



ZT und Fachredakteur
Thomas Dürr, Bremen

Eine Frage der Kommunikation

Optimisten finden angeblich alles halb so schlimm oder doppelt so gut. Es hängt nur davon ab, wie man es kommuniziert. Darum ist entscheidend für den Erfolg von Kommunikation, dass Sender und Empfänger ihre Nachrichten so codieren, dass beide die empfangenen Signale entschlüsseln können. Das gilt auch für die Zahntechnik. Denn drastisch verändert sich die Branche. Klassische Fertigungsmethoden werden von CAD/CAM und neuen Werkstoffen ersetzt und sinkende Gewinne und Konkurrenz durch optisch gute Importe aus Fernost sorgen dafür, dass die Zahntechniker hierzulande in weniger Zeit immer mehr leisten müssen.

Angesichts dieser Herausforderung müsste auch die Kommunikation der Dentallabore immer besser werden. Doch weit gefehlt: Statt werthaltige Top-Qualität und deren Nutzen an den Patienten zu kommunizieren, springen viele Labore auf den „Ich-mach’s-billiger“-Zug. Da werden von selbsternannten „Fräszentren“ zwei Stunden Reinarbeitszeit mit Modellherstellung, Artikulation, Stumpf vorbereiten, modellieren, fräsen, abtrennen, färben, sintern, aufpassen und versenden eines Zirkon-Gerüsts für unter 50 Euro offeriert. Im Kfz-Handwerk beispielsweise liegen die Stundenlöhne bei 90 bis 100 Euro. Diese Differenz halten viele scheinbar für normal.

Wer aber billigst produziert und verkauft, kann nur Handlanger beschäftigen und keine kostspieligen Köpfe. Leidtragende sind in erster Linie die Patienten. Zweitens die Labore, die im Schadensfall die Restauration kulant austauschen und erklären müssen, warum sie nicht gehalten hat. Zusätzlich leidet die Aus- und Weiterbildung und am Ende unsere gesamte Branche. Schon in naher Zukunft könnte es hier an qualifiziertem Personal mangeln. Dazu eine wahre

Geschichte: Kürzlich besuchten Zahntechnik-Azubis ein dentales Fräszentrum. Einige dieser Azubis arbeiten täglich mit Zirkondioxid. Die Frage aber, wie stark die Gerüste sein müssten, konnte keiner von ihnen beantworten. Es stellte sich heraus, dass sie im Alltag Querschnitte mal so und mal so gestalten – je nachdem, welcher Vorgesetzte die Gerüste gerade kontrolliert. Hier wird – statt Wissen aufzubauen – offenbar nur herumprobiert.

Andere Labore stützen die Auslagerung von Produktion nach Fernost. Dabei wissen sie nicht mal, ob der Zahnersatz, den sie dort beziehen – selbst wenn er oberflächlich gut aussehen und akzeptabel passen mag – den gesundheitlichen Anforderungen entspricht und immerhin die Hälfte aller 2006 in der EU beanstandeten Waren stammt aus China. Die Liste beginnt bei A wie (unwirksamen) Arzneimitteln und endet bei Z wie (giftige) Zahnpasta. Dies zeigt, wie skrupellos dort zum Teil vorgegangen wird.

Um aber im globalen Wettbewerb unsere Position zu halten, brauchen wir hier die besten Köpfe. Vorrangig sollten wir dafür unser eigenes Potenzial nutzen. Denn es kann doch nicht sein, dass unser Land zu den zahntechnischen Innovationsführern zählt – unsere Dentallabore aber oft die Chancen nicht sehen, die ihnen dieser Umstand bietet!

Um in Zukunft erfolgreich zu sein, bedarf es daher neben dem richtigen Geschäftsmodell der richtigen Kommunikation. Sie schafft im besten Falle die Einigkeit über einen für alle Beteiligten gerechten Austausch der jeweiligen Leistungen, informiert über Vor- und Nachteile, baut Wissen auf und lässt die Beteiligten lernen. Darauf kommt es an. Ob wir nun die Zukunft halb so schlimm oder doppelt so gut finden, bleibt jedem Einzelnen überlassen. Es ist nur wichtig, wie wir es kommunizieren.