

# ZT SERVICE

## Außergewöhnliche Ausdauerfähigkeiten auf dem Weg zum großen Erfolg

Bei der Zusammenführung von Patienten und Zahnärzten nehmen Zahnlabore als Partner der Dentalindustrie immer häufiger eine aktive Rolle ein. Sie wissen: Moderne Zahnimplantate, die beim Patienten erfolgreich sein wollen, müssen in Zukunft Qualität, Sicherheit und aktives Patientenmarketing vereinen.

Genau diese Qualitäten vereint das neue Vollkaskoimplantat mit Zehn-Jahres-Garantie von Clinical House Dental. Das Zahnzentrum Lübeck wurde als erstes Referenzlabor für Vollkaskozahnimplantate zertifiziert. ZTM Heino Merten (52), Geschäftsführer des Zahnzentrums Lübeck, spricht im ZT-Interview über Details rund um die Kooperation mit der Clinical House Dental GmbH aus Bochum.

### ZT Herr Merten, welche Vorteile bringt die Zusammenarbeit mit Clinical House Dental?

Sicherheit, Vertrauen, Garantie – dafür steht Clinical House Dental mit dem neuen Vollkaskoimplantat. Unsere Philosophie passt sehr gut



ZTM Heino Merten ist von der Qualität und dem Erfolg des Vollkaskozahnimplantats vollkommen überzeugt.

zusammen. Clinical House hatte die Idee, ein Zahnimplantat mit einer Zehn-Jahres-Garantie anzubieten. Man hat dort erkannt, dass ein Implantat nicht nur von höchster Qualität und fair kalkuliert zu sein hat, sondern dass es seine Kunden buchstäblich mitbringen muss, um auf dem heutigen Implantatmarkt Erfolg zu haben. Clini-

cal House geht deshalb aktiv auf die Kunden zu, betreibt offensives Marketing. Als ich vom Vollkaskoimplantat erfahren habe, bin ich mit meinem kaufmännischen Leiter sofort zu Clinical House Dental nach Bochum gefahren, um aus erster Hand informiert zu sein.

### ZT Warum überzeugt Sie das Vollkaskoimplantat?

Das Vollkaskoimplantat weist nach ersten klinischen und praxisorientierten Ergebnissen keinen Knocheneinbruch in Richtung Gingiva auf, was bei anderen Implantaten deutlich der Fall ist. Zudem ist die Oberflächenbeschichtung des Vollkaskoimplantats zukunftsweisend. Auch das Handling und die Füge-technik sind optimal. Was sich besonders positiv abhebt, sind die vielen kleinen Feinheiten, die aus der Erfahrung vieler Implantatsysteme entstanden sind, hervorgegangen aus der interdisziplinären Arbeit von Profis in der Academy of Periointegration. Beeindruckend fand ich in Bochum auch das offene Denken und die Bereitschaft, auf andere Menschen zuzugehen, die in ähnlichen Bereichen arbeiten.

### ZT Das Thema Sicherheit und Garantie wird in der oralen Implantologie immer wichtiger. Reicht eine Zehn-Jahres-Garantie auf ein Implantat aus?

Hier muss sich noch viel bewegen. Der Implantatgarantie muss eine Prothetikgarantie folgen, die auch zehn Jahre Sicherheit umfassen muss. Auf dieses Thema gehen wir zurzeit aktiv zu. Unser ursprüngliches Ziel war es, ein Implantat mit drei Jahren Garantie auszustatten und dem Kunden die Option anzubieten, eine Garantie-



Das Team des Zahnzentrums Lübeck arbeitet mit rund 80 Zahnarztpraxen bundesweit zusammen.

verlängerung dazuzukaufen – wie beim Auto. Zudem suchten wir nach Partnern, die nicht nur die Implantate, sondern auch die Aufbauten versichern. Dann hörten wir von dem Vollkaskoimplantat und stoppten unsere Planung, um mit Clinical House Dental über eine mögliche Kooperation zu sprechen. Daraus entstanden die Gespräche mit der Clinical House Dental. Wir suchen nach einem sinnvollen Weg, diese Zehn-Jahres-Garantie auf Implantate und Aufbauten auszuweiten. Und der Weg, der mit dem Vollkaskoimplantat eingeschlagen wurde, ist der Richtige.

### ZT Das Zahnzentrum Lübeck ist als erstes Kompetenz-Zahnlabor für Vollkaskozahnimplantate zertifiziert. Welche Vorteile bietet das den 80 Zahnarztpraxen, die mit Ihnen kooperieren?

Wir wollen uns in diesem Bereich einen Ruf schaffen. Mit einem neuen Partner, mit einem neuen System. Wir etablieren einen Ruf der Zuverlässigkeit, der Fairness im Preis und der Sicherheit. Durch diese beispielhafte Kooperation von Dentalindustrie, Zahntechnik und

den Zahnärzten können wir den Weg zu neuen Kunden ebnen.

### ZT Nicht zuletzt durch die Kooperation mit Clinical House Dental gelten Sie als Vordenker der Zahntechnik. Was treibt Sie an?

Ich lerne täglich neu, ich passe mich ständig den Veränderungen des Marktes an. Das erste Mal spürte ich diese Veränderungen 1989 durch die damalige Gesundheitsreform. Damals sprach die gesamte Zahnwelt von Einschränkungen. Es hieß, man verdiene nicht mehr so viel Geld, Sparmaßnahmen wurden getroffen, die Angst vor einer Insolvenz breitete sich aus. Die Einnahmen der Zahnärzte, der Zahnlabore, der Zahntechniker, der Zulieferindustrie gingen zurück. Da mussten wir handeln.

### ZT Was haben Sie anders gemacht?

Wir gehörten zu den ersten, die erkannt haben, dass es neben der medizinischen Qualität von Produkten und Behandlung immer auch um Patientengewinnung gehen muss. Ein Zahnarzt kommt nur weiter, wenn er sich als

Service- und Dienstleistungsbetrieb versteht und verhält. Der Patient als Kunde entscheidet doch, in welcher Praxis er sich gut aufgehoben fühlt und welchem Zahnarzt er vertraut. Alle Marketingmaßnahmen, die wir als Dentallabor treffen, dienen dazu, gute Zahnärzte und Patienten zusammenzubringen.

### ZT Wie können Sie als Labor die Praxen unterstützen?

Manchen Zahnärzten fällt es schwer, sich auf den Patienten als Kunden, der entscheidet, in welche Richtung es weitergeht, einzulassen. Wir bieten den Zahnärzten unsere Unterstützung an, denn als Handwerker sind wir nicht dem Standesrecht der Zahnärzte unterworfen. Wir können ganz anders werben. Unser Motto: It's our business to promote yours. Deshalb haben wir bereits vor zwölf Jahren angefangen, das Medium Internet zum Transport unserer Informationen in Richtung Patient zu nutzen.

### ZT Sie setzen stark auf Kommunikation via Internet. Warum?

Mit meinem Partner Friedrich Heckl in Fürth habe ich 2006 die Arbeitsgemeinschaft bezahlbarer Zahnärzte (AgbZ) „erfunden“. Gemeinsam generieren wir Traffic auf [www.die-endverbraucher.de](http://www.die-endverbraucher.de), [www.die-zahnarzttempfehlung.com](http://www.die-zahnarzttempfehlung.com), [www.agbz.de](http://www.agbz.de) und [www.zz-l.de](http://www.zz-l.de).

Patienten können sich auf diesen vernetzten Plattformen über „zahnrelevante“ und finanzielle Themen sowie Zahnersatz und Implantate informieren. Zahnärzte können sich auf den Plattformen kostenlos eintragen lassen, Premiummitglieder mit mehr Traffic werden und

Empfehlungen ihrer Patienten sammeln. Sie haben zudem die Möglichkeit, in ihrer Region AgbZ-Partner zu werden und die Synergien der Gruppe und den gemeinsamen Einkauf zu nutzen.

### ZT Wie stellen Sie die Qualität der Informationen sicher?

Der Patient möchte größtmögliche Sicherheit zu einem fairen Preis bei einem vertrauensvollen Menschen. Damit muss man sehr sorgfältig umgehen. Wir helfen den Zahnärzten, Kunden zu werben, beraten sie kaufmännisch und lenken Patienten, die qualitäts- und innovationsbewusst sind, in Praxen, die solche Bedürfnisse befriedigen können.

### ZT Sie sprechen von einer engen Zusammenarbeit zwischen Zahntechnik und Dentalindustrie. Wie beurteilen Sie dieses Verhältnis?

Statt etwas für den Endkunden Patient zu tun, werden Labor und Zahnärzte hofiert und mit Kick-Back ausgestattet. Dadurch werden die Endprodukte für den Patienten immer teurer. Namhafte Implantate kosten oft bis zu 600 Euro. Mit Chirurgie, Zahnarzt-honorar und Laborkosten kommen leicht 2.000 Euro auf den Endkunden zu. Immer weniger Menschen können sich solche Preise leisten. Deshalb plädiere ich für einen gemeinsamen Einkauf und mehr Einnahmen über mehr eigene Leistung statt Kick-Back. **ZT**

### ZT Adresse

Clinical House Dental GmbH  
Am Bergbaumuseum 31  
44791 Bochum  
Tel.: 02 34/90 10-2 60  
Fax: 02 34/90 10-2 62  
E-Mail: [info@clinical-house.de](mailto:info@clinical-house.de)  
[www.periointegration.de](http://www.periointegration.de)

## Dentaurum-Kursbuch 2009 mit zahlreichen Erweiterungen erschienen

Für alle, die sich vorgenommen haben, im kommenden Jahr an einer Fortbildung teilzunehmen, ist das vielfältige Kursbuch 2009 der Dentaurum-Gruppe genau das Richtige. Auf über 80 Seiten sind die nötigen Informationen zu den verschiedensten Kursthemen und Referenten kompakt und übersichtlich dargestellt.

Angeboten werden Fortbildungen in den Fachgebieten Orthodontie, Kieferorthopädische Zahntechnik, Zahntechnik allgemein und Implantologie. Für das hochwertige Veranstaltungsangebot von Dentaurum Implants gab es bisher eine separate Kursbroschüre – jetzt sind alle Fortbildungsbereiche der Dentaurum-Gruppe in einem Gesamtbuch zusammengefasst. Bei einer Auswahl an über 100 interessanten Kursen, die von über 70 namhaften Referenten gehalten werden, ist mit Sicherheit für jeden etwas dabei – ob Einsteiger, Fortgeschrittener oder Experte.

Erweitert wurde u. a. der Kursbereich zum Thema „Skelettale Verankerung“



Mehr als 100 Kurse von über 70 Referenten finden sich im Kursbuch 2009 der Dentaurum-Gruppe wieder.

durch die Kombination mit selbstligierenden Brackets. Ästhetische Zahnheilkunde, Aufbissbehelfe in der Kieferorthopädie sowie das Herbst® Scharnier sind weitere neue Kursthemen. Einzigartig ist auch das Angebot an Fortbildungen zur kieferorthopädischen Zahntechnik. Von der einfachen Plattenapparatur bis hin zu Spezialgeräten, wie z. B. der Pendelapparatur oder dem Crozat-Gerät, sind alle Themen vertreten, die für kieferorthopädisch interessierte Zahntechniker

wichtig sind. Weiterhin sehr beliebt in der Zahntechnik sind Kurse zur Teleskop-technik und die bewährten Modellgusskurse. In der Implantologie bietet die Dentaurum-Gruppe ein breites Spektrum an praxisorientierten Kursen an, wie z. B. Implantationskurse an Humanpräparaten, augmentative Techniken mit Live-OP oder Implantatprothetik für das Behandlungsteam. Selbstverständlich sind alle zahnmedizinischen Kurse mit Fortbildungspunkten ausgezeichnet. Alle Kurse finden im Centrum Dentale Kommunikation (CDC), dem Schulungszentrum der Den-

taurum-Gruppe in Ispringen oder regional statt. Das Angebot an regionalen Kursen wurde stark erweitert. Bei Interesse werden auch In-house-Schulungen durchgeführt. Einen aktuellen Überblick über alle Kurse und Veranstaltungen bietet die Homepage [www.dentaurum.de](http://www.dentaurum.de) oder der Kurs-Newsletter der Dentaurum-Gruppe. Dieser erscheint mehrmals im Jahr und informiert über alle Neuigkeiten rund um Fortbildungen. Für den gesamten Fortbildungsbereich gilt das Dentaurum-Bonusheft. Jeder Kurs Teilnehmer erhält nach dem Besuch von vier Kursen 50 Prozent Rabatt auf den fünften

Kurs und nach weiteren vier Kursen wieder 50 Prozent Rabatt. Hiermit möchte sich die Dentaurum-Gruppe bei treuen Kursbesuchern bedanken.

Das Kursbuch 2009 kann ab sofort kostenlos angefordert werden. **ZT**

### ZT Adresse

DENTAURUM  
J. P. Winkelstroeter KG  
Turnstr. 31  
75228 Ispringen  
Tel.: 0 72 31/80 34 70  
Fax: 0800/4 14 24 34 (gebührenfrei)  
E-Mail: [kurse@dentaurum.de](mailto:kurse@dentaurum.de)  
[www.dentaurum.de](http://www.dentaurum.de)