

Interview

Gemeinsam an einem Strang ziehen

Dass neue gute Ideen nicht selten durch Querdenker entstehen, ist nicht neu. „Überlassen wir künftig also mehr den Querdenkern das Wort“, forderte DeguDent-Geschäftsführer Dr. Albert Sterkenburg in seiner Eröffnungsrede beim 12. DeguDent Marketing-Kongress in Frankfurt am Main. Zum Auftakt startete bereits wie in den Jahren zuvor der Pre-Kongress mit sechs fachspezifischen Themen. Rüdiger Trusch, Trainer und Berater von DeguDent, widmete sich dabei dem Thema „Erfolgsfaktor Dienstleistung“. Dabei zeigte er den Teilnehmern Strategien zum Erfolg von zahnärztlicher Praxis und Dentallabor auf. Im Rahmen dieses Interviews, welches die Redaktion mit ihm führte, fasst er die wichtigsten Aussagen zusammen.



Rüdiger Trusch,
Trainer und Berater der
Firma DeguDent

Herr Trusch, welche allgemeinen Trends bemerken Sie aus Ihrer Perspektive derzeit in der Zahnheilkunde?

Vielleicht ein Beispiel: Derzeit investieren in Deutschland Patienten über 40 Milliarden Euro für ihre Gesundheit pro Jahr aus eigener Tasche. Wenn wir nur die Schönheitschirurgie betrachten, so ist hier ein Wachstum von über 10.000 Prozent in den letzten fünf Jahren zu verzeichnen. Dieser Patientenklitel, die weit über 4,5 Milliarden Euro pro Jahr in ihre Schönheit investiert, sind auch ihre Zähne besonders wichtig. Solche Patienten wollen die beste und vor allem natürlichste Versorgung, die derzeit mit modernen Materialien möglich ist. Diese verstärkte Nachfrage nach hochwertiger, vollkeramischer Prothetik schlägt sich auch in der Steigerungsrate von über 140 Prozent in den letzten drei Jahren nieder. Schauen Sie, der Patient von heute unterscheidet sich eklatant von denen, die früher in die Praxen kamen. Infolge der Präsenz zahn-

medizinischer Themen in den aktuellen Diskussionen um das Thema Gesundheit setzten sich immer mehr Patienten mit schönen Zähnen auseinander. Dabei rufen insbesondere die Themen Vollkeramik und Implantologie eine hohe Aufmerksamkeit hervor.

Und wie sollte auf diese Entwicklung reagiert werden?

Nun, es entstehen immer mehr gezielte Bedürfnisse, die der Patient befriedigt haben möchte. Da muss es doch zum Beispiel auffallen, welche hohe Umsätze Drogerien und Apotheken mit Bleaching-Produkten machen – unter Umgehung der Zahnarztpraxis, die doch die erste Anlaufstelle sein sollte. Was lernen wir daraus? Es kommt darauf an, dem Patienten Leistungen im ästhetischen Bereich aktiv anzubieten. Der Beziehungswissenschaftler Dr. Piazza hat festgestellt: „Wenn die Bedürfnisse der Patienten nicht befriedigt werden, wandern diese bald weiter.“ Entweder zur Drogerie oder zu einem Kollegen, der für den Moment schneller und pfiffiger war.

Blieben wir noch kurz bei den Trends. In welche Richtung forscht und entwickelt die moderne Zahntechnik derzeit verstärkt?

Hierfür brauchen wir nur auf die IDS in Köln zurückzuschauen. Das größte Interesse und die meisten Neuigkeiten waren und sind bis heute im Bereich CAD/CAM zu finden. Und die Experten sind sich einig: Zirkonoxid ist das Material der Wahl. Als einziger Hersteller bietet DeguDent alle Komponenten dafür aus einer Hand gekoppelt, mit der sechsjährigen Patientengarantie. Die Zeit der reinen Forschung ist längst vorbei. Viele Zahnärzte und Zahntechniker setzen die Zirkonoxid-Technologie in die Praxis um. Und die Indikationsmöglichkeiten sind enorm.



Um die Zeichen der Zeit richtig zu deuten, sich auf Neues einzulassen und die alten Pfade zu verlassen ist es wichtig, so DeguDent-Geschäftsführer Dr. Albert Sterkenburg in seiner Eröffnungsrede, „auch einmal mit dem linken Bein aufzustehen. Denn vor dem Umdenken steht das Querdenken“.