

Präsident und CEO der GC Corporation feiert 20. Jubiläum



Makoto Nakao, Präsident und CEO der GC Corporation, feiert sein 20. Dienstjubiläum.

Mit ungebremsster Vitalität und Energie leitet Makoto Nakao seit genau 20 Jahren die GC Corporation. Als Präsident und CEO eines Unternehmens mit mehr als 1.200 Mitarbeitern weltweit steht er ein für höchste Qualität von Produkten und Dienstleistungen: „Unser Ziel als innovatives Dentalunternehmen ist es, ständig weiterzuentwickeln und Durchbrüche in der Zahnheilkunde zu schaffen. Damit wollen wir sicherstellen,

dass das 21. Jahrhundert zu einem Jahrhundert der Mundgesundheit wird.“ Seit seiner Ernennung zum Präsidenten durch seinen Vater Toshio Nakao 1983 hat sich Makoto Nakao beständig dafür eingesetzt, seinen Beitrag zur dentalen Gesundheit zu leisten. So zieht sich die Konzentration auf qualitativ hochwertige Produkte für Praxis und Labor, Kundenorientierung und Innovationskraft wie ein roter Faden durch

die gesamte Zeit seiner Präsidentschaft.

Wird Nakao nach dem Geheimnis für seinen Erfolg gefragt, betont er immer wieder das Prinzip „Semui“: „Das heißt nichts anderes, als dass wir uns mit allem, was wir tun, auf die Seite dessen stellen, mit dem wir es zu tun haben. Kundenorientierung wäre ein zu einfacher Begriff – Semui bedeutet viel mehr!“

www.gceurope.com

Kein „Schmidt-Ballon“ in Rheinland-Pfalz

Vorzieheffekte beim Zahnersatz, wie sie von den Krankenkassen behauptet werden, sind in Rheinland-Pfälzischen Dentallabors nicht erkennbar. Die nach wie vor schwache Nachfrage nach Zahnersatz ist deshalb ungeeignet als Begründung für ausbleibende Beitragsatzsenkungen der Krankenkassen.

Das Rheinland-Pfälzische Zahnwerker-Handwerk hat in einer Blitzumfrage an 219 Innungslaboratorien des Landes recherchiert, ob der „Schmidt-Ballon“ genannte Vorzieheffekt zur neuesten Gesundheitsreform tatsächlich eingetreten ist. Die Antwort war negativ. Lediglich in drei befragten Labors waren Veränderungen bei der Auftragslage und den Umsätzen verzeichnet worden, die sich jedoch als Ergebnis einer intensiven Neukundenwerbung entpuppten.

„Eine Nachfragesteigerung nach Zahnersatz gibt es in unserer Innung nicht“, stellte Landesinnungsmeister Manfred Heckens bei ei-

ner Innungsversammlung in Mainz fest. „So gerne wir endlich wieder auskömmliche Umsätze in unseren Laboratorien hätten, als Verantwortliche für eine ausbleibende Beitragsatzsenkung der Krankenkassen stehen wir nicht zur Verfügung“, wehrt Heckens den Versuch, den „Schwarzen Peter“ dem Zahnwerker-Handwerk zuzuschieben, ab.

Als offensichtliche Desinformation der Versicherten und Patienten seien dahingehende Aussagen der Krankenkassen eine erneute Belastung des Zahnwerker-Handwerks. Der Bereich Zahnersatz macht an den Gesamtausgaben der gesetzlichen Krankenkassen nur 1,4 Prozent aus, selbst große Umsatzveränderungen würden sich auf die Gesamtausgaben nur kaum erkennbar auswirken.

Zahnwerker-Innung Rheinland-Pfalz:

www.zahnwerkerinnung.de

Alle Wege führen nach Rom

Die ehrwürdige Stadt Rom fasziniert auch heute noch Millionen von Besuchern, die alljährlich im wahrsten Sinne des Wortes das antike Rom belagern. Wir scheinen viel über Rom zu wissen, doch noch immer sind viele Geheimnisse ungelöst. Zu einem dieser Geheimnisse zählen der Aufstieg und der Niedergang der römischen Armee. Tony Domin, als Autor und Publizist bekannt, nahm diese thematische Herausforderung jenseits der Zahntechnik an und begann zu recherchieren. Hierbei waren Engagement, Fleiß und Detektivarbeit erforderlich, um mehr Licht in viele teilweise problematische Fragen zu ermöglichen.

Motiviert durch ein Landesmuseum entstand zunächst eine Homepage. „Da Rom auch nicht an einem Tag erschaffen wurde“, so Tony Domin, waren zunächst weitere Schritte erforderlich, bis sich die bis dahin entstandene Idee realisieren ließ. Aus der Idee verwirklichte sich ein neues Buch. Der Titel „Roma Victor – Legende und Wahrheit“ konzentriert sich inhaltlich auf die Beantwortung vieler interessanter Fragen und stellt gleichzeitig viele Zahlenmaterialien zur Verfügung. Ergänzend sind hierin viele Abbildungen enthalten, welcher der Autor selbst entworfen hat.



Seit der ersten Buchveröffentlichung „Marketing im Dental Labor – Betrachtungen der anderen Art“ im Jahre 1997 erschienen regelmäßig alle zwei Jahre neue Werke unseres Autors.

www.TonyDomin.de