

Wissen ist Mehrwert

Wer beruflich am Ball bleiben möchte, muss sich regelmäßig weiterbilden. Doch das Angebot auf dem Dentalmarkt ist mittlerweile undurchschaubar geworden und die Budgets knapp. Allein der Nutzwert einer Fortbildung entscheidet über deren Zukunft.

▶ Natascha Brand

Non scholae sed vitae discimus – nicht für die Schule, sondern für das Leben lernen wir. Was damals galt ist heute aktueller denn je. In einer Zeit, in der technische Entwicklung rasend schnell voranschreitet, befinden sich auch handwerkliche Berufe wie die Zahntechnik im Umbruch. Neue Verfahrenstechniken, Technologien und Werkstoffe erfordern Mut, Neugier, Standhaftigkeit und einen ungebrochenen Fortbildungswillen. Wer zudem noch Unternehmer sein möchte, muss darüber hinaus Kundenkommunikation, Marketingstrategien, Führungskompetenz und betriebswirtschaftliche Zusammenhänge erlernen. Fähigkeiten, die so komplex weder in der Berufs- noch in der Meisterschule erworben werden und normalerweise niemandem in die Wiege gelegt werden. Also gilt es, aus der Flut von Fortbildungsangeboten das Richtige für sich, die Mitarbeiter oder den Kunden herauszufiltern.

Der Nutzwert siegt

War es früher chic, die Bewerbungsmappe mit Kurs-Zertifikaten namhafter Keramikgurus zu füllen, zählt heute einzig und allein der Nutzwert einer Fortbildung. Es geht schon lange nicht mehr um den x-ten Schmelzriss in einer aufwändigen Verblendung, sondern zum einen darum, welchen Nutzwert das Labor daraus zieht und zum anderen, ob die Maßnahme tatsächlich der persönlichen Qualifizierung des Einzelnen dient und somit seinem Ziel näher bringt. Im Vordergrund steht die Dienstleistung für den Kunden, welche sich für das Labor auszahlt. Deshalb kommt kein qualitätsorientierter Unter-

nehmer darum herum, Fortbildung als einen festen Bestandteil der Dienstleistung in sein Unternehmenskonzept zu integrieren, um seine Kunden zu unterstützen und deren Entwicklung individuell zu fördern. Zum umfassenden Leistungsangebot eines Labors gehört es, dem Partner Zahnarzt Themenbereiche anzubieten, von denen er profitieren kann. Eine solche Dienstleistung in Verbindung mit einem Wissensvorsprung zahlt sich für das Labor aus, denn Wissen wird zukünftig mehr wert sein. Als aktiver Laborunternehmer initiiert man heute gemeinsame Fortbildung mit der Zahnarztpraxis und orientiert sich an den Bedürfnissen des Partners.

Wohin geht der Trend?

Nach wie vor beliebt sind Schulungen zu traditionellen Techniken und Demonstrationen vor Ort, wie zum Beispiel Fräskurse. Insbesondere jedoch die neuen Festzuschussregelungen beflügeln Fortbildungen zu den neuen Technologien, Materialien und Verfahrenstechniken wie CAD/CAM, Vollkeramik oder Implantatversorgungen. Aber auch Schulungen in den Bereichen Unternehmensführung, Kundenakquisition und Marketing erfreuen sich reger Nachfrage. Dabei geht es nicht um reine Produktschulungen, sondern einerseits um das wirtschaftliche Arbeiten mit neuen Technologien und Materialien und andererseits um das Thema Kommunikation und Schnittstellen mit der Praxis.

Diese Segmente verzeichnen ein Wachstum und werden deshalb von der Industrie verstärkt als Dienstleistung angeboten. So auch vom Dienstleistungsexperten