis zur Mitte und anschließend kontralateral in gleicher Art und Weise gleichmäßig aufgetragen (Abb. 1 und 2). Das Material weist gute Fließeigenschaften auf, hat mit der blauen Farbe eine kontrastreiche Oberfläche und haftet ausreichend am

Metall. Die Bissgabel wird in den Mund gebracht (Abb. 3) und gegen den Oberkiefer von Hand angepresst. Ist die Aushärtung vollständig, so kann der Patient auf Watterollen beißen und die Bissgabel für die Montage des Gesichtsbogens selber halten (Abb. 4). Der

wird aufgefordert, die Zahnreihe in IKP zu schließen. Bereits nach 40 Sekunden wird die Endhärte im Mund überprüft (Abb. 13) und die Bissnahme entfernt. Das Entnehmen des reißfesten Materials erfolgt ohne Rückstände. Die kontrastreiche Farbe von JET BLUE BITE ermöglicht ein sofortiges Erkennen von allenfalls gerissenen Teilen in den Interdentalräumen. Als Ergänzung kann auch nur lokal über die präparierten Zähne eine Bissnahme erfolgen. Dabei wird das Material auf die Gegenzähne der präparierten Stümpfe aufgetragen (Abb. 14

und 15). Nach dem Entfernen aus dem Mund erfolgt die Desinfektion.

Klinische Erfahrung

Der flach ausgeformte Spreader-Tip und nicht zuletzt die gute Farbe ermöglichen ein einfaches Handling von JET BLUE BITE. Die mousseartige Konsistenz erleichtert ein schnelles Finden der maximalen Interkuspitation und die Abbindezeiten sind praxisgerecht kurz, bei superfast sehr kurz. Das Registrat weist eine exzellente Reißfestigkeit auf und lässt sich problemlos von den Zahnreihen entfernen.

In der nächsten Ausgabe (ZT 3/08) zeigen wir Ihnen die Weiterverarbeitung des Registrats im Labor. **zt**

ZT Adresse

Dr. Peter Bronwasser
Löwenstr. 2
CH-9403 Goldach

Coltene/Whaledent GmbH & Co. KG
Raiffeisenstraße 30
89129 Langenau
Tel.: 0 73 45/8 05-0
Fax: 0 73 45/8 05-2 01
E-Mail:
productinfo@coltenewhaledent.de



eine komplette Zahnreihe und Teilbissregistrierungen. – JET BLUE BITE superfast mit nur 20 Sekunden Verarbeitungs- und 35 Sekunden Abbindezeit, aufgrund der sehr kurzen Verarbeitungszeit vor allem für Teilbissregistrierungen indiziert. Die Mischdüse wird nach Gebrauch nicht entfernt, sondern nur desinfiziert. Die Düse dient als Verschluss bis zur nächsten Verwendung und verhindert eine Kontamination des Materials.

Gesichtsbogen wird montiert und nach dem Feststellen der Schrauben vollständig mit der Bissgabel entfernt (Abb. 5 bis 7). Da JET BLUE BITE sehr reißfest ist, lässt es sich rückstandslos von den Zahnreihen entfernen. Für die zentrische Bissnahme wird JET BLUE BITE in gleicher Art und Weise auf den Unterkiefer aufgetragen: von distal beginnend nach mesial bis zur Mitte und ebenso kontralateral innerhalb komfortablen 30 Sekunden (Abb. 8 bis 12). Der Patient



ANZEIGE

Papiertüte!

rob

Hier steckt für Sie ein ZWL-Probabo drin ...

abo

Einfach Coupon ausfüllen und Probabo anfordern

Ja, ich möchte das Probabo beziehen. Bitte liefern Sie mir die nächste Ausgabe frei Haus. Soweit Sie bis 14 Tage nach Erhalt der kostenfreien Ausgabe keine schriftliche Abbestellung von mir erhalten, möchte ich die ZWL im Jahresabonnement zum Preis von 35 EUR/Jahr beziehen (inkl. Versand und MwSt). Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, wenn es nicht sechs Wochen vor Ablauf des Bezugszeitraumes schriftlich gekündigt wird (Poststempel genügt).

ZWL ZAHNTECHNIK WIRTSCHAFT-LABOR Fax: 03 41/4 84 74-2 90

Datum/Unterschrift: _____

Titel/Vorname: _____

Name: _____

Straße: _____

PLZ/Ort: _____

Telefon: _____ Fax: _____

E-Mail: _____

Widerrufsbelehrung: Den Auftrag kann ich ohne Begründung innerhalb von 14 Tagen ab Bestellung bei der OEMUS MEDIA AG, Holbeinstraße 29, 04229 Leipzig schriftlich widerrufen. Rechtzeitige Absendung genügt.

Datum/Unterschrift: _____

OEMUS MEDIA AG
Aboservice
Holbeinstraße 29
04229 Leipzig

Tel.: 03 41/4 84 74-2 00
Fax: 03 41/4 84 74-2 90
E-Mail: grasse@oemus-media.de
www.oemus.com

ZT 2/08

ZT PRODUKTE

Neues Verblendkomposit erfüllt, was das Herz begehrt

Moderne lichterhärtende Kompositmaterialien können eine Alternative bei hochwertigen und ästhetischen Verblendungen darstellen. In der Anwendung kommt es darauf an, das Potenzial dieser Werkstoffklasse voll auszuschöpfen. Beste Voraussetzungen dafür schafft der neue Verblendkunststoff in:joy von DENTSPLY.

in:joy zeichnet sich durch eine besonders einfache Verarbeitung aus. Zudem lassen sich Konfektionszähne leicht mit in:joy nachstellen. Darüber hinaus ist der

härtende Verblendkunststoffe können heute universell eingesetzt werden und bieten bei einem passenden Angebot an Farben und Effektmassen auch ästhetisch hervorragende Möglichkeiten.

Mit dem neuen in:joy kann der Zahntechniker überzeugende Ergebnisse mit einem Mini-

ein Höchstmaß an Ästhetik erlangen, ohne dass es hierzu einer Kombination vielfältiger Einzelmassen bedarf. Dem Anwender steht ein Acht-Farben-Sortiment zur Verfügung, das je nach individuellem Bedarf auf 16 Farben erweiterbar ist. Für Einsteiger steht ein Drei-Farben-Set zum Kennenlernen bereit. Eine schlüssige Farbcodierung

macht die Zuordnung der einzelnen Spritzen leicht und schließt Verwechslungen praktisch aus. Nicht zuletzt erhöht sich im Vergleich mit größeren Sortimenten die Wirtschaftlichkeit, denn in:joy verzichtet auf viel Zubehör und unnötige Effektmassen – kurz: auf alles, was Kapital bindet, ohne die ästhetischen Möglichkeiten zu verbessern. Darüber hinaus erfolgt die Lieferung des Verblendkomposits in ökonomischen Drei-Gramm-Spritzen. Dank der sicheren farblichen Reproduktion von Konfektionszähnen mit in:joy eignet sich der Verblendkunststoff ideal für Kombiarbeiten: Als optimal erweist sich die Kombination mit Genios-Zähnen. Dank der Elastizität des neuen Werkstoffes werden Spannungspotenziale auf ein Minimum begrenzt – selbst nach mehrfacher Polymerisation. Diese kann in vielen marktüblichen Lichthärtegeräten vorgenommen werden.

in:joy weist eine gute Polierbarkeit auf, und die erzielte Oberflächenverdichtung führt zu einer ausgezeichneten Plaque- und Verfärbungsresistenz. So kann dieser Verblendkunststoff als Teil von Langzeitprovisoren und definitiven Versorgungen über eine große Zeitspanne ohne ästhetische Abstriche im Mund des Patienten verbleiben. Dieser profitiert zusätzlich von der Antagonistenfreundlichkeit des Materials, denn dank einem speziellen Einphasenfüllwerkstoff verfügt in:joy über ein zahnähnliches Abtragsverhalten. Der Werkstoff lässt sich sowohl für Inlays, Onlays und Veneers wie für Kronen ohne Metallunterkonstruktion, für die Verblendung festsitzender metallunterstützter Kronen und Brücken wie für vollverblendete Teleskop- und Konuskronen sowie für Implantatsuprakonstruktionen einsetzen. **ZT**

ZT Adresse

DequDent GmbH
Susan Stahlenberg
Postfach 13 64
63403 Hanau
Tel.: 0 61 81/59-58 43
Fax: 0 61 81/59-59 62
E-Mail:
susan.stahlenberg@degudent.de
www.degudent.de



Lieferung in ökonomischen Drei-Gramm-Spritzen: in:joy von DENTSPLY.

Werkstoff auch bei langer Tragezeit ausgesprochen resistent gegen Plaqueanlagerungen und Verfärbungen. Licht-

malaufwand erzielen. Dies betrifft zum einen die Modellation als solche, denn dank der Viskositäteeigenschaften von in:joy ist seine Applikation besonders einfach. Des Weiteren lässt sich

Zehn Jahre Farbmesssystem

Im März 1998 wurde es erstmalig vorgestellt; mittlerweile gehört das VITA SYSTEM 3D-MASTER zu den weltweiten Standards in der gesamten Dentalbranche.



Farbkommunikation, Farbproduktion und Farbkontrolle. Die Jubiläums-Webpage www.10years3D-Master.com präsentiert täglich neue

spannende Aktionen, Informationen, Quiz, Gewinne und den Meinungsaustausch zum Gegensatzpaar Individualität vs. Standard. Beim VITA SYSTEM 3D-MASTER-Quiz haben Sie die Chance, in jedem Monat wechselnde Preise zu gewinnen. Zeigen Sie, wie viel Master in Ihnen steckt und gewinnen Sie tolle Preise – ein ganzes Jubiläumsjahr lang. Seien Sie gespannt und lassen Sie gern von sich hören, es lohnt sich! **ZT**

Die Kompetenz der VITA Zahnfabrik auf dem Gebiet der Bestimmung und Reproduktion von Zahnfarben ist international anerkannt: In vier von fünf Fällen kommen VITA-Farben bei der Fertigung von Zahnersatz zum Einsatz. VITA Zahnfabrik bedankt sich hierfür bei Zahntechnikern, Zahnärzten, Geschäftspartnern und Mitarbeitern. Gemeinsam haben alle einen wichtigen und erfolgreichen Teil der Geschichte des Unternehmens VITA mitbestimmt. Bereits die Entwicklung des VITA SYSTEMS 3D-MASTER folgte dem Anspruch, dass ein internationaler Standard global zu Effizienzsteigerung und einer weltweiten Verständigung führt – bei der Farbnahme, der

ZT Adresse

VITA Zahnfabrik
H. Rauter GmbH & Co. KG
Spitalgasse 3
79713 Bad Säckingen
Tel.: 0 77 61/5 62-0
Fax: 0 77 61/5 62-2 99
E-Mail: info@vita-zahnfabrik.com
www.10years3D-Master.com

Kontakte exakt einschleifen

Ein neuer Diamantschleifer von Busch setzt dort an, wo zylindrische und konische Instrumente versagen und ermöglicht so ein punktgenaues Einschleifen von Früh- oder Fehlkontakten.

Nach dem Einsetzen laborgefertigter Zahnersatzes oder nach direkten Füllungen ist es

und bereits bestehender Zahnrestaurationen zum Einsatz. Das Instrument mit extra-fei-



Figur 390, der neue Diamantschleifer von Busch – perfekt zum Bearbeiten punktförmiger Kontakte.

oft notwendig, Früh- oder Fehlkontakte zu beseitigen. Hier sind zylindrische oder konische Instrumente zum Bearbeiten punktförmiger Kontakte wenig geeignet. Die besondere Kontur des Arbeitsteils der Figur 390 von Busch mit runder Spitze ermöglicht präzises Arbeiten bei vollem Erhalt der natürlichen Konvexität der Höckerabhänge. Die zwei Diamantschleifer mit mittlerer (ohne Ring) und feiner Körnung (roter Ring) kommen beim Einschleifen neuer

ner Körnung (gelber Ring) ist für letzte Feinstarbeiten bestens geeignet. Weitere Informationen können Sie beim Hersteller anfordern. **ZT**

ZT Adresse

Busch & Co. KG
Postfach 11 52
51751 Engelskirchen
Tel.: 0 22 63/86-0
Fax: 0 22 63/2 07 41
E-Mail: mail@busch.eu
www.busch.eu

Wenn Ergonomie Leistung trifft

Mit dem neuen Laborantrieb K-ERGOgrip leistet KaVo einen bedeutenden Beitrag zum Schutz vor arbeitsbedingten Gesundheitsgefahren.

Das ergonomisch revolutionäre und leichte Griffstück führt zu einer ausgezeichneten Plaque- und Verfärbungsresistenz. So kann dieser Verblendkunststoff als Teil von Langzeitprovisoren und definitiven Versorgungen über eine große Zeitspanne ohne ästhetische Abstriche im Mund des Patienten verbleiben. Dieser profitiert zusätzlich von der Antagonistenfreundlichkeit des Materials, denn dank einem speziellen Einphasenfüllwerkstoff verfügt in:joy über ein zahnähnliches Abtragsverhalten. Der Werkstoff lässt sich sowohl für Inlays, Onlays und Veneers wie für Kronen ohne Metallunterkonstruktion, für die Verblendung festsitzender metallunterstützter Kronen und Brücken wie für vollverblendete Teleskop- und Konuskronen sowie für Implantatsuprakonstruktionen einsetzen. **ZT**

mechanismus erlaubt zusammen mit dem neuen Steuergerät K-Control TLC auch im Linkslauf uneingeschränkte Drehzahlen. Vier werkstoff-



Optimales Arbeiten dank des ergonomischen Griffstückes K-ERGOgrip von KaVo.

mit zwei unterschiedlichen Griffhülsen lässt eine individuelle Anpassung an die Anatomie der Hände und das individuelle Empfinden zu. Softgrip-Inlets verstärken das entspannte Griffgefühl. Der Drehzahlbereich des K-ERGOgrip liegt zwischen 1.000 U/min⁻¹ und 50.000 U/min⁻¹, das maximale Drehmoment bei 6,5 Ncm. Durch das optimale Zusammenspiel von Drehzahl und Drehmoment konnte eine geringere Außentemperatur der Griffhülse erzielt werden. Das Einwellensystem mit nur zwei Lagern garantiert die Servicefreundlichkeit des Handstücks. Ein werkzeugfrei wechselbarer Spannzangen-

abhängig speicherbare Voreinstellungen für Drehzahl und Drehmoment erweitern die Funktionen des Steuergerätes.

Die Kompatibilität bestehender Laborantriebe mit dem neuen K-Control TLC ist nahezu uneingeschränkt gewährleistet (Ausnahmen: K4, K4plus, K10, SF). **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
www.kavo.com

Die Zahnfleischmaske mit System

Für die vollkommen präzise Erfassung des Zahnfleischverlaufes ist die Zahnfleischmaske Gi-Mask Automix von Coltène/Whaledent geeignet.

Diese Zahnfleischmaske aus A-Silikon liefert alle Informationen für die exakte Gestaltung von Implantaten und Top-Ästhetik: Die Gi-Mask Automix zeigt sich in einem natürlichen Gingiva-Farbtönen und fördert so den positiven Eindruck des Modells. Das System von Coltène: Die Gi-Mask funktioniert als Automix-System, das direkt in den Abdruck appliziert wird. Damit arbeitet der Zahntechniker nicht nur sauber und sicher, es wird auch ein unerwünschtes frühzeitiges Abbinden verhindert.

Qualitäts-Zahnfleischmaske ist also im Nu fertig! Elastisch und reißfest: Die herausragende Reißfestig-



Sicheres und sauberes Arbeiten dank Automix-System: Gi-Mask von Coltène/Whaledent.

Ökonomisches System: Die überaus wirtschaftliche 50-ml-Kartusche ermöglicht zügiges Arbeiten ohne Kartuschenwechsel. Durch die hervorragende Fließqualität können die Modellanalogue direkt umspritzt werden. Hinzu kommt die kurze Abbindezeit von maximal 7 Minuten. Eine

keit und die optimale Elastizität der Gi-Mask ermöglicht ein oftmaliges Reponieren und präzises Bearbeiten der Zahnfleischmaske. **ZT**

ZT Adresse

Coltène/Whaledent GmbH + Co. KG
Raiffeisenstraße 30
89129 Langenau
Tel.: 0 73 45/8 05-0
Fax: 0 73 45/8 05-2 01
E-Mail:
productinfo@coltnewhaledent.de
www.coltnewhaledent.de

ZT SERVICE

250 internationale Teilnehmer bei Implantologie-Anwendertreffen

Zahlreiche wissenschaftliche Vorträge und praxisrelevante Workshops für das komplette Praxis- und Laborteam – auch beim 5. Anwendertreffen (10. bis 11.11.07) bot Dentaurum Implants für Zahnärzte, Zahntechniker und zahnmedizinische Fachassistenten/-innen speziell zugeschnittene Fortbildungsthemen an.

Nach der Begrüßung durch Mark Stephen Pace, Mitglied der Geschäftsleitung der Dentaurum-Gruppe, startete die zweitägige Fortbildungsver-

erfahrenen Implantologen Dr. Joachim Hoffmann (Jena), Dr. Wolfram Knöfler (Leipzig) und Dr. Manfred Sontheimer (Issing) über praktisches Ma-

telte den zahnmedizinischen Fachassistenten/-innen Wissenswertes rund um das Thema „Prophylaxe bei Implantatpatienten“. Der prakti-

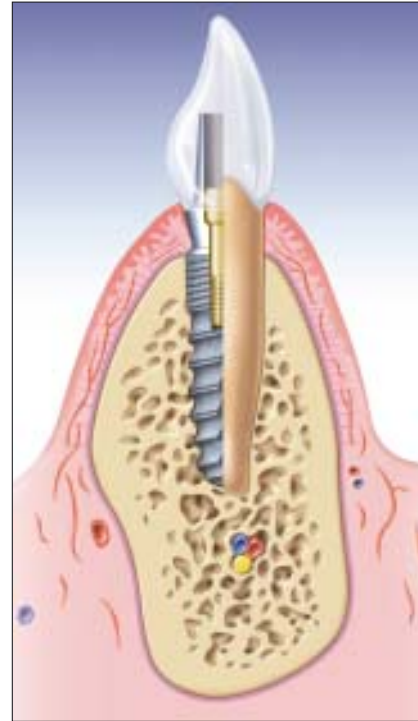
Neben einem intensiven Erfahrungsaustausch standen innovative Behandlungsmethoden beim Setzen von Zahnimplantaten im Mittelpunkt des Ispringer Kongresses. Dr. Friedhelm Heinemann, Präsident der Deutschen Gesellschaft für Zahnärztliche Implantologie (DGZI), führte eine Live-Operation mit modernster computergesteuerten 3-D-Technologie („Navigationssystem für den Mund“) durch. Hierbei kann der Zahnarzt auf einem Bildschirm zu jedem Zeitpunkt exakt verfolgen, wo sich der Bohrer beim Aufbereiten des Implantatbettes vor dem eigentlichen Setzen des Zahnimplantates befindet. Dabei hilft das System, die beste Lage des Implantates im Raum für einen ästhetisch perfekten und funktionell optimalen Zahnersatz einzuhalten. Das CDC, das Fortbildungszentrum der Dentaurum-Gruppe, erwies

sich wieder einmal als ausgezeichnete Tagungsort dank bester Infrastruktur: moderne OP-Einheit, mehrere zahn-technische Labore, Simultan-

programm im CCP (Congress Centrum Pforzheim) rundete den ersten lehrreichen Fortbildungstag ab. Während des Abendessens „entführte“ Clown Rinaldo die Gäste in eine traumhafte, bunte Welt mit viel Poesie und Gefühl, bevor zur Musik der Band „Lady Sue & the Lounge Princes“ bis in die frühen Morgenstunden getanzt wurde. Die sehr positive Beurteilung des Anwendertreffens durch die Teilnehmer bestätigt wieder einmal, dass Dentaurum Implants viel mehr als „nur“ ausgezeichnete Produkte anbietet. Fundierter und hochwertiger Service, der eindrucksvoll belegt, dass man den Kunden als langjährigen Partner schätzt. **ZT**



Kongresssteilnehmer beim 5. Anwendertreffen im Centrum Dentale Kommunikation in Ispringen.



Dolmetscheranlage und hervorragend eingespieltes Personal. Ein unterhaltsames Abend-

anstellung mit einem Workshop zum Thema CT-gestützte Erstellung von Planungsschablonen unter der Leitung der Spezialisten Dr. Friedhelm Heinemann (Morsbach), ZTM Eike Erdmann (Heiligenhaus) und Dipl.-Phys. Armin Baumgartner (München). Im Anschluss daran referierten die

agement von Komplikationen in der implantologischen Praxis. In weiteren Workshops informierten sich Zahntechniker bei ZTM Dirk Bachmann (Bruchsal) über die prothetische Konzeption des tioLogic® Implantatsystems. Angelika Frenzel (Chemnitz) vermit-

schon Weiterbildung folgten zahlreiche, wissenschaftliche Vorträge renommierter Experten. Prof. Dr. Werner Götz (Universität Bonn) berichtete über die Grundlagenforschung beim Knochen-Remodelling und präsentierte eindrucksvolle Fallberichte hierzu.

ZT Adresse

Dentaurum Implants GmbH
Turnstr. 31
75228 Ispringen
Tel.: 0 72 31/8 03-5 60
Fax: 0 72 31/8 03-3 41
E-Mail: implantologie@dentaurum-implants.de
www.dentaurum-implants.de

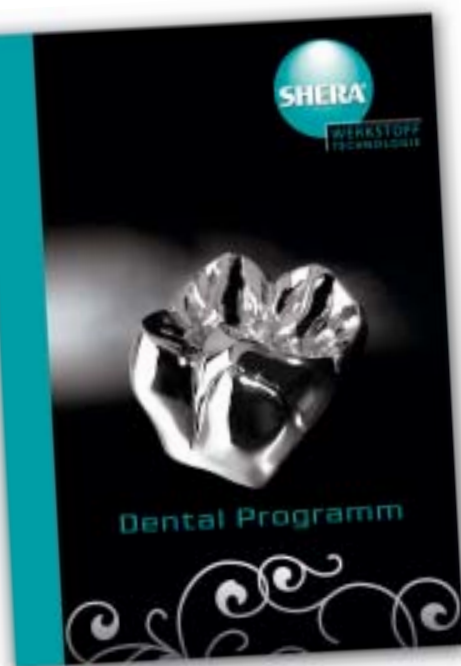
Dental-Programm in Neuauflage

Nicht nur was für die dritten Zähne, sondern auch für das Auge ist der neue Dentalkatalog der SHERA Werkstoff-Technologie GmbH & Co KG.

Der Lemförder Entwickler, Produzent und Vertreiber von Produkten für die Zahntechnik präsentiert im neu-

Einzug in das SHERA-Sortiment gehalten. In dem mehr als 80 Seiten umfassenden Katalog erleichtern klare Übersichten zu den technischen Daten den Vergleich einzelner Produkte und helfen, sich für das am besten passende Produkt zu entscheiden. Wer möchte, kann sich zudem von den in Deutschland bundesweit vertretenen Außendienstmitarbeitern der SHERA persönlich und individuell bei der Auswahl beraten lassen. Unter www.shera.de liegt der neue Katalog zum Download bereit. Schnell und bequem kann er dort per E-Mail als Printversion angefordert werden.

Auch telefonisch bestellt, steht der SHERA-Katalog allen Interessierten zügig zur Verfügung. **ZT**



Klare Übersichten: Der neue Katalog von SHERA steht zum Download und gedruckt bereit.

en Katalog ein umfassendes aufeinander abgestimmtes Dentalprogramm: von A wie Abdruckdesinfektion bis hin zu Z wie Zahnfleischmaske. Darunter sind „Chartstürmer“ wie SHERA-HARD-ROCK, „Evergreens“ wie SHERAFINA® 2000 und „Newcomer“ wie SHERA-BIO-MUFFELVLIES zu finden. Insgesamt haben zehn Neuheiten für viele Arbeitsbereiche der Zahntechnik

ZT Adresse

SHERA
Werkstoff-Technologie
GmbH & Co. KG
Espohlstraße 53
49448 Lemförde
Tel.: 0 54 43/99 33-0
Fax: 0 54 43/99 33-1 00
E-Mail: info@shera.de
www.shera.de

All about CAD/CAM – Das Event für Praxis und Labor

Die Zahl der Veranstaltungen in Deutschland, die sich speziell dem Thema „CAD/CAM in Praxis und Labor“ widmen, ist überschaubar. Anerkannt ist das CAD/CAM-Event des Veranstalters und „alten CAD/CAM-Hasen“ Dr. Andreas Kurbad. Traditionell ist Düsseldorf der Veranstaltungsort dieses jährlichen Symposiums.

Der sich aufgrund der stark zunehmenden Teilnehmerzahlen im letzten Jahr bewährte Veranstaltungsort – das Swisshotel Düsseldorf/Neuss – ist erneut der Treffpunkt für alle interessierten Zahnärzte und Zahntechniker. Termin für das bereits zum neunten Mal stattfindende Event ist der 20. und 21. Juni 2008.

Am Freitagmorgen eröffnet Dr. Andreas Kurbad die Veranstaltung mit dem Vortrag „CAD/CAM-gerechte Präparation – Bleibt alles anders?“, Priv.-Doz. Dr. Andreas Bindl aus Zürich informiert über technische Grundlagen zum optischen Abdruck und des-

sen Anwendung in Praxis und Labor. Prof. Dr. rer. nat. Heinrich Kappert folgt mit einem Vortrag zum Thema „Indikationsgerechte Materialauswahl“. Weitere Referenten – sowohl Zahnärzte wie Dr. Dirk Ostermann, Prof. Roland Frankenberger, Dr. Andres Baltzer als auch Zahntechniker wie ZTM Kurt Reichel, ZTM Volker Brosch und ZTLM Vanik Kaufmann-Jinoian berichten von ihren praktischen Erfahrungen und geben Tipps beispielsweise zum rationalen Konstruieren sowohl im Chairside- als auch Laborbereich, zur richtigen Befestigung vollkeramischer Restaurationen und innovativen Kombinationen aus CAD/CAM- und konventionellen Herstellungsverfahren.

Das Programm am Samstag startet mit einer multimedialen Präsentation von Behandlungs- und Restaurationstechniken, bei denen das ideale Teamwork zwischen Zahnarzt und Zahntechniker zu herausragenden Restaurationen aus Vollkeramik führt. Eine Reihe von kürzeren Beiträgen aus der Praxis von Zahnärzten und Zahntechnikern sollen die



Gut besuchte Veranstaltung mit 300 Teilnehmern im letzten Jahr.

Teilnehmer an den Erkenntnissen und Erfahrungen ihrer Kollegen teilhaben. Im Mittelpunkt stehen die CAD/CAM-gestützte Herstellung von Kronen, Brücken, Teleskopkronen sowie Implantat-Suprakonstruktionen. Das CAD/CAM-Event findet am Freitag, 20. Juni, von 9 bis 18 Uhr, und Samstag, 21. Juni, von 8 bis 17 Uhr im Swisshotel Düsseldorf/Neuss statt. Die Teilnahmegebühr beträgt für Zahnärzte und Zahntechniker für beide Tage inklusive der Abendveranstaltung am Freitag pro Person 490,- Euro inkl. MwSt. Beide Tage sind auch separat für pro Tag und Person 350,- Euro inkl. MwSt. buchbar. Wer sich früh

genug – bis zum 30. April 2008 – für eine Teilnahme entscheidet, profitiert von einem Frühbucherrabatt in Höhe von 40,- Euro. Das aktuelle Programm, Informationen zu den Referenten sowie das Anmeldeformular sind unter den nachstehenden Kontaktdaten erhältlich. **ZT**

ZT Adresse

EC Excellent Ceramics GmbH
Viersener Str. 15
41751 Viersen
Tel.: 0 21 62/5 84 72
Fax: 0 21 62/9 54 84 12
E-Mail: info@cerec.de
www.cerec.de



Dr. Andreas Kurbad, Veranstalter des CAD/CAM-Events für Praxis und Labor.

Marketing Kongress – Eine Entdeckungsreise in unerforschte Tiefen

Unsere Erde ist zu 70 % von Wasser bedeckt. Doch was wissen wir über unsere Ozeane schon Genaues? Sehr wenig, werden die meisten jetzt richtig antworten, denn tatsächlich sind 98 % der Meere noch unerforscht. Ähnlich verhält es sich mit dem täglichen Miteinander. Licht ins Dunkel des Ozeans des Wissens um Marketingstrategien und Erfolg brachte der 14. DeguDent Marketing Kongress vom 18.–19.01.2008 in Frankfurt am Main. Exzellente Referenten, ein einzigartiger Mix aus Information und praktischer Anleitung sowie ein erstklassiges Rahmenprogramm bestimmten auch dieses Jahr wieder das Geschehen.

(me) – Als Moderatorin konnte auch in diesem Jahr wieder die Schauspielerin Gisa Bergmann gewonnen werden, die mit Witz, Sachverstand und auch Nachdenklichem ihrer Rolle weit mehr als nur gerecht wurde.

Traditionell stand der Pre-Kongress am Freitagmittag wieder unter dem Motto „Praktiker geben Tipps für Praktiker“. Ausgewählte und erfolgreiche Laborinhaber wie ZTM Axel Schneemann, ZTM Dirk Drews, Dipl.-ZT Olaf van Iperen sowie die DeguDent-Trainer Rüdiger Trusch und Peter Foth und Praxismanagerin Elke Lemke zeigten neue und bewährte Wege auf, wie man zahnärztliche, aber auch zahntechnische Unternehmen für die Zukunft fit machen kann. Schade nur, dass aufgrund des engen Zeitplans nicht jeder Teilnehmer alle Referenten erleben konnte. Die Vorschläge aller hätten ein längeres Verweilen und ein größeres Publikum verdient gehabt. Der eigentliche Kongress begann am Freitagabend dann mit einem Auszug aus dem Roman „20.000 Meilen unter dem Meer“ von Jules Verne. Im dezent dekorierten Festsaal kam sofort eine neugierige Stimmung auf, ganz wie bei den alten Entdeckern und Visionären – alle Teilnehmer und auch die Führungsspitze von DeguDent freuten sich auf den ersten Referenten, den Geschäftsführer des Instituts für angewandte Kreativität, Christo Quiske. Seine These:



Moderatorin und Schauspielerin Gisa Bergmann verstand es meisterlich, das Publikum in den „Ozean des Wissens“ zu entführen.



Worte so scharf, dass sie Papier schneiden könnten: Der ehemalige WDR-Intendant Friedrich Nowotny rückte die Kommunikation als in unserer Gesellschaft zentrale Fertigkeit in den Mittelpunkt.



Zahnarzt und Lufthansapilot Dr. Bernhard Saneke verdeutlichte den Kongresssteilnehmern die Rolle des Zahnarztes als Mittler und Verkäufer.

„Jeder lebt in seiner Deutungswelt, doch diese hat nichts mit der Realität zu tun“, provozierte die Zuhörer merklich. „Ich bin verantwortlich für meine Welt“ – diese Schlussfolgerung überzeugte allerdings auch die letzten Zweifler. Wie man einen gangbaren Weg finden kann, um in der Welt zu überleben, dies zeigte Quiske sehr anschaulich. „Nur wenn man mit ganzem Herzen bei

einer Sache ist, kommt totaler Erfolg“, diese Formel machte viele im Saal nachdenklich.

Schlüsselfähigkeit Kommunikation

Der nächste Referent, bekannt als ein Mann der messerscharfen Worte, war der Journalist und ehemalige Intendant des WDR, Friedrich Nowotny. Er lenkte den Blick mehr auf die optischen Reize der modernen Welt. „Noch nie haben wir in so kurzer Zeit so viele Informationen abrufen können wie heute“, war eine seiner Kernaussagen. Die Frage, ob dies ein Segen oder Fluch sei, beantwortete er gleich mit: Noch nie hätte sich das Gesicht der Welt mit so ungeahnter Geschwindigkeit geändert wie im jungen 21. Jahrhundert. Doch trotz oder gerade wegen der fortschreitenden Digitalisierung sei es mehr denn je notwendig, dass wir miteinander reden. Die Kommunikation sei das Wichtigste, was wir in dieser Zeit hervorheben müssten. Damit meinte er nicht die abgeschotetete, hinter dicken PCs versteckte Kommunikation, sondern jene von Angesicht zu Angesicht. Das sei der Schlüssel zum Erfolg. Nur wer mit anderen reden und ihnen zuhören könne, der werde in diesem Haifischbecken der Informationsflut dauerhaft überleben können. Damit nicht nur der Geist, sondern auch der Körper angeregt wurde, hatte sich das Team um Andreas Maier, DeguDent Manager Vertriebsentwicklung, etwas Besonderes einfallen lassen: den Auftritt des Duos Naseweiss. Diese beiden Akrobaten verstanden es, innerhalb kürzester Zeit den Saal zum Kochen zu bringen. Da fiel es dann der Gruppe „Spirit of Soul – The Finest In Black Music“ leicht, zu übernehmen und das Publikum bis weit nach Mitternacht zum

ausgelassenen Tanzen zu animieren.

„Alles, was ein Mensch sich heute vorzustellen vermag, werden andere Menschen irgendwann verwirklichen können.“ (Jules Verne, 1828–1905)

Auch der folgende Tag begann wieder mit einem Auszug aus Jules Vernes Werk. Gisa Bergmann zog die Teilnehmer so-

beim Konsumenten statt und man solle sich als Anbieter auf diesen steten Wechsel rechtzeitig vorbereiten.

Wie das praktisch aussehen kann, zeigte der nächste Referent, Hermann Scherer, Trainer und Berater aus Freising. Um die Aufmerksamkeit der Konsumenten zu erlangen, müsse man unkonventionelle Wege gehen, so seine Kernaussage. Als Beispiele nannte er z. B. den Fischverkauf des Pike Place Market in Vancouver, wo ein wahrer Event aus dem Verkauf gemacht werde. Solche und ähnliche Beispiele förderten die Phantasie der Zuhörer und weitere Tipps ließen diesen Vortrag sehr gut anwendbar werden.

Beratung – auf der Sachebene

Im Folgenden beleuchtete Dr. Bernhard Saneke das Verhältnis Zahnarzt, Zahntechniker und Patient aus der Sicht eines Zahnarztes mit „Nebenjob“ – Dr. Saneke ist gleichzeitig Jetpilot bei der Lufthansa. Für ihn sei der Zahnarzt grundsätzlich der bessere Verkäufer, da er die Erstgespräche mit dem Patienten führe und damit das Bett für den Spezialisten Zahntechniker oder die Beratungsfachkraft erst bereite. Allerdings sei er manchmal schon verwundert, wie seine Kollegen ihre Beratungsgespräche durchführen. Man dürfe den Patienten mit seinen Aussagen nicht überfordern und vor allem solle eine not-

weiter voranbringen könnten. Interessant war der Einblick in die zukünftig von der Fraunhofer-Gesellschaft marktreif entwickelten Produkte, wie Brennstoffzellen für Handys und Hörgeräte oder Beamer, die nicht größer seien als eine Streichholzschachtel. Es gäbe immer noch genug Möglichkeiten, des Wirtschaftsstandort Deutschland an der Spitze zu halten, man müsse nur schnell handeln, um weiterhin Erfolg zu haben.

Der Segen Unwissenheit

Welchen Stellenwert bei unserer zukünftigen Entwicklung die Gesellschaft als solche einnehmen könne, darüber berichtete Prof. Dr. Peter Gross aus St. Gallen. Er stellte einen interessanten Dreisatz auf: „Neu ist, was man noch nicht weiß. Wir wissen noch gar nicht, was wir nicht wissen. Es ist wunderbar, dass wir vieles noch nicht wissen.“ Daraus stellte er Prognosen für eine zukünftige Gesellschaftsform auf, ganz nach dem Motto: „Weg von der ‚Anti Age-Gesellschaft‘ hin zur ‚Show-Age-Gesellschaft‘.“ Durch das Vergleichen der Industrienationen würden ganz neue Modelle geschaffen, mit ganz neuen Freiheiten für die Beteiligten. Daraus lasse sich auch eine neue Zielgruppenproblematik machen, denn der Markt wird auf Dauer nicht homogener, sondern zusehends divergenter. Damit war



Torsten Schwafert, Geschäftsführer der DeguDent GmbH, begrüßt die Gäste des 14. DeguDent Marketing Kongresses in Frankfurt am Main.



Der erste Referent des Samstags kam aus Zürich. Dr. David Bosshart machte nachdenklich mit Fragen wie „Arbeiten Sie noch, oder verdienen Sie schon Geld?“



Der Freisinger Trainer und Berater Hermann Scherer schlug ungewöhnliche Wege zu Aufmerksamkeit der Konsumenten vor.



Der Präsident der Fraunhofer-Gesellschaft, Prof. Dr. Hans-Jörg Bullinger, betonte die Wichtigkeit gut ausgebildeter Fachleute zur Erhaltung eines deutschen Standards im internationalen Vergleich.



Einen Ausflug in die Demografie und deren Auswirkungen auf den Markt bot Prof. Dr. Peter Gross aus St. Gallen.



Circa 800 Besucher zog die Einladung DeguDents in die Tiefen des Marketings nach Frankfurt am Main.

fort in ihren Bann, bevor Torsten Schwafert, Geschäftsführer DeguDent GmbH, es sich nicht nehmen ließ, alle Anwesenden zu begrüßen und einen guten Verlauf der Tagung zu wünschen. Über sich verändernde Konsummärkte berichtete als erster Dr. David Bosshart aus Zürich. Seiner Feststellung, dass ökonomische Macht die politische Macht sei, konnte sich die Mehrheit des Publikums anschließen. Seine Frage: „Arbeiten Sie noch, oder verdienen Sie schon Geld?“ erntete breite Zustimmung. Für viele Anwesende wird es zukünftig immer schwerer, ihren Standard zu halten. Auch Dr. Bosshart sehe die Zukunft zunehmend in persönlichen Beziehungen, wogegen das reine Geld immer weniger wichtig werde. Es finde ein immer neuer Prozess des Wandels

wendige Argumentation immer auf der Sachebene stattfinden und nicht auf der Gefühlsebene. Hier könne man den Patienten mit Argumenten besser überzeugen als in seinem eigenen Revier. Für den Patienten sei es wichtig, den Zahnarztbesuch z. B. wie einen Spaziergang zu empfinden, dann habe man alle Vorteile auf der Seite des Behandlers. Welchen Stellenwert die deutsche Technik in der Welt genießt, das zeigte Prof. Dr. Hans-Jörg Bullinger, Präsident der Fraunhofer-Gesellschaft in Stuttgart. Deutschland sei immer noch da stark auf dem Weltmarkt, wo es schon immer stark war. Allerdings hätten die anderen Nationen gewaltig aufgeholt. Zusätzlich fehlten uns aus seiner Sicht für die Zukunft gut ausgebildete Ingenieure, die den hohen deutschen Standard

es wieder Zeit zum Auftauchen aus der Reise durch den Ozean des Wissens. Das Kommando dazu gab nochmals Kapitän Torsten Schwafert, der in seinem Schlusswort betonte, wie viel er selbst an diesem Tage gelernt habe. Damit entließ er das Publikum dankend in die abendlichen Verkehrsströmungen, ohne jedoch dabei zu vergessen, auf das Jahr 2009 zu verweisen, an dessen Beginn erneut der Marketing Kongress der Firma DeguDent stattfinden wird. **ZT**

ZT Adresse

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

„Competence“ kommt schließlich nicht von ungefähr

Über 1.600 Zahntechniker und -ärzte besuchten 2007 insgesamt acht Fortbildungssymposien von Ivoclar Vivadent. 1.150 von ihnen verschafften sich einen aktuellen Überblick zum Thema „Vollkeramik und Befestigung“ und die restlichen 450 Teilnehmer informierten sich über „Composite Restaurationen“.



Das Referententeam „Implantatprothetik“ in München (v.l.): Dr. Frank Drubel (Moderation), ZTM Udo Buhr, R. Gläser, Prof. Dr. D. Edelhoft, Dr. Andreas Kurbad, Dr. T. Duffing, Dr. Volker Ulrici, W. Böthel, ZTM Kurt Reichel, Prof. Dr. Dr. H. Spiekermann, (nicht abgebildet: Dr. Paul Weigl).

„Die Bewertung dieser acht Symposien durch die Teilnehmer war zu 98,5 % positiv“, so Dr. Frank Drubel, Leiter Professional Services bei Ivoclar Vivadent GmbH in Ellwangen. „Die Erwartungen der Teilnehmer wurden zu 80 % erfüllt und zu 18,5 % sogar übertroffen. Wir haben unser Fortbildungsangebot 2008 im Bereich der drei Kompetenz-Felder erweitert und dabei die Wünsche und Anregungen der Teilnehmer noch stärker

berücksichtigt“, fährt Dr. Drubel fort. Ivoclar Vivadent lädt auch dieses Jahr zu bundesweit elf „Competence“-Symposien mit unterschiedlichen Fortbildungsthemen ein und erwartet bis zu 3.000 Teilnehmer. Sechs Symposien „Competence in All Ceramics“ und „Competence in Implant Esthetics“ vermitteln interessierten Zahnärzten und -technikern aktuelle Fachinformationen. Zusätzlich bieten fünf Expertenrunden ZahnärztInnen praxisrelevante Informationen zum Thema „Competence in Composites“. Das „Competence“-Expertenteam 2008 besteht aus 29 erfahrenen Praktikern aus Hochschule, Praxis und Labor und liest sich wie das „Who's who“ der Top-Referenten:

Referenten aus den Hochschulen: Dr. Uwe Blunck, Prof. Dr. Daniel Edelhoft, Prof. Dr. Claus-Peter Ernst, Prof. Dr. Roland Frankenberger, Prof. Dr. Reinhard Hickel, Prof. Dr. Heinrich Kappert, Prof. Dr. Manfred Kern, Prof. Dr. Bernd Kläiber, Prof. Dr. Peter Pos-

Referenten aus der Praxis: Wolfgang Boer, Dr. Marco Goppert, Dr. Domonkos Horvath, Dr. Enno Kramer, Dr. Andreas Kurbad, Dr. Markus Lenhard, Dr. Dieter Reusch, Dr. Marcus Striegel und Dr. Winfried Zeppenfeld, sowie Referenten aus dem Labor: ZT Oliver Brix, ZTM Udo Buhr, ZTM Kurt Reichel, ZTM Rainer Semsch, ZTM Benjamin Votteler und ZT Christoph Zobler. **ZT**

ZT Adresse

Ivoclar Vivadent GmbH
Postfach 11 52
73471 Ellwangen, Jagst
Tel.: 0 79 61/8 89-0
Fax: 0 79 61/61 63 26
E-Mail: info@ivoclarvivadent.de
www.ivoclarvivadent.de

... und schon wieder ein Jubiläum!

Diesmal feiert ein Kundenberater der Dortmunder dentona AG sein zehnjähriges Firmenjubiläum!

Am 1. Januar 2008 feierte der dentona-Mitarbeiter Andreas Thiele sein zehnjähriges Dienstjubiläum. Thiele, der seit Beginn der Beschäftigung bei dentona als Kundenberater für das Gebiet „Ost“ zuständig ist, hat sein Verkaufsgeschäft erfolgreich ausgebaut und ist seither ein zuverlässiger Ansprechpartner für dentona-Kunden.



Carsten Wilkesmann (re.), Vorstand der dentona AG, gratuliert Andreas Thiele zu dessen zehnjährigem Firmenjubiläum.

Zum Jubiläum gratulierte Carsten Wilkesmann, Vorstand der dentona AG, und übergab dem Jubilar außer der obligatorischen Jubiläumsurkunde auch noch einen Geschenkgutschein. So kann der landschaftsbegeisterte Spreewaldliebhaber einige Tage im herrlichen Spreewald vom Alltag ausspannen. **ZT**

ZT Adresse

dentona AG
Otto-Hahn Str. 27
44227 Dortmund
Tel.: 02 31/55 56-0
Fax: 02 31/55 56-9 00
E-Mail: mailbox@dentona.de
www.dentona.com

ANZEIGE

IPS InLine®

InLine® Konventionelle Metallkeramik

InLine® PoM Press-on-Metal Keramik



Make it InLine!

IPS InLine – die farbstabile Leuzit Metallkeramik mit neuen, modernen Bleach-Farben für ästhetisch ansprechende Resultate. Schnell und unkompliziert in der Verarbeitung und mit idealer Brennbarkeit und Sinterung.

IPS InLine PoM – die neue Press-on-Metal Technologie basierend auf der bewährten PRESS-Technik, gängigen Legierungen und bestens bekannten Geräten. Eine Leuzitkeramik für präzise überpresste Metallgerüste.

Kundenbefragung nun regelmäßig

Im kontinuierlichen Bestreben, die Kundenbeziehungen zu verbessern und interne Prozesse zu überprüfen, hat die Firma Scheu-Dental GmbH im Herbst 2007 insgesamt 1.000 Kunden befragt.



Kundenzufriedenheit als Basis: Christian Scheu, Geschäftsführer der Scheu-Dental GmbH.

Es wurden Details zu Produktqualität, Auftragsbearbeitung, Kunden-Lieferantenverhältnis abgefragt, und aus den Antworten und Anregungen sind bereits Maßnahmen zur Optimierung der Abläufe ergriffen worden.

„Wir freuen uns über die Offenheit unserer Kunden und sind stolz, in nahezu allen Bereichen Zustimmung jenseits der 90 % erreicht zu haben. Das ist für uns Ansporn und Herausforderung zugleich“,

teilt Geschäftsführer Christian Scheu mit.

Die im Rahmen einer Verlosung als „Dankeschön“ versprochenen iPods haben die Praxen Dr. H.A. Wecker in Bergisch Gladbach und Ders. Schumann & Mohr, Essen, bereits rechtzeitig zu Weihnachten erreicht!

Scheu-Dental möchte diese Befragungen auch in den nächsten Jahren regelmäßig durchführen, um schnell und konsequent auf Wünsche, Anregungen und Informationen aus dem Kundenkreis reagieren zu können. „Zufriedene Kunden sind für uns die Basis – heute und morgen!“, so Christian Scheu. **ZT**

ZT Adresse

Scheu-Dental GmbH
Am Burgberg 20
58642 Iserlohn
Tel.: 0 23 74/92 88-0
Fax: 0 23 74/92 88-90
E-Mail: service@scheu-dental.com
www.scheu-dental.de

www.ivoclarvivadent.de

Ivoclar Vivadent GmbH
Dr. Adolf-Schneider-Str. 2 | 73479 Ellwangen | Tel.: 0 79 61 / 8 89-0 | Fax: 0 79 61 / 63 26

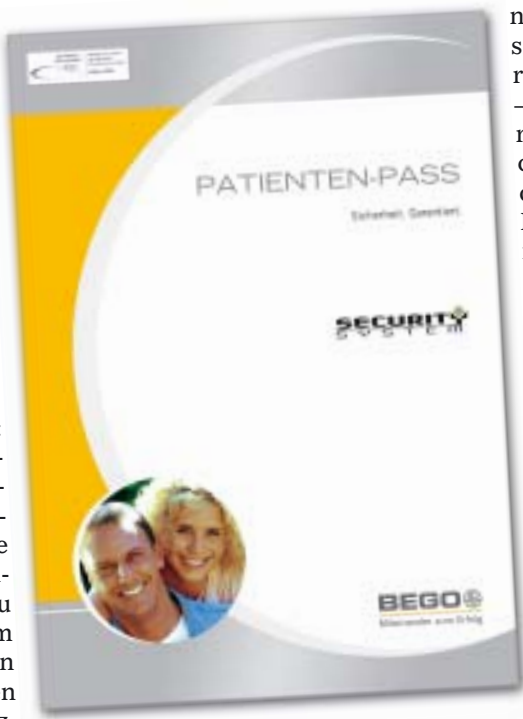
ivoclar vivadent
passion vision innovation

Sicherheit für Labor, Praxis und Patient

Das noch junge Modell der Fünf-Jahres-Versicherung des Bremer Herstellers BEGO erfreut sich zunehmender Beliebtheit – auch als Mittel zur Kundenbindung.

Die Ansprüche an Zahnprothetik von Kundenseite waren noch nie so hoch. Die Arbeiten werden immer diffiziler. Kosten- und Zeitdruck nehmen zu: In diesem Spannungsfeld bietet das Bremer Dental-Unternehmen BEGO ein Produkt an, das für Dentaltechniker, Zahnärzte und Patienten gleichermaßen von Vorteil ist: Mit dem Security System sind Dental-Arbeiten aus BEGO-Gerüstmateriale fünf Jahre lang umfassend versichert. Und zwar bis zu 7.500 Euro pro Fall. Im Gegensatz zu anderen derartigen Angeboten entfällt auch die Karenzzeit – der Patient ist ab dem Moment der Eingliederung versichert.

Der Versicherungsumfang erstreckt sich sowohl auf feststehenden Zahnersatz als auch auf implantatgetragene Suprakonstruktionen, bei Bedarf verblendet mit zu der jeweiligen Legierung passendem Verblendmaterial, sowie auf herausnehmbaren Zahnersatz, hergestellt unter ausschließlicher Verwendung bestimmter BEGO-Legierungen, darunter BEGO-Gold, und bestimmte edelmetallfreie Legierungen. In Verbindung mit dem Kauf der BEGO-Legierungen können vom Dentallabor gegen geringen Aufpreis BEGO-Security-Coupons erworben werden. Eine weitere Besonderheit: Neben den Kosten für Material und den zahntechnischen Aufwendungen sind auch Zahnarzthonorare, die nicht von Dritten – wie Krankenversicherung oder Zusatzversicherung – erstattet werden, eingeschlossen. Durch diesen Versicherungsschutz können sich das Dentallabor, der Zahnarzt und der Patient absichern. „Es bringt allen Beteiligten im Schadensfall nur wenig, wenn das Material ausgetauscht wird, aber Unklarheit herrscht über die Übernahme der weiteren Kosten, wie beispielsweise des Zahnarzthonorars“, so Christoph Weiss, Geschäftsführer der BEGO. „Wir haben ein System entwickelt, das die Sicherheit auf allen Seiten erhöht.“



Der Garantie-Pass, den der Patient mit nach Hause nimmt – so wird die Leistung von Security System gut „begreifbar“.

Der Garantie-Pass, den der Patient mit nach Hause nimmt – so wird die Leistung von Security System gut „begreifbar“.

nischen Aufwendungen sind auch Zahnarzthonorare, die nicht von Dritten – wie Krankenversicherung oder Zusatzversicherung – erstattet werden, eingeschlossen. Durch diesen Versicherungsschutz können sich das Dentallabor, der Zahnarzt und der Patient absichern. „Es bringt allen Beteiligten im Schadensfall nur wenig, wenn das Material ausgetauscht wird, aber Unklarheit herrscht über die Übernahme der weiteren Kosten, wie beispielsweise des Zahnarzthonorars“, so Christoph Weiss, Geschäftsführer der BEGO. „Wir haben ein System entwickelt, das die Sicherheit auf allen Seiten erhöht.“

ZT Adresse

BEGO Bremer Goldschlägerei Wilh. Herbst GmbH & Co. KG
Technologiepark Universität
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

Neue Marketing-Direktorin in Hanau

„Gute Positionierung“ – Zum 1. Februar 2008 hat Sinikka Hansen die Position Director Marketing beim Hanauer Zahntechnikspezialisten DeguDent übernommen.

Nach Stationen bei der Schwartauer Werke GmbH & Co. KGaA, Bad Schwartau, als Marketing Trainee bzw. als Junior Product Manager bei Reckitt & Colman, Hamburg, wechselte Sinikka Hansen im Jahr 2000 zu Johnson & Johnson in Düsseldorf. Dort war sie bis zu ihrem Wechsel zu DeguDent in verschiedenen Marketingpositionen tätig – u. a. auch für rund zwei Jahre als Franchise Manager bei Johnson & Johnson Ltd. in London. Die DeguDent GmbH in Hanau, Marktführer in mehreren Produktbereichen, mit ihren Vertriebsorganisationen im Direkt- und Fachhandelsvertrieb, bietet praktisch alle Materialien und Geräte, die ein modernes Labor heute benötigt: angefangen bei Gerüstwerkstoffen wie Legierungen und Keramiken sowie CAD/CAM-Systemen, Verblendkeramiken und Öfen bis hin zu Verblendkunststoffen, Zähnen und Prothesenkunststoffen.



Seit Februar neu in der Position Director Marketing bei DeguDent: Sinikka Hansen.

Selective Laser Melting zur Bearbeitung von Kobalt-Chrom, neue Qualitätsmaßstäbe. „Mit Frau Hansen haben wir uns für die wachsenden Herausforderungen in einem internationalen Umfeld gut positioniert. Unser Erfolg basiert auf hoher Produktqualität und hervorragend ausgebildeten und motivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Diesen Standard weiter auszubauen, bestimmt die Unternehmenspolitik auch in Zukunft“, kommentiert Dr. Alexander Völcker, Geschäftsführer der DeguDent GmbH. **ZT**

Neu im Angebot des Zahntechnik-Spezialisten mit neun Service-Zentren verteilt über ganz Deutschland: In der Compartis-Fertigung können Labore Gerüste bzw. Kappchen aus Zirkonoxid, NEM und Titan beziehen. Auch auf diesen Produktfeldern setzt DeguDent durch werkstoffgerechte Verfahren, wie etwa durch das

ZT Adresse

DeguDent GmbH
Otfried Groß
Postfach 13 64
63403 Hanau
Tel.: 0 61 81/59-58 47
Fax: 0 61 81/59-59 62
E-Mail:
otfried.gross@degudent.de
www.degudent.de

ANZEIGE

Implantologie EINSTIEG MIT KONZEPT

15. IEC IMPLANTOLOGIE-EINSTEIGER-CONGRESS • 23./24. MAI 2008 IM MARITIM HOTEL ULM

Die Veranstaltung entspricht den Leitsätzen und Empfehlungen der KZBV vom 23.09.05 einschließlich der Punktebewertungsempfehlung des Beirates Fortbildung der BZÄK vom 14.09.05 und der DGZMK vom 24.10.05, gültig ab 01.01.06. Bis zu 16 Fortbildungspunkte.

PROGRAMM ZAHNÄRZTE

REFERENTEN

Priv.-Doz. Dr. Dr. Steffen G. Köhler/Berlin
Dr. Dr. Peter Ehl/Berlin
Dr. Dr. Frank Palm/Konstanz
Dr. Friedhelm Heinemann/Morsbach
Dr. Michael Hopp/Berlin
Dr. Milan Michalides/Bremen
Dr. Thomas Ratajczak/Sindelfingen

THEMEN

- Historische Entwicklung und aktueller Forschungsstand
- Voraussetzungen für eine erfolgreiche Implantologie
- Therapiestrategie und Operationsplanung
- Standardsituationen für implantologische Versorgung
- Sofortimplantation und Sofortbelastung
- Knochenersatzmaterialien und Membranen
- Wie organisiere ich den Einstieg in die Implantologie?
- Das implantologische Equipment
- Problemfälle und schwierige Situationen
- Das Aufklärungsgespräch in der Implantologie

PROGRAMM ZAHNTECHNIKER

REFERENTEN

Dr. Michael Hopp/Berlin
ZTM Peter Finke/Erlangen
ZTM Günter Rübeling/Berlin
Dipl.-ZT Olaf van Iperen/Wachtberg-Villip
ZTM Gerhard Ziegler/Bad Kissingen
Prof. Dr. Dr. Herbert Dumfahrt/Innsbruck (A)
AAD Dipl.-ZT Martin Lampl/Dornbirn (A)

THEMEN

- Bedeutung der Zusammenarbeit Zahnarzt-Zahntechniker für den Erfolg in der Implantologie – Optionen und Grenzen
- Zirkonoxid in der Implantologie
- Die Prothetik entscheidet über den implantologischen Erfolg. Präfabrizierte und individuelle Prothetik – Stärken und Schwächen
- Die interdisziplinäre Zusammenarbeit Zahnmedizin-Zahntechnik für den implantatgetragenen Zahnersatz mit spannungsfreiem Sitz zur Vermeidung von Misserfolgen
- Korrekter Material- und Technologieeinsatz in der Implantologie
- Perfekte Ergebnisse mit NobelEsthetics™
- Misserfolge in der Implantat-Prothetik – Fehleranalyse und Lösungsmöglichkeiten

WORKSHOPS

• BEGO Implant Systems	• DENTAURUM IMPLANTS	• Heraeus	• m&k dental
• bicon	• DENTSPLY Friadent	• K.S.I. Bauer-Schraube	• Nobel Biocare
• BIOMET 3i	• Ihde Dental	• Lifecore	• Schütz Dental
• CAMLOG	• Innova-Oraltronics	• Lumenis	• Straumann
• CHAMPIONS-IMPLANTS	• Henry Schein	• MIS	• W&H

Online-Anmeldung und nähere Informationen zum Programm, Preisen und Veranstaltungsort unter www.event-iec.de

„Charta der Vielfalt“ unterzeichnet

Sirona, einer der weltweit führenden Hersteller dentaler Ausrüstungsgüter, verpflichtet sich damit, die Vielfalt der Belegschaft aktiv zu fördern. Die Charta ist eine Initiative, an der sich bundesweit über 230 Unternehmen und öffentliche Einrichtungen beteiligen. Schirmherrin ist Kanzlerin Angela Merkel.

Seit der Gründung vor zehn Jahren hat sich Sirona zu einem internationalen Konzern entwickelt, der mittlerweile mehr als zwei Drittel seines Umsatzes mit Kunden außerhalb Deutschlands erzielt. „Nur durch die Vielfalt unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gelingt es uns, die vielen unterschiedlichen Anforderungen auf Kundenseite bei der Produktentwicklung und im Vertrieb zu erfüllen“, so Theo Haar, Executive Vice President von Sirona. „Deshalb ist die Vielfalt unserer Belegschaft für uns von größtem unternehmerischen Interesse.“ Sirona beschäftigt derzeit 2.280 Mitarbeiter in 17 Staaten. Am größten Standort in Bensheim arbeiten 1.191 Mitarbeiter und 108 Auszubildende, die aus 18 verschiedenen Nationen stammen. Der internationale und interkulturelle Austausch zwischen den Mitarbeitern und den Tochtergesellschaften gehört seit 2006 zu den Unternehmensschwerpunkten. Seither achtet das Unternehmen darauf, dass mindestens die Hälfte der neu eingestellten Mitarbeiter über Auslandserfahrung verfügen. Mehr als zehn Mitarbeiter befinden sich ständig für einen längeren Zeitraum bei einer Sirona-Gesellschaft außerhalb Deutschlands. Auf der Führungsebene werden Vernetzung und Austausch durch Informationstreffen intensiviert. 20 Prozent der Belegschaft in Bensheim sind weiblich; zehn Frauen nehmen Führungsaufgaben auf

allen Ebenen des Unternehmens bis hin zum Vorstand wahr. Die Belegschaft umfasst alle Altersgruppen, von Auszubildenden unter 20 Jah-

zeichneten Modells „Sirona-Erfolgs-Management“ (SEM) verbindet das Unternehmen Mitarbeiterbefragungen und -gespräche mit der operati-



Theo Haar, Executive Vice President von Sirona, nahm Mitte Dezember in Frankfurt am Main die Urkunde „Charta der Vielfalt“ von der Integrationsbeauftragten der Bundesregierung, Staatsministerin Prof. Dr. Maria Böhmer, entgegen. Links im Bild: Joachim Horras, Personalleiter Deutschland der Deutschen Bank.

ren bis zu 65-Jährigen. Die gleichmäßige Altersverteilung der Belegschaft sichert die Weitergabe von Erfahrung und die Integration von neuem Wissen. Der Altersdurchschnitt beträgt 44,4 Jahre. Damit ältere Mitarbeiter oder die 77 Mitarbeiter mit Schwerbehinderung nicht benachteiligt werden, hat Sirona beim Neubau des Verwaltungsgebäudes und bei der Gestaltung der Arbeitsplätze großen Wert auf Barrierefreiheit gelegt. Alle Mitarbeiter am Standort Bensheim sind aufgerufen, sich mit Anregungen und Verbesserungsvorschlägen aktiv an der Unternehmensentwicklung zu beteiligen. Im Rahmen des mehrfach ausge-

ven und strategischen Unternehmensplanung. Theo Haar: „Im Rahmen des SEM haben die Mitarbeiter die Möglichkeit, ihre Meinungen, Sorgen und Interessen vorzutragen, in der Gewissheit, dass diese ernst genommen werden und gegebenenfalls zu konkreten Maßnahmen führen.“ **ZT**

ZT Adresse

Sirona Dental Systems GmbH
Fabrikstraße 31
64625 Bensheim
Tel.: 0180/1 88 99 00*
Fax: 0180/5 54 46 64*
E-Mail: contact@sirona.de
www.sirona.de

* (3,9 Cent/Min. aus dem deutschen Festnetz; Mobilfunk abweichend)

FAXANTWORT

03 41/4 84 74-2 90

Bitte senden Sie mir das Programm des 15. IEC Implantologie-Einsteiger-Congresses in Ulm zu.

Praxisstempel

ZT 2/08

Änderung in der Geschäftsleitung

33 Jahre im Dienste von GEBR. BRASSELER – auf diese stolze Zahl kann die Dentalbranche gemeinsam mit Siegfried Haverkamp zurückblicken. Zum 31.1.2008 verließ der 66-Jährige die Geschäftsleitung der GEBR. BRASSELER GmbH & Co. KG.

1975 begann Haverkamp seine Tätigkeit als Einkaufsleiter bei GEBR. BRASSELER. 1982 wechselte er in den Vertrieb und wurde nach seiner Position als Assistent der Geschäftsleitung ab 1983 zum Vertriebsleiter ernannt. Im Jahr 1988 übernahm Siegfried Haverkamp dann die Geschäftsführung. Unter seiner Führung maß er im Mutterhaus Lemgo insbesondere den Themen Innovation und Modernisierung entscheidende Bedeutung bei. Die Globalisierung trieb er mit persönlicher Willensstärke energisch voran. Unter



Ein halbes Leben im Dienste der Firma: Ende Januar verließ Siegfried Haverkamp die Geschäftsleitung der GEBR. BRASSELER GmbH & Co. KG.

seiner Ägide ist die Marke Komet international ein anerkannter Maßstab für Präzision und Zuverlässigkeit geworden. Komet-Qualitätsprodukte sind inzwischen in über 100 Ländern erhältlich. Dabei behielt er auch stets die Sicherung des Standorts Lemgo und damit den Erhalt der heimischen Arbeitsplätze im Blick. Seine Nachfolge wurde frühzeitig geregelt und die verschiedenen Geschäftsführungsbereiche wurden entsprechend sukzessive an seine beiden Geschäftsführungskollegen Klaus Rübesamen und Rein-

hard Hölscher übergeben. Das Ende seiner aktiven Laufbahn und insbesondere das vergangene Jahr stand für Haverkamp ganz im Zeichen der neuen amerikanischen Niederlassung Komet USA in Rock Hill, South Carolina. Planung, Aufbau und Gründung sowie reibungsloser Start innerhalb des letzten Jahres bildeten den krönenden Abschluss

seiner dentalen Karriere bei Komet. Mit Vollendung des 66. Lebensjahres ging seine Funktion als CEO in der amerikanischen Tochtergesellschaft planmäßig zum 31.1.2008 ebenfalls an Klaus Rübesamen über. GEBR. BRASSELER dankt seinem ehemaligen Geschäftsführer für die starke Hand, mit der er das Unternehmen lokal wie global erfolgreich durch

mehr als drei Jahrzehnte geführt hat. **ZT**

ZT Adresse

GEBR. BRASSELER GmbH & Co. KG
Trophagener Weg 25
32631 Lemgo
Tel.: 0 52 61 / 7 01-0
Fax: 0 52 61 / 7 01-2 89
E-Mail: info@brasseler.de
www.kometdental.de

ZT Kleinanzeigen

Gepflegtes Dentallabor

in Berlin, 193 m²,
15 KaVo-Arbeitsplätze,
aus Altersgründen
zu verpachten,
zu vermieten oder
zu verkaufen.

Chiffre 311.115.02

muffelforum.de
Die Community der Zahntechniker

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

Internet: <http://www.muffel-forum.de> eMail: info@muffel-forum.de

Ein Projekt der T&B ServiceLine GbR
Am Schlangenhorn 27
14656 Brieselang
<http://www.tb-service.de>

Thorsten Titz und Andreas Braune
fon: (033232) 350090
fax: (033232) 350091
eMail: info@tb-service.de

Tag der offenen Tür in Ronneburg

Während der letzte Meisterkurs nach erfolgreicher schriftlicher Prüfung miten in der praktischen steckt, begann im Dezember in Ronneburg schon der 24. Kurs mit der Meistervorbereitung Teil I Fachpraxis und Teil II Fachtheorie.



Der 24. Meisterkurs der Meisterschule für Zahntechnik Ronneburg im CAD/CAM-Seminar der Firma Wieland in Dresden.

nächste Meisterkurs findet vom 9.6.–20.11. 2008 statt, ein Einstieg ist noch möglich. Die Lehrgangsdauer für Teil I und II beträgt in der Vollzeitvariante sechs Monate. Wird nur jede zweite Woche Unterricht belegt (Splittingvariante), verlängert sich die Ausbildungsdauer auf ein Jahr. Neben der Meisterausbildung offeriert die Schule ein umfangreiches Fortbildungsangebot für Zahntechniker. **ZT**

18 Meisteraspiranten aus sieben Bundesländern dokumentieren die bundesweite Präsenz der ostthüringischen Meisterschule, immerhin beträgt der längste Anfahrtsweg über 500 Kilometer. Interessenten für die Meisterausbildung lädt die Bildungseinrichtung am 1.3. 2008 von 10–15 Uhr zu einem

Tag der offenen Tür ein. Für die Entscheidungsfindung sind die umfangreichen Informationen aus den persönlichen Gesprächen mit der Schulleitung, u. a. zu Ausbildungsinhalten und Finanzierungsmöglichkeiten, ein nicht zu unterschätzender Vorteil. Außerdem erwartet die Anwesenden an diesem Tag eine Überraschung. Der

ZT Adresse

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

ZT Veranstaltungen Februar bis April 2008

Datum	Ort	Veranstaltung	Info
27.02.2008	Essen	CERAMAGE GUM – Prothetische Wertigkeit durch natürliche, individuelle Gingiva-Gestaltung Referent: ZTM German Bär	Fundamental Schulungszentrum Tel.: 02 01/86 86 40
05.03.2008	Meckenheim	Das Modell – Die Visitenkarte des Labors Referenten: ZTM Claudia Füssenich, Udo Rudnick	Da Vinci Creativ ZTM Claudia Füssenich Tel.: 0 22 25/1 00 27
07.03.2008	Engen	Aufwachstechnik step by step Referent: ZT Simon Haug	Yeti Dental Helmut Kircheis Tel.: 0 77 33/94 10 22
27.03.2008	Ispringen	Klammermodellgusskurs für Fortgeschrittene Referent: ZT Klaus Dittmar	DENTAURUM Sabine Trautmann Tel.: 0 72 31/8 03-4 70
17.–18.03.2008	Bremen	Ästhetische Überpresskeramik: Intensivkurs zum Überpressen von Metallgerüsten Referent: BEGO BREMEN	BEGO Training Center Lena Linsen Tel.: 04 21/20 28-3 72
28.–29.03.2008	Sauerlach	Tizianmill-Anwenderkurs I – Zirkuläre Brücke Referent: ZT Fritz Steinlehner	Schütz Dental Regina Achenbach Tel.: 0 60 03/8 14-6 20
29.03.2008	Rastede	Einführung in die Dental fotografie Referent: ZTM Christian Hannker	3M ESPE FREECALL 0800/2 75 37 73
02.04.2008	Hamburg	Modellherstellung mit dem model-tray-System von A-Z Referent: ZTM Birgit Haker-Hamid	Model-Tray Petra Kober Tel.: 0 40/38 14 15
05.04.2008	Starnberg	Sinfony™ Kurs Referent: ZTM C. Fiderer	3M ESPE FREECALL 0800/2 75 37 73
09.04.2008	Essen	Modellherstellungskurs: „Workshop rund ums Zeiser-System“ Referent: ZTM Reinhold Haß	picodent GmbH Claudia Knopp Tel.: 0 22 67/65 80-0

zirkon-forum.de

informativ News aktuell Infos
Forum kommunikativ Umfragen
Wettbewerbe aktiv Veranstaltungen
Technologien/Materialien visionär
Plattform für Zahntechniker

St. Moritz

35. Internationale Fortbildungstagung für Zahntechniker

02. – 08. März 2008
Informationen unter: www.zahntechnikst-moritz.de
Labor: 02 11/13 87 90

ANZEIGE

ZT Volttreffer!



Fax an 03 41/4 84 74-2 90

ZT Nachrichten, statt nur Zeitung lesen.

Ja, ich abonniere die ZT Zahntechnik Zeitung für 1 Jahr zum Vorteilspreis von € 55,00 (inkl. gesetzl. MwSt. und Versand). Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, wenn es nicht sechs Wochen vor Ablauf des Bezugszeitraums schriftlich gekündigt wird (Poststempel genügt).

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

Datum/Unterschrift _____

Widerrufsbelehrung:
Den Auftrag kann ich ohne Begründung innerhalb von 14 Tagen ab Bestellung bei der Oemus Media AG, Holbeinstraße 29, 04229 Leipzig schriftlich widerrufen. Rechtzeitige Absendung genügt.

OEMUS MEDIA AG
Aboservice
Holbeinstraße 29
04229 Leipzig
Tel.: 03 41/4 84 74-2 00
Fax: 03 41/4 84 74-2 90
E-Mail: grasse@oemus-media.de
www.oemus.com



