

ZWL

ZAHNTECHNIK WIRTSCHAFT LABOR



SCHWERPUNKT
Prothetik

/// 20

WIRTSCHAFT
Akquise ist keine Phase, sondern ein System

/// 8

TECHNIK
Digitale Totalprothetik mit individueller Aufstellung und virtueller Modulation

/// 26

PLUS

Vorschau zur IDS 2023	36
Interview	48
Event	54

DIE ZWL IM NETZ: zwp-online.info

ISSN 1617-5085 · F 47376 · www.oemus.com · Preis: 5,- EUR · CHF 8,- zzgl. MwSt. · 26. Jahrgang · Februar 2023



3D Printers for Dental Application



MADE IN
GERMANY

KOMPLEXITÄT REDUZIEREN.

VIelfALT NUTZEN.

Unsere NT-Serien passen perfekt in Ihren Workflow. Welches Implantat-System Sie auch immer verwenden – die Synchronisation der prothetischen Schnittstelle mit NT Abutment-Systemen schafft im Arbeitsalltag unschlagbare Mehrwerte:

- Systemwechsel ohne Prozesswechsel
- Bewährte Qualität, hohe Präzision und Zuverlässigkeit
- Ein voll digitaler Workflow



Scannen Sie den QR-Code und gelangen Sie direkt zu unserer Serienübersicht.

**BESUCHEN SIE UNS !
IDS – MESSE KÖLN**

14. – 18.03.2023

HALLE 3.2 | STAND: C058

WWW.NT.DENTAL

NT DIGITAL
DENTAL
TECHNOLOGY



Immer mehr prothetische Werkstoffe, immer bessere Ergebnisse?

Quelle

¹ Rauch A, Schrock A, Schierz O, Hahnel S. Material preferences for tooth-supported 3-unit fixed dental prostheses: A survey of German dentists. J Prosthet Dent 2021; 26: P91.E1-91.E6.

Im Frühjahr dieses Jahres findet – nach langer Pause und pandemiebedingter Verschiebung in den Herbst des Jahres 2021 – die Internationale Dental-Schau endlich wieder wie gewohnt statt und feiert zudem ihr hundertjähriges Jubiläum. Sicherlich werden viele neue Produkte, Technologien und Workflows vorgestellt, die spannende Innovationen in die Dentalwelt einführen. In meinem Fachgebiet – der zahnärztlichen Prothetik – fasziniert mich dabei immer wieder die enorme Vielfalt an Werkstoffen, die heute für unterschiedlichste Anwendungen zur Verfügung stehen. Mit hoher Wahrscheinlichkeit werden auch auf der IDS neue Materialien präsentiert, welche die vorhandene Produktpalette ergänzen, ersetzen oder verbessern werden. Für jede Indikation und jede individuelle Lösung kann so das am besten passende Produkt ausgewählt werden. Bei allen Vorteilen beinhaltet diese große zur Verfügung stehende Produktpalette aber auch die Verpflichtung, sich mit den jeweiligen Werkstoffen intensiv zu beschäftigen – was gleichermaßen für die Zahnmedizin und die Zahntechnik entscheidend ist. In einer Umfrage unter Zahnmedizinern zur Versorgung von Standardsituationen konnte unsere Arbeitsgruppe zeigen, dass nicht alle zahnärztlichen Kolleginnen und Kollegen aus der zur Verfügung stehenden Produktpalette immer die richtigen Materialien auswählen, die für die abgefragte Indikation auch zugelassen sind.¹ Gerade zahnfarbene Werkstoffe benötigen eine auf ihre individuellen Eigenschaften abgestimmte Behandlung im zahntechnischen Labor. Auch die korrekte Befestigung in der zahnärztlichen Praxis ist essenziell, um eine Restauration zu erhalten, die unter klinischen Bedingungen langfristig zuverlässig ist. Die jeweiligen Protokolle sind dabei je nach Materialgruppe bei Werkstoffen unterschiedlicher Hersteller meist ähnlich, aber umfassen oftmals eine Vielzahl von Schritten oder unterscheiden sich in Details. Vor diesem Hintergrund freue ich mich sehr über neue prothetische Werkstoffe und Produkte, hege aber die Hoffnung, dass der Dschungel an Materialien und Verfahren nicht völlig undurchdringlich wird.



Prof. Dr. Sebastian Hahnel
Direktor der Poliklinik für
Zahnärztliche Prothetik des
Universitätsklinikums Regensburg
sebastian.hahnel@ukr.de

Infos zum
Autor



*In meinem Fachgebiet – **der zahnärztlichen Prothetik** –
fasziniert mich dabei immer wieder **die enorme Vielfalt an Werkstoffen**,
die heute für unterschiedlichste Anwendungen zur Verfügung stehen.*

WIRTSCHAFT ///

- 8 Akquise ist keine Phase, sondern ein System
- 12 Social Media als Schlüssel für die langfristige erfolgreiche Akquise
- 16 Marketinginstrumente müssen den richtigen Ton treffen!

TECHNIK ///

- 22 Vollkeramische Herstellungstechnik mit Multi-Layered-Zirkonoxid
- 26 Digitale Totalprothetik mit individueller Aufstellung und virtueller Modulation
- 30 It's not the plane – it's the pilot
- 32 Digitaler Workflow bei Frontzahnsanierung

LABOR ///

- 46 Fokus

INTERVIEW

- 48 Nachfolgersuche nicht um jeden Preis

FOTOREPORTAGE

- 52 Moderne Zahntechnik: funktionell und ästhetisch

EVENT

- 54 Thüringer Zahntechniker und Zahnmediziner unter einem Dach

RUBRIKEN ///

- 3 Editorial
- 4 Impressum
- 6 Statement
- 36 Vorschau zur IDS 2023
- 40 25 Jahre ZWL
- 56 Produkte



Rapid Shape ist deutscher Hersteller moderner DLP 3D-Drucker sowie Nachbearbeitungsgeräte für die dentale Anwendung.

www.rapidshape.de/products/dental

ZWP ONLINE

Diese Ausgabe als E-Paper auf www.zwp-online.info/publikationen

ZWL

VERLAGSANSCHRIFT

OEMUS MEDIA AG
Holbeinstraße 29
04229 Leipzig

VERLEGER

Torsten R. Oemus

VERLAGSLEITUNG

Ingolf Döbbecke
Dipl.-Betriebsw. Lutz V. Hiller

CHAIRMAN SCIENCE & BD

Dipl.-Päd. Jürgen Isbaner

PROJEKT-/ANZEIGENLEITUNG

Stefan Reichardt

Tel. +49 341 48474-222
reichardt@oemus-media.de

CHEFREDAKTION

Katja Kupfer (V.i.S.d.P.)

Tel. +49 341 48474-327
kupfer@oemus-media.de

REDAKTION

Alicia Hartmann

Tel. +49 341 48474-138
a.hartmann@oemus-media.de

ART DIRECTION

Dipl.-Des. (FH) Alexander Jahn

Tel. +49 341 48474-139
a.jahn@oemus-media.de

GRAFIK

Nora Sommer-Zerneckel

Tel. +49 341 48474-117
n.sommer@oemus-media.de

PRODUKTIONSLEITUNG

Gernot Meyer

Tel. +49 341 48474-520
meyer@oemus-media.de

ANZEIGENDISPOSITION

Lysann Reichardt

Tel. +49 341 48474-208
l.reichardt@oemus-media.de

Bob Schliebe

Tel. +49 341 48474-124
b.schliebe@oemus-media.de

LEKTORAT

Frank Sperling

Tel. +49 341 48474-125
f.sperling@oemus-media.de

VERTRIEB/ABONNEMENT

Melanie Herrmann

Tel. +49 341 48474-200
m.herrmann@oemus-media.de

DRUCKAUFLAGE

10.000 Exemplare

DRUCKEREI

Silber Druck oHG
Otto-Hahn-Straße 25
34253 Lohfelden

Erscheinungsweise: ZWL Zahntechnik Wirtschaft Labor erscheint 2023 mit 6 Ausgaben, es gilt die Preisliste vom 1.1.2023. Es gelten die AGB.

Editorische Notiz (Schreibweise männlich/weiblich/divers): Wir bitten um Verständnis, dass aus Gründen der Lesbarkeit auf eine durchgängige Nennung der Genderbezeichnungen verzichtet wurde. Selbstverständlich beziehen sich alle Texte in gleicher Weise auf alle Gendergruppen.

Verlags- und Urheberrecht: Die Zeitschrift und die enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt besonders für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Bearbeitung in elektronischen Systemen. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Verlages. Bei Einsendungen an die Redaktion wird das Einverständnis zur vollen oder auszugsweisen Veröffentlichung vorausgesetzt, sofern nichts anderes vermerkt ist. Mit Einsendung des Manuskriptes gehen das Recht zur Veröffentlichung als auch die Rechte zur Übersetzung, zur Vergabe von Nachdruckrechten in deutscher oder fremder Sprache, zur elektronischen Speicherung in Datenbanken zur Herstellung von Sonderdrucken und Fotokopien an den Verlag über. Für unverlangt eingesandte Bücher und Manuskripte kann keine Gewähr übernommen werden. Mit anderen als den redaktionseigenen Signa oder mit Verfassernamen gekennzeichnete Beiträge geben die Auffassung der Verfasser wieder, die der Meinung der Redaktion nicht zu entsprechen braucht. Der Verfasser dieses Beitrages trägt die Verantwortung. Gekennzeichnete Sonderteile und Anzeigen befinden sich außerhalb der Verantwortung der Redaktion. Für Verbands-, Unternehmens- und Marktinformationen kann keine Gewähr übernommen werden. Eine Haftung für Folgen aus unrichtigen oder fehlerhaften Darstellungen wird in jedem Falle ausgeschlossen. Gerichtsstand ist Leipzig.

Bezugspreis: Einzelheft 5,- Euro ab Verlag zzgl. gesetzl. MwSt. Jahresabonnement im Inland 36,- Euro ab Verlag inkl. gesetzl. MwSt. und Versandkosten. Kündigung des Abonnements ist schriftlich 6 Wochen vor Ende des Bezugszeitraums möglich. Abonnementgelder werden jährlich im Voraus in Rechnung gestellt. Der Abonnent kann seine Abonnementbestellung innerhalb von 2 Wochen nach Absenden der Bestellung schriftlich bei der Abonnementverwaltung widerrufen. Zur Fristwahrung genügt die rechtzeitige Absendung des Widerrufs (Datum des Poststempels). Das Abonnement verlängert sich zu den jeweils gültigen Bestimmungen um ein Jahr, wenn es nicht 6 Wochen vor Jahresende gekündigt wurde.



CADdata3D

www.CADdata3D.com



CADdata3D

Poststraße 6
52379 Langerwehe
info@caddata3d.com
02423/40678-21

DRUCKEN MIT VERSTAND.



www.CADdata.de
Fräscenter

DENTAS GROUP



ALIEN TOOLS
FUTURISTIC MICRO-MILLING TECHNOLOGY
POWERED BY **FECHA**

blenderfordental

Inflation betrifft uns alle!

Die Inflation ist in der gesamten deutschen Wirtschaft deutlich spürbar. Gerade mittelständische Unternehmen und Kleinbetriebe müssen mit massiven Kostensteigerungen rechnen – insbesondere für Energie. Zudem beeinträchtigen die Preissteigerungen auch die Lebenshaltung der Beschäftigten, die an ausgleichenden Lohnerhöhungen interessiert sein werden. Ob es hierfür Spielräume bei der Erhöhung der Absatzpreise gibt, die nicht zu einem massiven Kundenverlust, die ja den gleichen Kostendruck fühlen, führt, ist von Unternehmen zu Unternehmen sicherlich unterschiedlich zu beantworten. Aber gerade bei kleinen Unternehmen ist das Problem, da sie oftmals hinsichtlich ihrer Abnehmer nicht sehr diversifiziert sind: Der Verlust eines Kunden oder Auftrags ist schwer aufzufangen. Gleiches gilt, wenn Fachkräfte das Unternehmen verlassen. Ersatz zu gewinnen, ist angesichts des allgemeinen Fachkräftemangels schwierig und gelingt größeren Unternehmen tendenziell besser.

Aktuell gibt es glücklicherweise Anzeichen, dass sich der Inflationsschub aus dem letzten Halbjahr 2022 abzuschwächen scheint. Die Energiepreise gehen seit einiger Zeit wieder zurück, sie werden aber dauerhaft auf einem höheren Niveau bleiben, als es noch vor einem Jahr der Fall gewesen ist. Das wird aus klimapolitischen Gründen gar nicht anders gehen. Wir dürfen in den nächsten beiden Jahren daher nicht von einem Rückgang der Inflation auf zwei Prozent ausgehen. Wie gut die Maßnahmen zur Energiepreisentlastung wirken, wird sich aber erst im Frühjahr zeigen. Positiv zu sehen ist auch, dass die Unterbrechungen in den globalen Lieferketten abflauen.

Ein Allheilmittel, wie man sich auf die kommenden schweren wirtschaftlichen Zeiten vorbereiten kann, gibt es natürlich nicht. Zu empfehlen ist aber, energiegeladig alle Einsparpotenziale zu prüfen – wie gesagt, die Energiekosten werden langfristig hoch bleiben. Ebenso wichtig: Bei Entlassungen vorsichtig zu sein. Wir haben schon im Ausgang der Pandemiephase gesehen, dass es schwierig ist, ehemalige Beschäftigte wieder zurückzugewinnen. Diese orientieren sich dann anderweitig und der allgemeine Mangel an Fachkräften wird in den nächsten Jahren noch größer werden.



*Gerade bei kleinen Unternehmen ist die Inflation ein Problem, da sie oftmals hinsichtlich ihrer Abnehmer nicht sehr diversifiziert sind: **Der Verlust eines Kunden oder Auftrags ist schwer aufzufangen.** Gleiches gilt, wenn Fachkräfte das Unternehmen verlassen.*

Prof. Dr. Alexander Kemnitz

Professur für WWL, insb. Wirtschaftspolitik und Wirtschaftsforschung,
Technische Universität Dresden
alexander.kemnitz@tu-dresden.de

Lösungen für dentallabore



IDS

Cologne, 14.-18.03.2023
Hall 3.1 - Stand H60

Sinterofen

Sinter fast + & Sinter base



Keramikofen

e.ON 200neo

Keramikpressofen

e.ON 250neo



25 rue de la Tuilerie • 38170 Seyssinet-Pariset • FRANCE
info@ugin-dentaire.fr • export@ugin-dentaire.fr

ugindentaire.fr  

UGiN
Dental laboratory solutions



ist keine Phase, sondern ein System

Ein Beitrag von Rainer Ehrich

AKQUISE /// Jedes Unternehmen braucht ein gutes Marketing – das gilt auch für das Dentallabor. Deshalb ist es essenziell, als Laborinhaber den Fokus nicht nur auf die Anfertigung guter zahntechnischer Produkte zu legen, sondern auch auf die unternehmerischen Aufgaben, zu denen das Marketing gehört. Gerade im Dentallabor ist das Marketing sehr speziell, das resultiert direkt aus der Konstellation zwischen Labor, Zahnarztpraxis, Patient und den Krankenkassen.

Infos zum Autor



Die Kundenbeziehung zwischen Dentallabor und Zahnarztpraxis ist in der Regel sehr langlebig. Für das Labor ist das an erster Stelle gut, denn so müssen nicht regelmäßig oder permanent neue Kunden gesucht werden. Bedeutet im Umkehrschluss aber auch, dass man als Laborinhaber schnell aus der Akquise-Übung kommt. In der Regel ist es nämlich so, dass sich Labore – sofern sie eine ausreichende Menge an Stammkunden haben – gerne auf den Bestandskunden ausruhen.

Raus aus der Komfortzone!

Das Dentallabor manövriert sich mit dieser Komfortzone aber in eine Art Abhängigkeitsverhältnis, womit in gewisser Weise eine Form der Unfähigkeit entsteht, schnell gute neue Kunden zu gewinnen. Das sorgt auch dafür, dass der Wert eines Dentallabors von Jahr zu Jahr sinkt. Konzentriert man sich lediglich auf Bestandskunden, steht man irgendwann ohne Kunden da. Ein weiterer Nachteil fehlender Akquisefähigkeiten ist die Tatsache, dass man sich mit „schlechten“ Kunden begnügen muss, die schlechte und unvollständige Unterlagen liefern oder Geld, Zeit und Energie fressen. Beherrscht man hingegen sein Werkzeug, kann man diese Problematik vermeiden und ist damit nicht mehr auf Kunden angewiesen, die den Laboralltag nur erschweren.

Nichts ist beständiger als der Wandel

Seit 2005 – mit der Einführung des Festzuschuss-Systems – hat sich zudem so gut wie alles am Dentalmarkt verändert. „Nichts ist beständiger als der Wandel“ – wie es so schön nach dem griechischen Philosophen Heraklit heißt. Zahnärzte können in der heutigen digitalen Zeit ihre Arbeiten schnell und problemlos verschicken, somit ist es für das Dentallabor wichtiger denn je, auf dem neusten Stand zu sein und den Bedürfnissen der Kunden nachzukommen. Gerade diese Bedürfniserfüllung hilft bei der Gewinnung guter Kunden. Die Betonung liegt dabei auf gute Kunden, denn nur diese – gepaart mit guten Mitarbeitern – bringen wirklich Gewinne ein. Was also braucht ein Dentallabor, das den Fokus nicht allein auf gute zahntechnische Produkte, sondern auch auf eine gute unternehmerische Ausrichtung legt und seinen Zahnarztpraxen als echter Partner zur Seite stehen will?

Kundenakquise – wenn, dann richtig!

Um die richtigen Zahnarztpraxen zu gewinnen, braucht es drei Säulen: Wissen, Können und Umsetzung. Fehlt eine dieser Säulen, kann eine erfolgreiche Akquise nicht funktionieren. Der Spruch „Wissen ist Macht“ ist aber nur die halbe Wahrheit. Denn nur angewandtes Wissen ist Macht. Als Laborinhaber muss man über



Ein Akquiseprozess sollte nicht unterschätzt werden:

*Dieser besteht nicht nur aus Erstkontakt und Verkauf. Um eine langlebige Kundenbindung zu schaffen, ist es wichtig, eine **Beziehung zwischen dem Labor und der Praxis** aufzubauen.*

einen längeren Zeitraum regelmäßig trainieren, denn „Muskeln“ bekommt man auch nicht nur durch Wissen, sondern man muss sie regelmäßig trainieren. Dann erst erreicht man das Können. Und für die Umsetzung braucht es einen sanften Arschtreter und Unterstützer, der einen immer wieder unterstützt, um das Können anzuwenden. Damit man stetig am Ball bleibt, muss Akquise aber auch Spaß machen, denn wir Menschen fangen nicht wirklich etwas an, was uns keinen Spaß macht.

Das Interessante ist, dass wir als Unternehmensberater hauptsächlich schon erfolgreiche Labore begleiten, die sich persönlich und beruflich weiterentwickeln wollen. Denn die Zeit verändert sich so rasant und schnell und man kennt ja den Spruch „Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit“. Ein Laborchef muss heutzutage bereit sein, die nächsten Schritte zu gehen. Die Jahre des Ausruhens in der Komfortzone sind schon lange vorbei. Der größte Fehler, den Dentallabore in der Akquise machen, ist das zu frühe Aufgeben. Sie besuchen in der Regel potenzielle Neukunden nur maximal dreimal, dabei braucht es aber zwischen fünf und zwölf Berührungspunkte, um den Kunden dauerhaft an das eigene Labor zu binden. Diese uralte Marketing-Regel ist bei vielen schon lange in Vergessenheit geraten. Natürlich gibt es auch Ausnahmen, aber ob es sich dann um gute dauerhafte Kunden handelt, ist fraglich.

Wichtig ist, innerhalb des Akquiseprozesses eine Bindung aufzubauen, dabei muss die Akquise nicht nur dem Laborinhaber Spaß machen, sondern auch der Zahnarztpraxis.

Klaren Linien folgen

Erfolgreiches Akquise-Marketing funktioniert vor allem mit dem Folgen von klaren Systemen. Diese sind in ihrer Struktur nicht immer spannend, sorgen aber für das Erreichen eines Ziels: der erfolgreichen Kundenakquise. Das bedeutet nicht, dass langweilige Instrumente genutzt werden müssen, aber einer bestimmten Leitlinie gefolgt werden muss. Bei einem guten Marketing-System ist es egal, wie viele Termine oder wie viele Kunden man bekommt. Am Ende muss sichergestellt sein, dass nach x-Besuchen y-Kunden rauskommen. Die wichtigste Kennzahl ist also die Anzahl der Besuche. Und dabei ist es völlig egal, ob die Zahnarztpraxis nett ist oder nicht. Deswegen ist neben einem guten Marketing-System vor allem das Mindset eines Laborchefs wichtig. Stimmt die mentale Einstellung nicht, nützt auch das beste System nichts. Gerade ältere Laborinhaber haben sehr viele negative und limitierende Glaubenssätze in Bezug auf Akquise im Kopf. Diese gilt es zu ändern. Die meisten Dentallabore haben auch völlig falsche Vorstellungen vom Marketing. Eine unserer



„Um die richtigen Zahnarztpraxen zu gewinnen, braucht es drei Säulen: Wissen, Können und Umsetzung. Fehlt eine dieser Säulen, kann eine erfolgreiche Akquise nicht funktionieren.“



© Robert Kneschke – stock.adobe.com

sechs goldenen Regeln heißt deshalb: Vergiss alles, was du jemals über Marketing gelernt hast.

Kundenbindung und Umsatzsteigerung

Besitzt man als Laborinhaber das richtige Mindset gepaart mit einem erfolgreichen Marketing-System, braucht es lediglich 40 halbe Tage im Jahr, um am und nicht nur im Unternehmen zu arbeiten. Das heißt, fünf Kundenbesuche pro Woche bedeuten am Ende eines Jahres vier bis fünf neue gute Kunden, was einen Mehrumsatz von ca. 360.000 Euro pro Jahr realisiert. Was auch völlig unterschätzt wird, ist das Potenzial von kleinen Laboren. Wir haben Labore im Training, die nur dadurch 40 Prozent ihres Umsatzes steigern konnten. Der nächste große Fehler ist, nur über Leistungen oder über sich selbst zu sprechen. Egal, ob auf Webseiten oder im Zahnarztgespräch. Den Zahnarzt interessieren die Leistungen nicht, es interessiert ihn nur sein Nutzen. Der Zahnarzt wird sich am Ende eines Gesprächs nur eine Frage stellen: Was habe ich davon, wenn ich zum Labor xy Arbeiten schicke? Und diese Frage muss natürlich klar beantwortet werden.

Die Königsdisziplin: Das Verkaufsgespräch

Und da sind wir schon bei der Königsdisziplin der Akquise: Das Kundengespräch mit dem Zahnarzt. Hier begnügen sich die meisten Dentallabore damit, dass es ein „nettes Gespräch“ war. Wenn man aber mal nachfragt, wie viel Arbeit denn nach diesem netten Gespräch gekommen ist, ist meist die Antwort: Nichts oder nicht viel. Ein unprofessionelles Verkaufsgespräch führt leider zu nichts, sondern verschwendet nur die eigene Zeit und damit auch die des Zahnarztes – in meinen Augen ist das schon fast respektlos. Problematisch ist, dass alleine schon das Wort Verkaufen in den meisten Köpfen negativ be-

haftet ist. Es kann aber auch viel mehr bedeuten: Für mich ist Verkaufen eine Möglichkeit, Menschen zu helfen, eine Entscheidung zu treffen. Und nichts anderes muss auch am Ende eines Gesprächs zwischen einem Zahnarzt und einem Dentallabor stattfinden. Es kann auch ein klares Nein sein. Wichtig ist vor allem, dass man weiß, woran man als Laborinhaber ist und ob weitere Bemühungen sinnvoll sind.

Schritt für Schritt zum Ziel

Ein Akquiseprozess sollte nicht unterschätzt werden: Dieser besteht nicht nur aus Erstkontakt und Verkauf. Um eine langlebige Kundenbindung zu schaffen, ist es wichtig, eine Beziehung zwischen dem Labor und der Praxis aufzubauen. Es ist deshalb zu empfehlen, dass man die Zusammenarbeit erst mal testet, um abschätzen zu können, ob diese sinnvoll wäre. Eine gute Möglichkeit wäre dafür beispielsweise eine Testphase von fünf Arbeiten. Nach dieser Testphase können Labor und Zahnarzt entscheiden, ob es zu einer Geschäftsbeziehung kommen soll. Die Magie der kleinen Schritte ist im gesamten Akquiseprozess extern wichtig. Wenn die Schritte zu groß sind, wird auch die Hürde der Zahnarztpraxis zu groß, um Kunde zu werden, und man wird als Laborinhaber nur mit altbekannten Floskeln abgewiesen.

Aufgrund solcher Erfahrungen haben viele Laborchefs Glaubenssätze wie: „Ich bin kein guter Verkäufer“, „Akquise ist nichts für mich“ oder „Ich bin doch kein Bittsteller“ tief verinnerlicht, was sie in ihrer Neukundenakquise stark verunsichert. Diese Verunsicherung bleibt durch den Akquisepartner natürlich nicht unbemerkt, was sich dann schlecht auf die Akquise auswirkt. Eine gute Quote sind beispielsweise drei gute neue Kunden bei der Kontaktaufnahme von zehn Zahnarztpraxen. Ganz egal, welchen Coach, Mentor, Trainer, Berater ein Dentallabor sich selbst zur Seite stellt: Wichtig ist es, dass man sich in der so besonderen Dentallabor-Branche genau auskennt und weiß, wie die einzelnen Akteure ticken.



Hier gehts zum
PODCAST
„Mehr Erfolg
für Dentallabore“

INFORMATION /// Ehrich Dental Consulting GmbH • www.ehrich-dental-consulting.de

BESUCHEN SIE UNS
AUF DER IDS
Halle 10.1, Stand G20/H29



Zahntechnik heißt, Handwerk und modernste Technik zu vereinen.

Denn sich neuen Herausforderungen zu stellen, gehört zum Berufsbild wie ein 28er. Gemeinsam können wir die Zukunft im Dentallabor erfolgreich gestalten – zum Beispiel mit hocheffizienten digitalen Workflows. Wir sind an Ihrer Seite.

Entdecken Sie mehr von DMG auf
www.dmg-dental.com

Zusammen ein Lächeln voraus 



Social Media als Schlüssel für die langfristig erfolgreiche ***Akquise***

Ein Beitrag von Hans J. Schmid

AKQUISE /// Zu den Grundwerkzeugen eines jeden Unternehmers und damit auch jeden Laborinhabers gehört neben der Pflege bestehender Kundenbeziehungen auch die Akquise neuer Kunden. In der heutigen Zeit, in welcher alles digitaler wird, stellt sich dabei natürlich auch die Frage, ob sich diese Akquiseprozesse digitalisieren lassen. Unternehmensberater Hans J. Schmid sagt dazu ganz klar: JA – vor allem mit Hilfe sozialer Medien.

Gerade aufgrund der hohen Konkurrenz und der Tatsache, dass die meisten bestehenden Zahnarztpraxen bereits mit mindestens einem Labor zusammenarbeiten, gestaltet sich der Akquiseprozess eines Dentallabors nicht immer einfach. In vielen Laboren läuft die Akquise noch folgendermaßen ab: Mit einem Schaummodell fährt der Inhaber – teilweise auch wahllos – zu unterschiedlichen Zahnarztpraxen in der Region, um sich als Labor vorzustellen und eine mögliche Zusammenarbeit anzubieten. In der Regel wird man dann oft direkt am Empfang abgewimmelt und es kommt erst gar nicht zu einem kurzen Treffen mit den Entscheidungsträgern der Praxis. Wenn man Glück hat, kann man vielleicht seine Unterlagen zur Sichtung in der Praxis lassen – aber wie erfolgreich ist das? Wie oft bekommt man ohne einen persönlichen Kontakt dann eine wirkliche Antwort?

Akquise kann ernüchternd sein!

Hat man eine Reihe von Praxen besucht, sieht es in den meisten Fällen leider so aus: 80 Prozent der Praxen haben generell kein Interesse, 15 Prozent haben aktuell keinen Bedarf und bei den letzten fünf Prozent kommt man im Akquiseprozess zwar über den ersten Schritt hinaus, aber das bedeutet nicht, dass es zwingend zu einer erfolgreichen Geschäftsbeziehung kommt. Solche Erfahrungen können ernüchtert und enttäuschend sein, allerdings hat man als Laborinhaber Verantwortung für das eigene Team und muss eine stabile Auftragslage schaffen, um eine Auslastung zu garantieren und Arbeitsplätze zu erhalten. Befragungen von Zahnarztpraxen in unterschiedlichen Regionen haben ergeben, dass jede Woche zwischen drei und sechs Laborbesitzer in den Praxen vorstellig werden – damit gehört diese Akquisemethode zum Alltag und ihr wird im Regelfall nur wenig Aufmerksamkeit beigemessen. Eine Vorstellung in der Praxis läuft im Regelfall nur dann erfolgreich, wenn es einen wirklichen Kontakt zu den Entscheidungsträgern gab. Also sollte man sich als Laborinhaber zwingend die Frage stellen, ob man zu den „Unglücklichen“ gehört, deren Akquiseprozess so oder ähnlich

“
Je auffälliger man sich als Labor auf dem Markt präsentiert, umso mehr wird man wahrgenommen.
”

abläuft. Wenn man diese Frage leider mit einem Ja beantworten muss, sollte der Akquiseprozess dringend angepasst werden.

Social Media als Werbeschauplatz

Will man als Laborinhaber also weniger Zeit damit verbringen, mögliche Praxiskunden zu besuchen und dabei Ressourcen – sowohl Zeit als auch Geld – zu verschwenden, ohne ein wirkliches Ergebnis zu produzieren, sollte man auf eine andere Möglichkeit der Kontaktaufnahme zurückgreifen. Gerade in der heutigen digital geprägten Gesellschaft sind vor allem soziale Medien eine gute Möglichkeit, direkt miteinander in Kontakt zu treten und sich unabhängig von Ort und Zeit auszutauschen. Was für die private Kommunikation gilt, zählt auch im beruflichen Kontext. Gerade mit Blick auf die Vielzahl von Influencern wird immer deutlicher: Soziale Medien haben viel Potenzial für Unternehmen und eignen sich aufgrund des großen Nutzerkreises hervorragend als Werbeschauplatz.

Aber auch diese ersten Kontaktaufnahmen mithilfe sozialer Medien und die draus resultierenden Akquiseambitionen wollen erlernt werden. Es empfiehlt sich daher, erst mal auszuprobieren und zu testen, was für das eigene Labor funktioniert und was eben nicht. Dafür sollte man geschickterweise nicht direkt vor der eigenen Haustür beginnen. Gerade im digitalen Zeitalter ist es ganz egal, von wo aus Scandateien gesendet werden. Der Prozess wird daher einfacher, wenn man in einer Region anfängt, die auf den ersten Blick für das eigene Labor nicht unbedingt interessant ist – es aber durchaus werden kann. Hier können Anfängerfehler gemacht werden, ohne dass es Auswirkungen auf das Labor haben muss. Hat man dann den Dreh raus, kann man die Akquisemethode Social Media auch in der eigenen Region nutzen.

ANZEIGE

rapidshape

rapidshape.de

Shape Your Lab and Grow

3D PRINTERS FOR DENTAL APPLICATION

Get to know our **D20+, D30+, D50+**, our **RS wash/cure** and the new **RS cure XL**

YOUR WAY TO MORE PRODUCTIVITY THROUGH AUTOMATION

**GET IN TOUCH WITH US
IDS 2023, Cologne
March 14 - 18
Hall 4.2, Booth K-089**



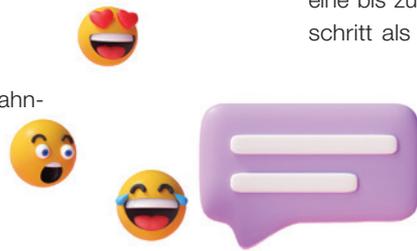
Aller Anfang ist schwer

Startet man als Laborinhaber mit der Social-Media-Akquise, müssen zuerst einige Grundfragen geklärt werden: Auf welchen Kanälen kenne ich mich aus? Welcher Kanal eignet sich für meine Ziele? Wie komme ich auf den unterschiedlichen Kanälen mit potenziellen Neukunden in Kontakt? Mit all diesen Themen muss man sich zwingend auseinandersetzen, um die Akquise auch wirklich erfolgreich umsetzen zu können. Bei Facebook sind beispielsweise Gruppen eine ideale Möglichkeit der Kontaktaufnahme, bei Instagram ist die Suche über Region und Titel sehr einfach und auch bei XING oder LinkedIn kann man direkt auf professioneller Ebene in Kontakt treten.

Wichtig ist, dass man gerade zu Anfang nur einen Kanal nutzen sollte, mit dem man sich auch wirklich wohlfühlt. Einer der häufigsten Fehler ist zudem auch, dass der gleiche Zahnarzt auf unterschiedlichen Kanälen angeschrieben wird – dadurch leidet der persönliche Aspekt, was den Akquiseerfolg zunichtemachen kann. Hat man sich dann für einen Kanal entschieden, kann es schon losgehen. Der Vorteil im digitalen Raum ist: Aufgaben lassen sich delegieren, das gilt beispielsweise für Bedarfsanalysen und Shake Hands. Geht es dann an die eigentliche Kontaktaufnahme, muss ein potenzieller Kunde ausgewählt und mit einem geeigneten Opener kontaktiert werden. Ein Opener ist ein kurzer Satz, der ein wichtiges Thema in einer Zahnarztpraxis anspricht und gleichzeitig eine Lösung anbietet. Dabei geht es um das Thema – beispielsweise Implantate oder Kronen – an sich und nicht darum, sämtliche Vorzüge des eigenen Labors aufzuzählen. Je auffälliger man sich als Labor auf dem Markt präsentiert, umso mehr wird man wahrgenommen.

Der erste Eindruck kann Türen öffnen

In der Kontaktaufnahme mit einer Zahnarztpraxis sollte man sich auf einen Opener – beispielsweise genutzte



Verfahren und Herstellungsmethoden, haptische Beratungshilfen oder das Thema Implantate – beschränken. Ein anderes gutes Thema kann dann auch zu einem späteren Zeitpunkt noch mal in den Ring geworfen werden, wenn die Praxis zum Zeitpunkt der ersten Kontaktaufnahme beispielsweise keinen Bedarf hat. Antwortet der Zahnarzt auf das Angebot, kommt es zur Qualifizierungsphase – dem sogenannten Pitch. Hier wird mit einer direkten Frage die Nachhaltigkeit der Antwort überprüft: Ist das Thema wirklich interessant und ist der Einsatz beispielsweise von Implantaten in der Praxis regelmäßig umsetzbar? Passen dann die Vorstellungen von Praxis und Labor überein, kommt es zum sogenannten Close oder CTA (call to action), welcher in einem ersten Face-to-Face-Kontakt resultiert. Hier empfiehlt es sich, einen Termin zu vereinbaren und die Praxis persönlich zu besuchen. Ist der Zahnarzt nicht in der Labornähe, kann es sinnvoll sein, auf ein virtuelles Gespräch zurückzugreifen – vor allem auch aus Gründen der Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung. Ist die Praxis aber in der Nähe, ist ein Termin in der Praxis sicher zielführender. Je persönlicher man einen solchen Kontakt gestaltet, desto höher ist die Chance, dass sich der Termin auch wirklich lohnt.

Die Macht der großen Zahlen

Deutlich wird damit, dass die Akquise mithilfe sozialer Medien in unterschiedlichen Aspekten ressourcenschonend für ein Labor ist – das schließt Zeit und Geld gleichermaßen ein. Aufgrund von Erfahrungswerten lässt sich sagen, dass diese Akquisemethode gerade in der neuen digitalisierten Zeit wesentlich zielführender ist. Aus hundert online angeschriebenen Kontakten resultieren in der Regel 20 Prozent Antworten – das ist eine bis zu 15 Prozent höhere Erfolgsrate im ersten Akquiseschritt als bei der direkten Vorstellung in der Praxis. Auch wenn daraus nicht 20 neue Kunden resultieren, kommt es in den meisten Fällen zu mindestens fünf interessanten Kontakten. Es ist also die Macht der großen Zahl.

INFORMATION ///

Hans J. Schmid
service@arbeitsspass.com
www.arbeitsspass.com
www.youtube.be/it5bMMLrfyQ

Infos zum Autor



© StockStyle/Shutterstock.com

sagemax.com

sagemax®



IDS in Köln
Halle 4.1, Stand A091
—
14. – 18. März 2023

**VISIT
US!**



LIVE VORTRÄGE

Wir bringen die Sagemax-Community nach Köln!



Mark Bultmann
ZTM, Deutschland



Dr. Gonzalo Perea
Zahnarzt, Mexico



Bastian Wagner
ZTM, Deutschland



Ivan Unfeter
ZT, Serbien



Michał Nytko
ZT, Polen



Maria Docheva
ZT, Bulgarien



Für mehr
Informationen
bitte einscannen



Marketinginstrumente müssen den richtigen Ton treffen!

Ein Beitrag von Christin Haarmeyer

MARKETING /// Ein Rockkonzert ohne Schlagzeug, ein Orchester ohne Dirigenten oder eine Popband ohne Sänger – da würde im Gesamtbild einfach ein immens wichtiger Teil fehlen. Ganz nach dem Motto, der Ton macht die Musik, führen auch in der Welt des Marketings verschiedene Maßnahmen zu einer idealen Symphonie – eine zielführende Strategie. Denn hier gilt das Motto, Marketinginstrumente nutzen, um höhere Gewinne zu erzielen.

Bewerten Laien manche Marketingaktivität als „offensive Verkaufsversuche“ oder „platte Werbung“, sprechen Marketingexperten von Relevanz. Wer heutzutage in aller Munde sein möchte, der muss aktiv sein. Aktiv sein bedeutet, bei Google möglichst weit oben zu stehen, aktuelle Produkte im letzten Newsletter versendet und bei den Social-Media-Kanälen mindestens die Tausend-Follower-Marke geknackt zu haben. Und alles zusammen selbstverständlich hochprofessionell mit minimalem Zeitaufwand – das macht sich doch ganz einfach nebenbei, oder?!

Grundrhythmus des Marketings

Leider nur eine Traumvorstellung – Laborinhabern muss klar sein, dass das alles eben nicht mit minimalem Zeitaufwand machbar ist und man in der Welt des Marketings zuerst einmal seinen eigenen Weg finden muss. Welche Unternehmensziele verfolgt das Labor? Wie viel Marketing wird für das Erreichen der Ziele benötigt? Welche Strategien sind sinnvoll und zielführend? Welche Kanäle müssen genutzt werden, um die jeweilige Zielgruppe zu erreichen? Findet man als Laborinhaber auf all diese Fragen keine wirkliche Antwort, endet man wie eine Rockband ohne Schlagzeug.

Bereits vor über 60 Jahren hat der Marketingprofessor Jerome McCarthy die 4-P-Marketingstrategie entwickelt. Darin wird der bestmögliche Mix unterschiedlicher Marketinginstrumente aus Produkt-, Preis- und Distributionspolitik sowie Kommunikation beschrieben. In der Produktpolitik dreht sich alles um das Produkt: von der Entscheidung, dieses auf den Markt zu bringen, bis hin zum Namen und dem Erscheinungsbild. Die Preispolitik beinhaltet alle finanziellen Aspekte, also die Kalkulation und die Beobachtung des Marktes. Alle vertrieblichen Aktivitäten werden in der Distributionspolitik gefasst und der Bereich Kommunikation umschließt jegliche Kommunikation über das Produkt, ob in Werbung, im Gespräch mit Kunden oder innerhalb des Unternehmens. Ein professioneller und ausgewogener Marketingmix besteht aus allen vier Bereichen.

Ein professioneller Marketingmix

Im Fokus eines erfolgreichen und zielführenden Marketings steht – als eine Art Leadsänger – das Produkt. In der heutigen Zeit wächst die Konkurrenz zunehmend und zugleich steigt der Automatisierungsgrad stetig. Wie kann man, ohne eine Weltneuheit zu erfinden, also

relevant sein und bleiben? In diesem Fall gilt: Marktbeobachtung und Hervorhebung der Qualitäten des eigenen Labors. Worüber lohnt es sich zu sprechen? Welcher Aspekt bietet sich an, um ihn in den Vordergrund zu rücken?

Es müssen nicht „Großartigkeiten“ als Mittel genutzt werden, manchmal tun es auch kleine Dinge, die das eigene Produkt bestens präsentieren und zusätzlich eine gewisse Wertschätzung dem Kunden gegenüber ausdrücken können. Ein Beispiel dafür wäre die Verpackung des Zahnersatzes, der Prothese oder Schiene, in welcher alle Arbeiten in die jeweiligen Praxen geliefert werden. Es geht also darum, die Verpackung nicht nur als Mittel wahrzunehmen, Produkte sicher zum Kunden zu transportieren, sondern als ein Marketingmittel. Übrigens: Eine abgenutzte und schmutzige Verpackung, die vielleicht mit einem verblichenen Logo versehen ist, ist zwar auch ein Marketingmittel – aber mit einem ganz anderen Effekt.

Warum ist die Verpackung ein Marketingmittel?

Ganz einfach: Auf der Verpackung könnte ein Slogan stehen, der positive Assoziationen auslöst, einen gewissen Wiedererkennungswert schafft oder auch das Gesamtbild des Produktes aufwertet. Die professionelle Verpackung zeichnet ein Bild des Labors. Vielleicht sieht ein anderer Zahnarzt durch Zufall die Verpackung in der Praxis eines Kollegen und so könnte aus der Verpackung ein Kundengewinnungsinstrument werden. Alles, was mit Produkt, Leistung und Service zu tun hat, ist Werbung für das eigene Labor. Im Marketing geht es nicht immer um die größte Kampagne, sondern um ein Gesamtbild, welches den Zielkunden dazu bringt, positiv über das Labor zu sprechen.

Ohne Moos nichts los

Im Rahmen der Preispolitik geht es um Kostenkalkulationen, Zielgruppen- und Konkurrenzanalysen. Am Ende eines solchen Prozesses steht eine Preisliste, mit der man sich als Laborinhaber wohlfühlt und die man mit einem guten Gefühl den eigenen Kunden präsentieren kann. Denn der Preis spiegelt immer auch den Wert des Zahnersatzes wider – unabhängig davon, ob man als Preisführer die günstigste Krone verkaufen will oder der Preis

als Qualitätsführer eine nachrangige Priorität hat. Wichtig ist: Jedes Produkt und jeder Preis hat seine Zielgruppe und für diese muss die Kommunikation stimmig sein. Bleibt man bei den musikalischen Metaphern, so geht es darum, für die Hörschaft die richtige Musik zu spielen.

Distribution maximal attraktiv gestalten

In der Distributionspolitik dreht sich alles um die Frage der Wege: Wie erreicht der Auftrag das Labor? Wie kommt das fertige Produkt in die Praxis? Labore können da auf den klassischen Anruf in der Praxis zurückgreifen oder sie etablieren eine Upload-Möglichkeit auf der Laborwebsite und/oder Connect-Portale. So können digitale Aufträge und Datensätze direkt übermittelt werden. Denkbar wäre auch ein einfacher Call-to-Action-Button auf der Webseite, den die Praxis „drückt“, dort ggf. eine Kundennummer oder den Praxisnamen hinterlegt und damit den Auftrag in Gang bringt. Zudem muss man als Laborleitung entscheiden, ob die Produkte persönlich in



Verpackung fürs Marketing? Klar – alles, was mit Produkt, Leistung und Service zu tun hat, ist Werbung für das eigene Labor.



Der Marketingmix des Labors, insbesondere die Auswahl der Kommunikationskanäle, hat zum Ziel, Kunden zu informieren und passende neue Kunden zu gewinnen. *Wer einen schönen Klang erzeugen möchte*, der muss sich vorher überlegen, welcher Song und welche Instrumente gespielt werden sollen.

die Praxis gebracht werden oder man lieber auf einen Paketdienst zurückgreifen möchte.

Als Laborinhaber sollte man sich zudem fragen, wie Wege für den Kunden maximal attraktiv, unkompliziert und professionell gestaltet werden können und damit gleichzeitig die Kundenbindung erhöht werden kann.

Um Distributionskanäle zu optimieren, empfiehlt es sich daher, Wege als Laborinhaber selbst zu gehen und damit zu prüfen, an welchen Stellen es im Workflow hakt. Optimierungen oder Stellschrauben wären hier beispielsweise die dominante Platzierung des Kontaktes auf der Laborwebsite, kleine Goodys für die Praxen, eine einheitliche Arbeitskleidung aller Mitarbeiter – vom Zahntechniker bis zum Fahrer – oder die kommunikative Kundenpflege. Gerade für Neukunden bietet sich beispielsweise eine professionell gestaltete Starter-Box an, die alles enthält, was eine neue Praxis zum Start einer Zusammenarbeit benötigt. Wichtig ist: Sowohl die Kleidung als auch die Starter-Box sollten im Corporate Design des Labors gebrandet sein.

Kommunikation als entscheidendes Mittel

Kommunikation ist das, was Marketing ausmacht. Zu einer umfassenden Kommunikation im Marketing-technischen Verständnis gehören unter anderem eine Geschäftsausstattung in Form von Visitenkarte oder Briefpapier, eine Labor-Homepage, aktive Social-Media-Kanäle, Newsletter, Veranstaltungen für Praxen, Sponsoring, Pressearbeit und eine aktive Werbekampagne. Einige dieser Tools sind nicht diskutierbar, es gibt aber auch solche, bei denen jedes Labor für sich prüfen muss, ob diese sinnvoll sind. Grundsätzlich gilt in allen Bereichen der Kommunikation: Es muss vor der Nutzung der einzelnen Tools entschieden werden, ob man diesen Kanal dauerhaft bespielen will und auch kann. Halbe Sachen sind in diesem Feld ebenso schädlich wie Rohr-

krepiierer im Sinne von furios gestartet und schnell beendet. Bei manchen Kanälen kann es Sinn ergeben, über ein Outsourcing an eine professionelle Agentur nachzudenken, andere sollten mit hauseigenen Ressourcen bedient werden.

Veranstaltungen als ideales Marketingmittel

Regelmäßige Veranstaltungen sind ein ideales Marketingmittel, denn sie erhöhen einerseits die Kundenbindung und tragen andererseits auch zur Gewinnung neuer Kunden bei. Wichtig ist aber, dass diese Veranstaltungen in der Wahrnehmung des Marktes professionell sind. Dabei sind gerade die Wahl des Referenten, des Veranstaltungsortes sowie der Verpflegung entscheidende Erfolgsfaktoren. Design und Wording der Einladung zählen ebenso wie das Image des Labors sowie die Wahl der Vertriebswege, über die die Zielgruppe eingeladen wird. Sei es ein Newsletter, eine Postkarten-Aktion, das Bespielen der Social-Media-Kanäle und/oder die persönliche Übergabe. All diese Faktoren setzen sich zu einer Symphonie zusammen und als Laborinhaber sowie Veranstalter wird man zum Dirigenten.

Nah am Kunden, nah am Erfolg

Zusammengefasst ist zu sagen: Der Marketingmix des Labors, insbesondere die Auswahl der Kommunikationskanäle, hat zum Ziel, Kunden zu informieren und passende neue Kunden zu gewinnen. *Wer einen schönen Klang erzeugen möchte*, der muss sich vorher überlegen, welcher Song und welche Instrumente gespielt werden sollen. Wenn dann noch die richtigen Töne getroffen werden, steht dem geneigten Zuhörer höchster Hörgenuss bevor. Übertragen auf das Marketing bedeutet das: Passt der Marketingmix zum Labor, erhält man von den (potenziellen) Kunden relativ sicher Standing Ovations.

Und sollte die Melodie an der einen oder anderen Stelle noch nicht so harmonisch sein oder ein Bandmitglied sein Instrument noch nicht wie gewünscht beherrschen, dann sprechen Sie uns an.

INFORMATION ///

**Claudia Huhn –
Beratung Coaching Training**
Christin Haarmeyer
www.claudiahuhn.de

Infos zum
Unternehmen





40 *1983

gedruckt mit SHERAprint-model aesthetic red

SHERA. *The model.*

Die schönsten Modelle gibt es bei SHERA

Halle 10.2, Stand N60 / 061



SHERA Werkstoff-Technologie GmbH & Co. KG

Espohlstr. 53 | 49448 Lemförde | Deutschland | Tel.: +49 (0) 5443-9933-0 | www.shera.de

PROTHETIK

/// 22 **Vollkeramische Herstellungstechnik mit Multi-Layered-Zirkonoxid**

Die Herstellung eines ästhetischen, individuellen und wirtschaftlich lohnenswerten Zahnersatzes – all dies verspricht die Nutzung der Micro-Layering-Technik. Über die Vorteile und mögliche Herausforderungen spricht ZT Carsten Fischer im Interview.

/// 26 **Digitale Totalprothetik mit individueller Aufstellung und virtueller Modulation**

In der digitalen Prothetik hat es in den letzten Jahren eine Vielzahl von Entwicklungen gegeben. Der Schweizer Denturist Urban Christen stellt eine dieser Herstellungsmethoden mit einem Fallbeispiel näher vor.

/// 30 **It's not the plane – it's the pilot**

War Top Gun Maverick ein Must-have für jeden ernsthaften Cineasten, so wird die erste echte Post-COVID-IDS innerhalb des Kosmos der Dentalbranche dem in nichts nachstehen – mit Spannung erwarten Zahntechniker und Zahnärzte gleichermaßen all die prothetischen Innovationen des neuen Jahres.

/// 32 **Digitaler Workflow bei Frontzahnsanierung**

Die zunehmende Verbreitung von IOS und die digitale Abformung mittels eines Intraoralscanners gehören in den letzten Jahren zu den vielversprechendsten und meistdiskutierten Entwicklungen der Zahnmedizin – gerade auch für die Zusammenarbeit zwischen Zahnarzt und Zahntechniker.





TECHNIK

Vollkeramische Herstellungstechnik mit **Multi-Layered-Zirkonoxid**

Ein Interview von Annett Kieschnick

HERSTELLUNG /// Die Herstellung eines ästhetischen, individuellen und wirtschaftlich lohnenswerten Zahnersatzes – all dies verspricht die Nutzung der Micro-Layering-Technik. Wie diese Herstellungsmethode funktioniert und über die ein oder andere Herausforderung spricht ZT Carsten Fischer. Basis für den Erfolg des Multi-Layerings ist für ihn ein optimal ausbalanciertes Multi-Layered-Zirkonoxid (z. B. ArgenZ HT+ Multilayer, Argen Dental).

Infos zur Autorin



Infos zur Person



ZT Carsten Fischer nutzt für den Großteil der in seinem Labor erstellten Arbeiten die Micro-Layering-Technik.

Welche Möglichkeiten bietet die Micro-Layering-Technik im Laboralltag?

Reproduzierbarkeit, Sicherheit und Ästhetik – mit Micro-Layering lassen sich vergleichsweise einfach vollkeramische Restaurationen fertigen. Diese drei Begriffe beschreiben aber nur annähernd das gesamte Potenzial der Verfahrenstechnik. Um die großen Möglichkeiten zu erkennen, lohnt sich ein kurzer Blick zurück: Seit über 25 Jahren arbeite ich mit Vollkeramiken und erinnere mich noch gut an die Zeit, als Verblendungen als Flaschenhals der vollkeramischen Restaurationen galten. Später wurden durch Werkstoffweiterentwicklungen Zirkonoxide für die monolithische Fertigung zugänglich gemacht und spätestens mit den Multi-Layered-Zirkonoxiden etablierten sich dann auch die monolithischen Restaurationen. Die ästhetische Finalisierung erfolgte basierend auf dem mehrfarbigen Aufbau des Zirkonoxids und einer Farbveredelung mit Malfarbe oder der veneerartigen Teilverblendung. Durch weitere Optimierungsschritte konnte der neue Status quo – das Micro-Layering – entstehen.

Welche Vorteile bringt dieses Verfahren?

You get what you see – dieser kleine Satz beschreibt den großen Vorteil des Micro-Layerings. Während die konventionelle Schichttechnik viel Erfahrung voraussetzt, um eine Krone in Form, Funktion und Farbe dem natürlichen Zahn nachzubilden, gibt beim Micro-Layering das Gerüst die grundlegenden Parameter vor. Etwa 80 bis 90 Prozent der form- und farbgebenden Anteile einer Restauration sind definiert, sodass die volle Konzentration auf die feine Schicht an Verblendkeramik gelegt werden kann. Die klassische Keramiksichtung ist eine künstlerisch geprägte Tätigkeit, die zu tollen Ergebnissen führen kann. Doch es bedarf eines fundierten Know-hows, einer Menge Erfahrung sowie in der Regel eines hohen Zeitaufwands.

Und da kaum einer ein Naturtalent ist, muss sich der Zahn-techniker jede einzelne Keramikschicht über Jahre hinweg diszipliniert erarbeiten. Neue Wege wie das Micro-Layering sind da eine willkommene Alternative: Form, Grundfarbe und funktionelle Kontaktflächen vereinfachen die ästhetische Finalisierung immens.

Neben all den Vorteilen – Wie sieht es mit den Grenzen des Micro-Layerings aus? Ist die Anwendungen mit Herausforderungen im Laboralltag verbunden?

Die Frage nach Grenzen ist schnell beantwortet: Limitationen gibt es theoretisch kaum, nur Herausforderungen, und diese obliegen zum großen Teil der Farbkommunikation und dem Farbabgleich des jeweiligen Multi-Layered-Zirkonoxids. Ein Blick in den Laboralltag zeigt, dass in der Regel mit dem klassischen monochromen VITA-Farbschlüssel gearbeitet wird. Natürlich können wir uns die Frage stellen, wie sinnvoll es ist, basierend auf einer jahrzehntealten Farbpreferenz einen innovativen Werkstoff wie Multi-Layered-Zirkonoxid zu verarbeiten. Allerdings bringt uns diese Frage nicht weiter, denn der VITA-Farbschlüssel wird auch zukünftig unsere Arbeit begleiten. Viel wichtiger ist, gangbare Wege für den Farbabgleich zu finden und mit einem Zirkonoxid zu arbeiten, das verlässlich funktioniert. Ein wirklich alltagstaugliches Zirkonoxid

sollte jede Farbe im klassischen Farbring bestmöglich wiedergeben können.

Wie lässt sich die Nutzung der Technik im Laboralltag umsetzen? Welche Vorbereitungsschritte sind notwendig?

Auch hier betone ich die Wichtigkeit des Gerüsts. Es empfiehlt sich, das Gerüst in PMMA oder Wachs zu fräsen und nach einer Adaption in Zirkonoxid zu überführen. Das Gerüst definiert dabei die farbgebenden Anteile der Restauration, damit lässt sich die Erfolgsgeschichte des Micro-Layerings nur mit passendem Multi-Layered-Zirkonoxid schreiben. Zirkonoxid ≠ Zirkonoxid – Wir haben in unserem Labor lange nach einem Zirkonoxid gesucht, welches uns zusätzlich zur notwendigen Festigkeit und Sicherheit auch farblich die optimale Grundlage bietet. „Gefunden“ haben wir einen Rohdiamanten: Das Zirkonoxid ArgenZ HT+ Multilayer (Argen Dental), ein Allrounder, der alle unsere Anforderungen erfüllt. Bei der Umsetzung eines Patientenfalls gewinnt das Colour-Matching höchste Relevanz. Die im Mund ermittelte Zahnfarbe muss mit dem im Labor verwendeten Zirkonoxid abgeglichen werden. Bewährt hat sich ein individuell gefertigtes Farbmuster aus Original-Zirkonoxid. Mit diesem Colour-Index kann schnell die passende Grundfarbe gewählt werden, sofern das Zirkonoxid-Portfolio eine ausreichend umfassende Farbauswahl bietet.

ANZEIGE



WAS BEDEUTET FÜR SIE PERFEKTION?

Optimale Funktion? Mehr Authentizität? Maximale Natürlichkeit? Gelungenes Zahndesign kennt nur einen Maßstab: Ihren eigenen Anspruch und den Ihres Patienten.

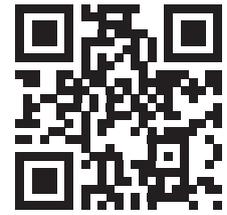
Wir designen Zähne seit 1936, wie den **PhysioSelect TCR**.

CANDULOR. HIGH END ONLY.





Noch nicht
sattgesehen?



Hier gibt's mehr

Bilder.



INFORMATION ///

sirius ceramics
Carsten Fischer

www.sirius-ceramics.com

Abb. 1 und 2: Vorbereitetes Gerüst aus Multi-Layered-Zirkonoxid und Ergebnis nach der Finalisierung. **Abb. 3 und 4:** Klinische Umsetzung; Dr. Rafaela Jenatschke, Frankfurt am Main (www.your-smile.biz) und Dr. Niklas Lauenstein, Oberursel (www.zahnarztlaenstein.de).

ArgenZ HT+ Multilayer integriert 25 verschiedene Farben – in der Regel gelangen wir damit mühelos zum Perfect Match. Das fertige Zirkonoxid-Gerüst wird anschließend für die Veredlung vorbereitet. Dabei muss beachtet werden, dass es sich beim Zirkonoxid um einen sensiblen Werkstoff handelt und dieser einer behutsamen Bearbeitung bedarf. Vom Abstrahlen des Gerüsts wird abgeraten, da hierdurch das Werkstoffgefüge geschädigt werden könnte. Wir setzen auf eine vorpolierte Zirkonoxidoberfläche und verwenden unsere speziell rotierenden Werkzeuge für die Vollkeramik (Panther Edition, sirius ceramics). Für das eigentliche Micro-Layering ist ein für das Micro-Layering konzipiertes Verblendkeramiksystem zu empfehlen.

Wie sind die Anforderungen an eine Micro-Layering-Verblendkeramik?

Beim Micro-Layering arbeiten wir mit hauchdünnen Schichtstärken von 0,1 bis 0,6 mm. Um bei derartig geringer Schichtstärke den hohen ästhetischen Ansprüchen gerecht zu werden, bedarf es Keramiken, deren Rezeptur diese Herausforderung erfüllt. Sicherlich ist es theoretisch möglich, das „Alte“ zu nutzen und das „Neue“ zu versuchen. Praktisch ist es jedoch von Vorteil, auf moderne Werkstoffe und somit eine spezielle Micro-Layering-Keramik zu setzen. Beispiel ist das Farb- und Form-Keramik-konzept GC Initial™ IQ ONE SQIN, welches einerseits für die rein

monolithische, oberflächliche Anwendung verwendet und andererseits mittels interner Kolorierung im Bereich der High-End-Ästhetik eingesetzt werden kann. Der ästhetische Veredelungsprozess erfolgt durch eine hauchdünne Verblendschicht mit einer Spezial-Feldspatkeramik. Das neuartige Material ist den Einfärbungen klassischer Schichtkeramiken in Farbwert, Fluoreszenz und Opaleszenz nachempfunden. Die durchdachte Systematik führt effizient und sicher zum hochwertigen Ergebnis und ist keine „Krücke“ auf dem Weg zur schnellen Verblendung.

Warum arbeiten Sie in Ihrem Dentallabor gerne mit dieser Methode?

Der reproduzierbare Prozessablauf und die hohe Sicherheit bringen Ruhe in den Laboralltag und erhöhen vielfach die Ergebnisqualität. Wir erhalten eine hochwertige Ästhetik und umgehen Risiken, die zu einem vorzeitigen Verlust der Restauration führen könnten. Zusätzlich hat das Micro-Layering einen weiteren entscheidenden Mehrwert, und zwar für die Nachwuchsförderung in der Zahntechnik. Gerade weniger erfahrene Zahntechniker erhalten mit dieser Methode die Möglichkeit, hochwertige Arbeiten zu realisieren und beispielsweise in einem guten Gefüge einzuordnen. Dies erhöht die Attraktivität unseres Berufes und ist Motivation für jungen Kollegen. Gerade in Zeiten des Fachkräftemangels ist das ein wesentliches Kriterium für den Erfolg eines modernen Dentallabors.

Micro-Layering ist NICHT die Renaissance der Teilverblendung

Es handelt sich um eine eigenständige Verfahrenstechnik, die nicht mit der klassischen Teilverblendung vergleichbar ist. Wir beschäftigen uns schon lange mit der Frage, wie sich der Aufwand der keramischen Schichttechnik reduzieren lässt. Getrieben vom Anspruch, besser zu werden und zugleich reproduzierbare, gute Ergebnisse zu erzielen, wurden Vorgehensweisen immer wieder überdacht, Verfahrenstechniken optimiert und Werkstoffe verändert. Ergebnis ist das Micro-Layering, ein Verfahren, das uns ausreichend Flexibilität und Sicherheit bietet. Dabei bildet ein Multi-Layered-Zirkonoxid (z. B. ArgenZ HT+ Multilayer, Argen Dental) als erfolgsbestimmender Faktor das Fundament der Restauration.

Out of this world

POWER steamer – Profi Performance
mit eingebauter Langlebigkeit



Top Dampfleistung

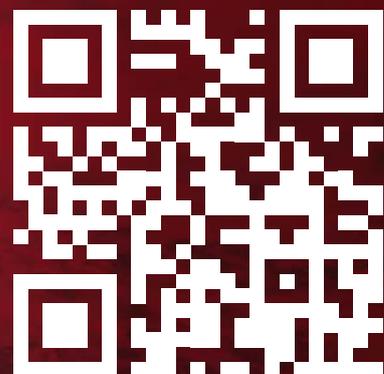
Hohe Reinigungsleistung, konstanter Dampfdruck

Langlebigkeit und Verlässlichkeit

3 Jahre Garantie, auch auf das Heizelement!

Easy to Service

Extra große Revisionsöffnung für besonders einfache Reinigung



POWER steamer ... Du willst keinen anderen!

renfert.com/power-steamer

**IDS
2023**

Besuchen Sie uns auf der IDS!
Halle 10.1, Stand B010-C019

making work easy

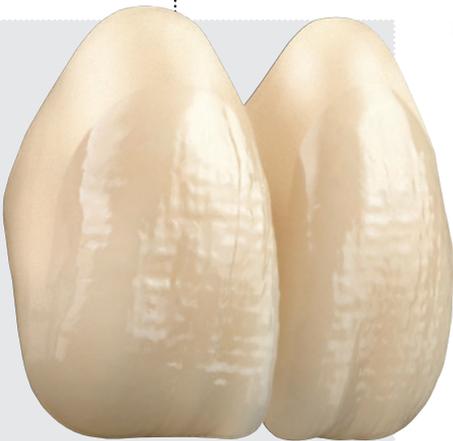
Renfert

Digitale Totalprothetik

mit individueller Aufstellung und virtueller Modulation

Ein Beitrag von Urban Christen DD

DIGITALE PROTHETIK In der digitalen Prothetik hat es vor allem in den letzten Jahren eine Vielzahl von Entwicklungen gegeben. Auch wenn die ersten digitalen Prothesen analog hergestelltem Zahnersatz nicht das Wasser reichen konnten, sieht es heute ganz anders aus. Im folgenden Fallbeispiel beschreibt der Schweizer Denturist Urban Christen die digitale Herstellungsmethode unter Nutzung der virtuellen VITA Zahnbibliothek.



Die Anfänge der digitalen Prothese wirkten oft starr. Die virtuelle Aufstellung bot nur wenige Spielräume, da verblockte Zahnkränze Verwendung fanden. Basisronden waren schon mit Zähnen versehen oder Basis und Zähne wurden zusammen aus einer monolithischen Ronde herausgeschliffen. Alle diese Herangehensweisen boten keine großen patientenindividuellen Spielräume. Gedruckte oder gefräste Prothesenzähne wirken im Vergleich zu den

gängigen Konfektionszähnen immer noch unnatürlich und sind in der laborseitigen Eigenherstellung sehr zeitaufwendig und somit nicht wirtschaftlich.

Individuelle Ästhetik

Die virtuelle VITA Zahnbibliothek ist ein offenes System für alle gängigen und offenen CAM- und 3D-Printsysteme¹ und bietet im Zusammenspiel mit dem bereits eingekürzten und vorkonditionierten Konfektionszahn VITA VIONIC VIGO mittlerweile alle Spielräume der manuellen Totalprothetik. Zusätzlich präsentiert der für den digitalen Workflow optimierte Zahn durch seine anatomische Schichtung und natürliche Oberflächentextur die gewohnte Ästhetik eines echten Konfektionszahns. Im folgenden Fallbeispiel werden anhand der VITA Zahnbibliothek und dem VITA VIONIC VIGO die aktuellen digitalen Möglichkeiten der patientenindividuellen Auf-

stellung und der daraus resultierenden virtuellen Prothesenbasisgestaltung dargestellt.

Virtuelle Spielräume

Der digitale Workflow ist hochpräzise, was – gerade, wenn man an die Prothesenpassung denkt – ein grundsätzlicher Vorteil ist. Allerdings werden auch Ungenauigkeiten und Abweichungen der analogen Grundlage kompromisslos umgesetzt, weshalb die Patienteninformationen aus Meistermodellen und Kieferrelationsbestimmung stimmen müssen, bevor sie in den digitalen Workflow eingespeist werden.² In der hier verwendeten Konstruktionssoftware Ceramill Mind (Amann Girrbach) können alle Schritte der Modellanalyse Schritt für Schritt vorgenommen werden, damit die Software im Anschluss weiß, wo und wie die Zähne aufgestellt werden müssen. In die Aufstellung werden alle Angle-Bissklassen einbezogen und die Bisslage berücksichtigt. Je nach Wahl können vier verschiedene Okklusionskonzepte umge-



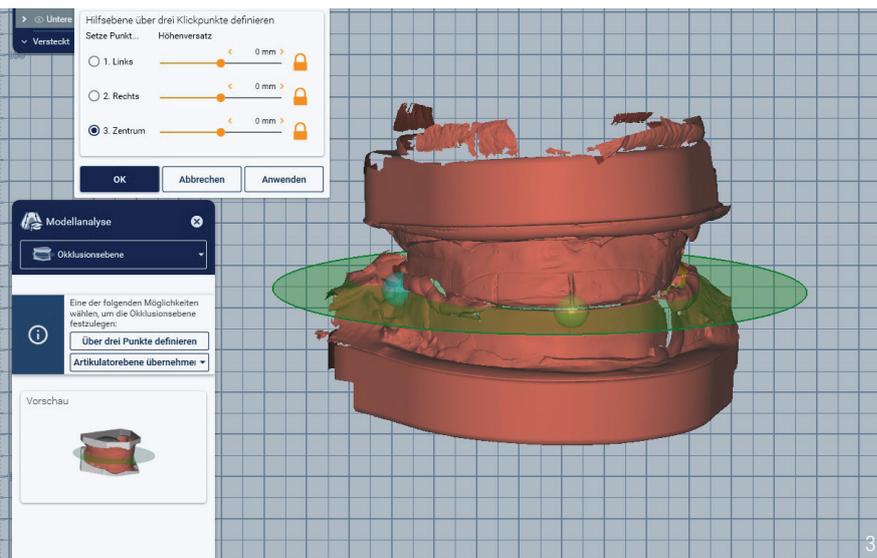


Abb. 1: Der VITA VIONIC VIGO bietet in gewohnter Weise eine anatomische Schichtung und natürliche Oberflächentextur.

Abb. 2: Die basale Form gewährleistet eine präzise und rotationssichere Positionierung in den Alveolen.

Abb. 3: Über drei virtuell festgelegte Punkte wurde die Okklusionsebene definiert.

Abb. 4: Über die Modellanalyse wurde der Aufstellkorridor definiert.

Abb. 5: Die Aufstellung erfolgte nach virtueller Auswahl der VITA VIONIC VIGO-Garnituren per Knopfdruck.

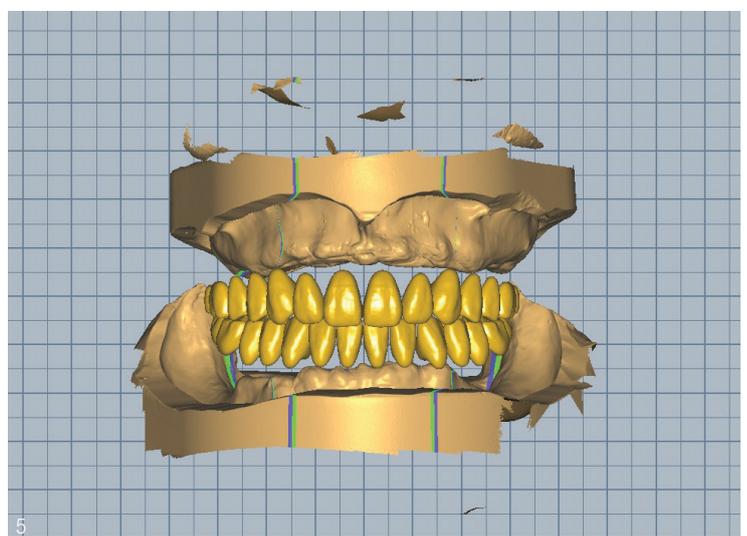
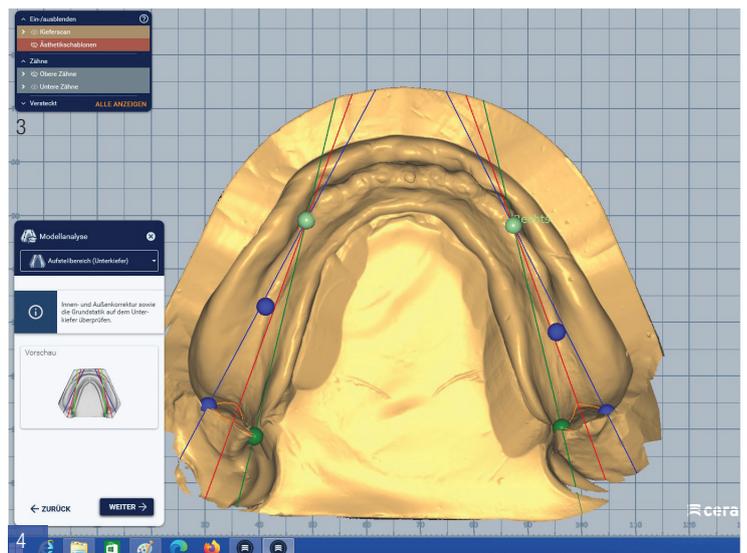


setzt werden: linguale Okklusion, zentrische Okklusion mit bukkalen Kontakten, Front-Eckzahn-Führung mit linguale Okklusion sowie die Methode nach Prof. Dr. A. Gerber.

Die passenden VITA VIONIC VIGO Front- und Seitenzahn-garnituren können nun in der Software ausgewählt und mit jeweils einem Klick virtuell aufgestellt werden. Dabei stehen für den Oberkiefer acht unterschiedliche Frontzahnformen zur Verfügung, für den Unterkiefer vier. Der Seitenzahnbereich kann mit vier verschiedenen Garnituren virtuell aufgestellt und materialseitig umgesetzt werden. Die Position der einzelnen Frontzähne kann in der Software individuell verändert werden, so dass je nach Anforderung auch ein verspielter Zahnbogen entstehen kann. Die Seitenzähne können nur quadrantenweise zusammen im definierten Aufstellkorridor verschoben werden, um automatisch eine ideale Okklusionsbeziehung sicherzustellen. So kann der bukkale Korridor an die Bedürfnisse des Patienten angepasst werden.

Modulation der Prothesenbasis

Der VITA VIONIC VIGO verfügt über eine körperhaft-lebendige Formgebung mit ausgeprägten Interdental-leisten, was automatisch für eine natürliche Papillengestaltung und rot-weiße Harmonie sorgt. Nachdem dieser virtuell aufgestellt worden ist, erfolgt ein Vorschlag der Software für die Prothesenbasis, wobei im Anschluss grundsätzlich alle Möglichkeiten der individuellen mukogingivalen und palatinalen Gestaltung in der Software zur Verfügung stehen. Dabei kann grundsätzlich unter dem Reiter „Frei“ zwischen dem Modus „Auf-beziehungsweise Abtragen“ sowie „Glätten“ ausge-



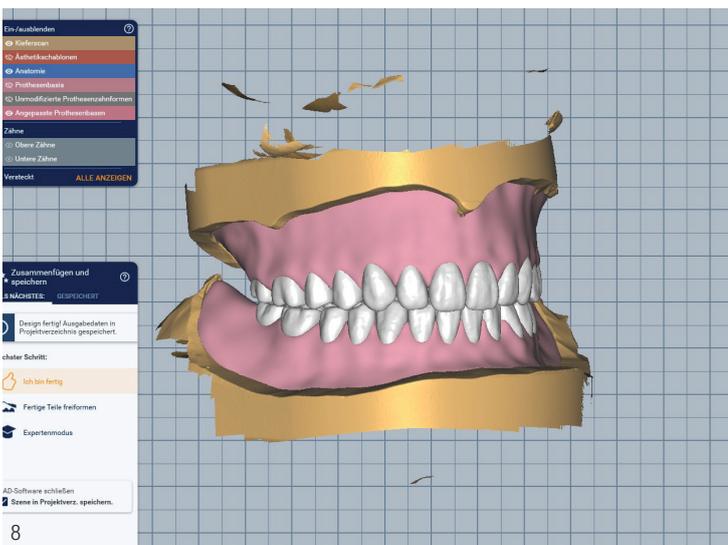
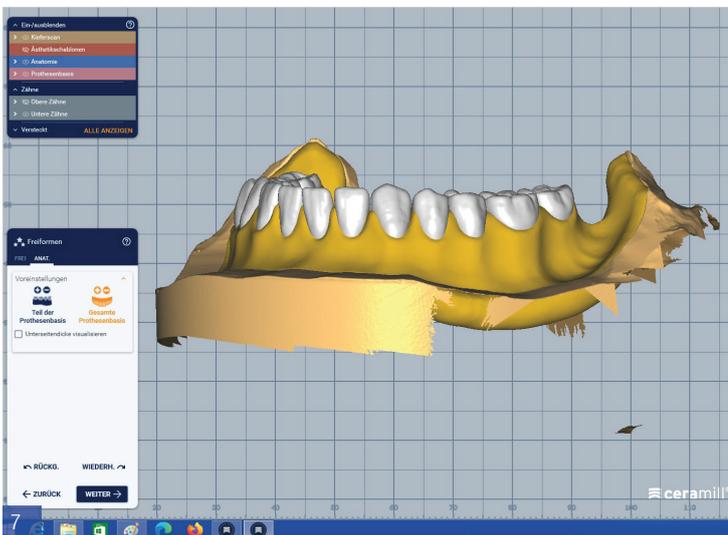
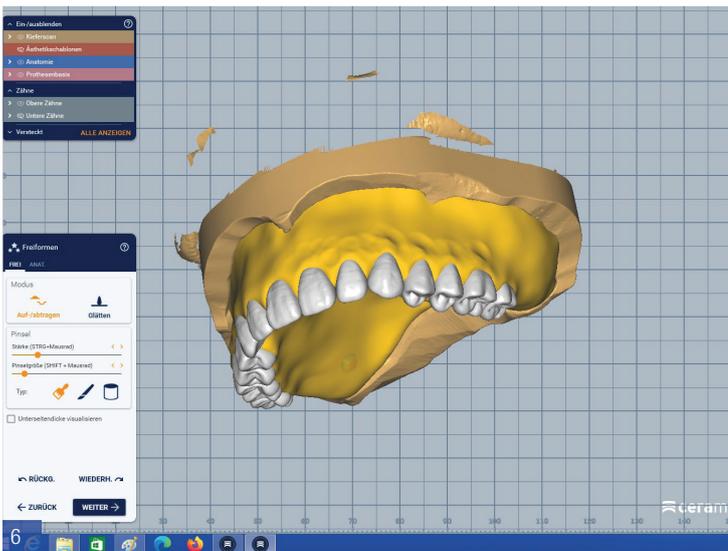


Abb. 6: Mit dem virtuellen Pinsel wurden die Alveolarhügel eingearbeitet. Anschließend erfolgte die Glättung mit dem gleichen virtuellen Instrument. **Abb. 7:** Der Designvorschlag an den retromolaren Polstern zeigte sich verbesserungswürdig. Der retromolare Aufbau der Prothesenbasis im Unterkiefer. **Abb. 8:** Das finale Konstruktionsergebnis vor der additiven Fertigung der Prothesenbasen.

wählt werden. Zur freien virtuellen Modulation stehen drei verschiedene Pinsel zur Verfügung, wobei die Größe und die Stärke des verwendeten Pinsels je nach Anforderung mit der Maus passend eingestellt werden können. Neben dem an den Rändern leicht auslaufenden Standardpinsel steht zusätzlich noch die sogenannte Messerspitze für sehr kleine Änderungen zur Verfügung. Der dritte im Bunde ist der sogenannte Zylinder, der einen flächigen Auf- und Abtrag in dieser Form ermöglicht. In diesem Fall wurde lediglich der Standardpinsel in verschiedenen Größen und Stärken für die virtuelle Modulation der Prothesenbasen verwendet.

*Natürlich hat jede Individualität auch Grenzen, da diese sowohl analog als auch digital auf der Modellanalyse beruht. **Die totalprothetischen Spielregeln gelten also auch bei der digitalen Aufstellung in Form von funktionellen Korridoren, die nicht verlassen werden dürfen.***

Additive Fertigung und Fertigstellung

Nach dem Design der Prothesenbasis wurden die Supportstrukturen in der CAM-Software konstruiert und anschließend der Druckauftrag an den Printer (Phrozen) gesendet. Nach der Entnahme aus dem Drucker konnten die Supportstrukturen manuell abgebrochen und deren Ansatzpunkte mit der Kunststofffräse entfernt werden. Es folgte die grobe Ausarbeitung mit einem Gummipollerer. Entscheidender Faktor für die effiziente Fertigstellung ist der Konfektionszahn VITA VIONIC VIGO. Der Zahn ist basal bereits eingekürzt und vorkonditioniert. Durch seine basale Formgebung passt VITA VIONIC VIGO präzise und rotationssicher in die gedruckten Alveolen. Er wird einzeln aus der Blisterverpackung entnommen und mit einem hauchdünnen Auftrag des Spezialklebers VITA VIONIC BOND nach dem „Baukastenprinzip“ schnell und einfach mit der Prothesenbasis verklebt.³ Eine aufwendige Repositionierung und zeitaufwendige Kaltpolymerisation mit entsprechenden Überschüssen entfällt. Die Aushärtung von VITA VIONIC BOND beginnt nach zehn Minuten, sodass die Fertigstellung für jeden Zahn-

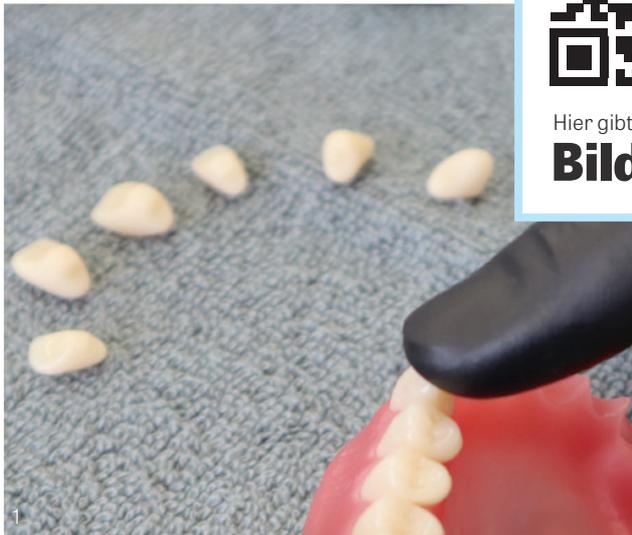
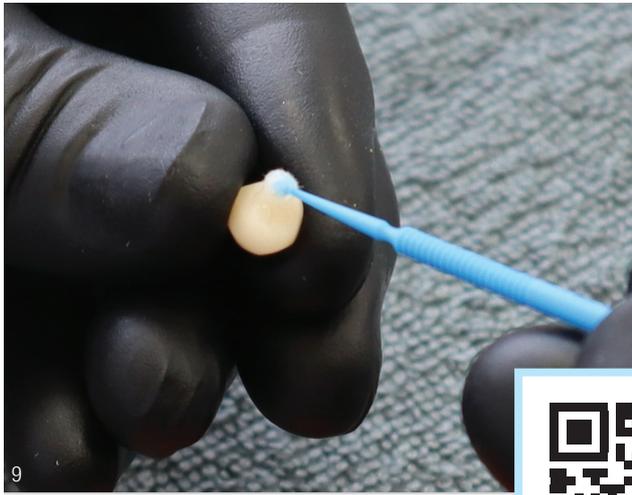


Abb. 9: VITA VIONIC BOND wird basal-zirkulär auf den vorkonditionierten VITA VIONIC VIGO aufgetragen. **Abb. 10:** Anschließend wird VITA VIONIC BOND in die Alveole der Prothesenbasis appliziert. **Abb. 11:** Nach präziser Positionierung wird der VITA VIONIC VIGO für zehn Sekunden in Position gehalten. **Abb. 12:** Das totalprothetische Endergebnis nach Auspolymerisation im Drucktopf und Politur.

techniker kontrolliert durchführbar ist. Nach 30 Minuten sind die Konfektionszähne für alle weiteren Schritte belastbar. Die vollständige Aushärtung erfolgt abschließend für 20 Minuten im Drucktopf oder durch Lagerung für zwölf Stunden bei Raumtemperatur. Anschließend kann in gewohnter Weise mit Bims vorpoliert und abschließend mit Ziegenhaarbürste und Baumwollschwabbel hochglanzpoliert werden.

Individualität im Rahmen der Modellanalyse

Natürlich hat jede Individualität auch Grenzen, da diese sowohl analog als auch digital auf der Modellanalyse beruht. Die totalprothetischen Spielregeln gelten also auch bei der digitalen Aufstellung in Form von funktionellen Korridoren, die nicht verlassen werden dürfen. Der für den digitalen Workflow optimierte und vorkonditionierte Konfektionszahn VITA VIONIC VIGO ermöglicht mit seiner Form- und Farbauswahl eine patientengerechte Ästhetik, die analogen Konfektionszähnen in nichts nachsteht. Eine individuelle Note durch Rotationen, Kippungen und Dre-

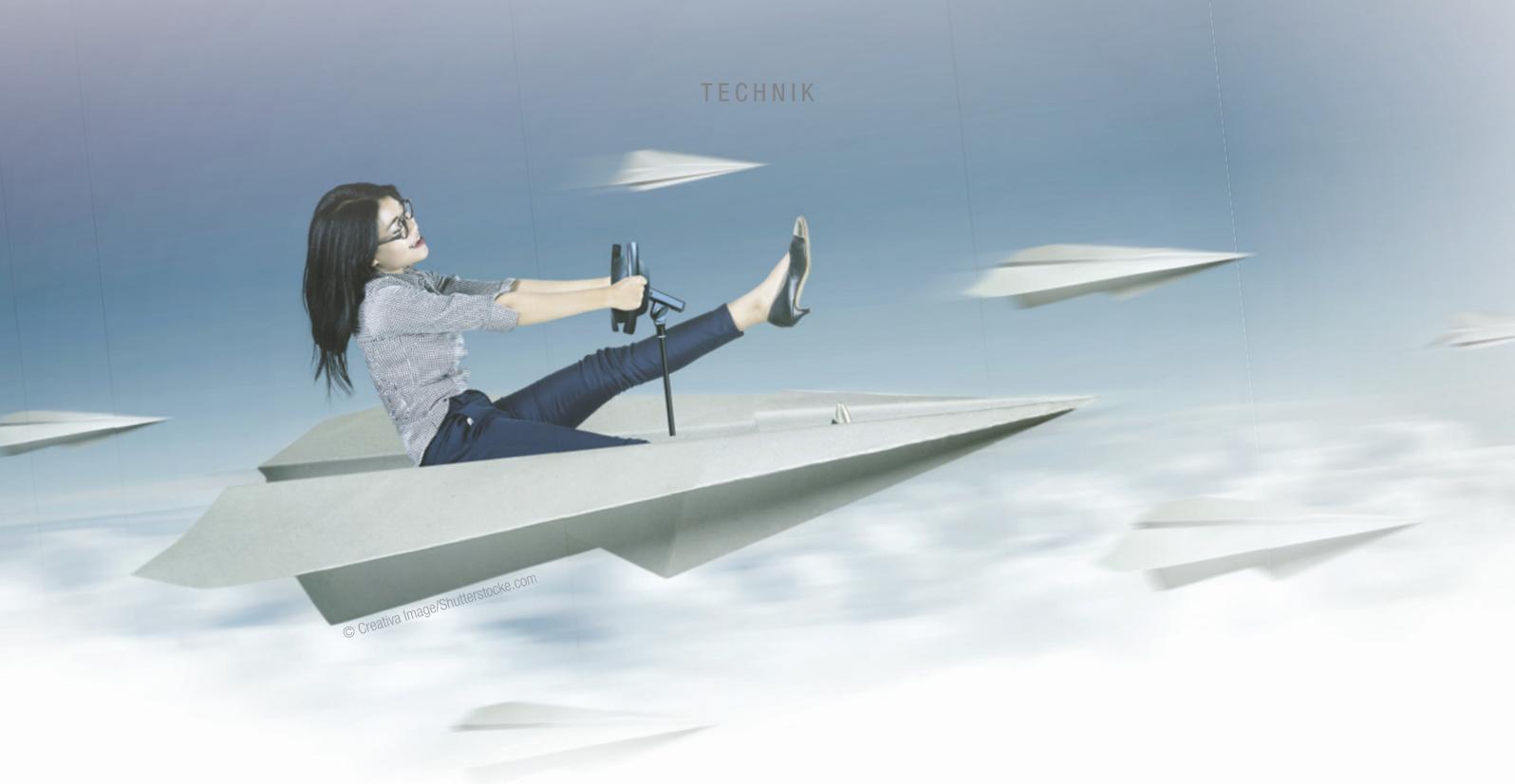
hungen ist im Frontzahnbereich ohne Weiteres in der Software möglich. Auch der bukkale Korridor kann durch die quadrantenweise Verschiebung der Seitenzähne in idealer Okklusionsbeziehung kleiner oder größer gestaltet werden. Auf Grundlage der Aufstellung gibt die Software einen entsprechenden Vorschlag für die Prothesenbasis, der je nach Wunsch mit unterschiedlichen virtuellen Tools bearbeitet werden kann. Der Softwarevorschlag ist momentan noch stark verbesserungswürdig, was zukünftig noch optimiert werden sollte. Die starren Anfänge der digitalen Prothetik sind von gestern: Die digitale Totalprothetik bietet mit den neuen Software- und Materialmöglichkeiten mittlerweile die gleichen individuellen Spielräume wie die analoge Totalprothetik.

INFORMATION ///

**Praxis für Zahnprothetik
Urban Christen DD**
www.zahnprothetik-christen.ch

Infos zum Autor





It's not the plane – it's the pilot

Ein Beitrag von Prof. Dr. Matthias Karl

INNOVATIONEN /// War Top Gun Maverick ein Must-have für jeden ernsthaften Cineasten, so wird die erste echte Post-COVID-IDS innerhalb des Kosmos der Dentalbranche dem in nichts nachstehen. Zahntechniker und Zahnärzte dürfen gleichermaßen gespannt sein, ob die Industrie die Pandemiezeit genutzt hat, um gerade im Bereich Prothetik für echte Innovationen und Problemlösungen zu sorgen.

Wir werden kontinuierlich mit sensationellen Neuerungen, die unser prothetisches Arbeiten einfacher und unsere Patienten glücklicher machen, überschüttet. Alles schön und gut – ich bin aber der Meinung, dass man abseits der Hochglanz-Meldungen kritisch hinterfragen sollte, wo deren wissenschaftliche Evidenz liegt.

Prothetik funktioniert auch ohne digitale Techniken

2022 habe ich eine Vielzahl von Veranstaltungen – vor allem zu den Themen Prothetik und



Abb. 1: Amelogenesis-imperfecta-Patient mit kieferorthopädisch und konservierend nicht optimierbarer Ausgangssituation. **Abb. 2:** Prothetische Versorgung des Patienten mit Lithiumdisilikat-Restaurationen, die für den Patienten eine funktionelle und vor allem ästhetisch nachhaltige Verbesserung darstellten.

Implantologie – besucht. Eine der Veranstaltungen und die dort vorgestellte Entwicklung ist mir besonders positiv in Erinnerung geblieben, und zwar eine Fortbildung zur Rehabilitation funktionsgestörter Patienten mit einem synoptischen Behandlungskonzept, von dessen erfolgreicher Umsetzung mehrere Beispiele vorgestellt wurden. Die genutzten Techniken und Materialien kann man als „kalten Kaffee“ bezeichnen, und der Referent war zudem so offen, auf seine Erfahrung und eingehende Beobachtung des Patienten zu verweisen. Es war erfrischend, klassisch solide Prothetik ohne CAD/CAM, 3D-Druck, smarte Hochleistungsmaterialien und künstliche Intelligenz zu erleben!

Prothetik lässt sich nicht gänzlich neu erfinden

Zweites aktuelles Schlüsselerslebnis war eine Implantatpatientin, die vor über 20 Jahren ohne ästhetisch hochwertiges Bone Level-Implantat und Emergenzprofil, dafür aber mit einem konfektionierten Abutment versorgt wurde und freudestrahlend zum Recall erschien.

Der Fachbereich Prothetik muss sich weiterentwickeln, man wird aber prothetisches Fachwissen – zumindest in den kommenden Dekaden – nicht gänzlich ersetzen können. Der Fortschritt sollte Lösungen für echte Probleme anbieten, anstatt Pseudo-Innovationen wie beispielsweise in der Herstellung einer Totalprothese, die mithilfe kostenintensiver CAD/CAM-Technik nun eine oder zwei Behandlungssitzungen einspart.

Prothetische Innovation in Kinderschuh

Viele Neuerungen machen den Arbeitsalltag von Zahn-technikern und Zahnärzten zunehmend leichter, trotzdem stecken viele immer noch in den Kinderschuhen. Als ein Beispiel wären die noch nicht durchgängigen digitalen Workflows zu nennen. Aber selbst bei wirklichen Innovationen auf dem Dentalmarkt wird es immer noch auf das Behandlungsteam ankommen oder wie es in Top Gun heißen würde „It's not the plane – it's the pilot!“

INFORMATION ///

Univ.-Prof. Dr. Matthias Karl
 Universitätsklinikum des Saarlandes
 Klinik für Zahnärztliche Prothetik und
 Werkstoffkunde

Infos zum Autor



LVG

IHR DIREKTER WEG
 ZUR LIQUIDITÄT



Vorsprung durch Unabhängigkeit

Schaffen Sie sich finanzielle Freiräume und sichern Sie die Unabhängigkeit Ihres Labors. Wir, die LVG, schützen Sie zuverlässig vor Forderungsausfällen und begleichen Ihre ausstehenden Rechnungswerte sofort, unabhängig vom Zahlungseingang Ihrer Kunden. Und sorgen so für Ihre kontinuierliche Liquidität und maximale Flexibilität bei Investitionen.

Ein Partner mehr ist eine Sorge weniger. Wann dürfen wir Sie an unserer Seite begrüßen?

L.V.G.
Labor-Verrechnungs-
Gesellschaft mbH
 Hauptstraße 20 / 70563 Stuttgart
 T 0711 66 67 10 / F 0711 61 77 62
 kontakt@lvg.de



www.lvg.de

Digitaler Workflow bei Frontzahnsanierung

Ein Beitrag von Dr. Inga Boehncke M.Sc.

IMPLANTATPROTHETIK /// Die zunehmende Verbreitung von IOS und die digitale Abformung mittels eines Intraoralscanners gehören in den letzten Jahren zu den vielversprechendsten und meistdiskutierten Entwicklungen der Zahnmedizin. Besonders vorteilhaft – auch wieder die Zusammenarbeit zwischen Zahnmedizin und Zahntechnik – ist diese Entwicklung für die Implantatprothetik.



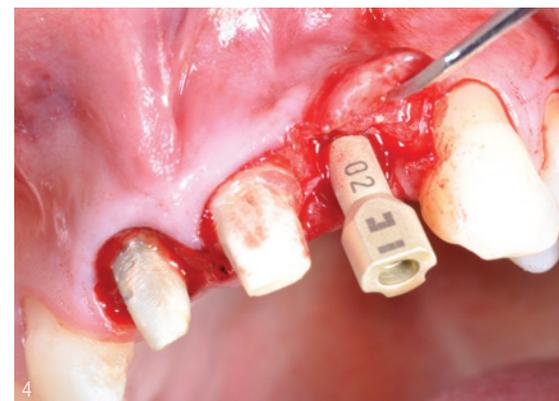
Die digitale Erfassung der Mundsituation sowie die Planung und Herstellung von Zahnersatz haben sich inzwischen als Standard der täglichen Arbeit etabliert. Auch in der Implantologie eröffnet der digitale Workflow – von der digitalen Abformung bis hin zur Herstellung von Abutment und Gerüstherstellung – neue komfortable Möglichkeiten für Patienten und Behandler. Die Passgenauigkeit festsitzender Restaurationen, die mittels Scanbodies und intraoralen Scans gefertigt werden, sind den Ergebnissen konventioneller Abformungen in den meisten Studien überlegen.^{1,2}

Fallbeispiel

Eine 42-jährige Patientin stellte sich mit einer 15 Jahre alten verblockten Kronenversorgung der Zähne 11-22 vor (Abb. 1). Der Zahn 22 wies eine apikale Ostitis mit einer starken bukkalen Schwellung mit Pusaustritt auf. Die Patientin wünschte eine Versorgung mithilfe von Einzelkronen sowie ein Implantat Regio 22. Nach Entfernung des Zahnes 22 und fehlender knöcherner bukkaler Begrenzung entschieden wir uns für eine verzögerte Implantation mit SP/RP und das Tragen eines nach digitalem Situs-Scan, Bukkal-Scan und Gegenkiefer-Scan angefertigten Langzeitprovisoriums (Primescan, Dentsply Sirona). Die RP erfolgte hier mit Eigenknochenspänen sowie einem

xenogenen Knochenersatzmaterial (Mineross XP, BioHorizons Camlog). Nach drei Monaten erfolgte die Abnahme des LZP, ein Scan des abgeheilten Situs (Abb. 2 und 4) sowie die Präparation der Zähne 11 und 21 mit nachfolgendem Präp-Scan. Abschließend wurde ein Scanbody-Scan der Implantatposition vorgenommen.

Die intraorale digitale Übertragung der Implantatposition mit einem Scanbody (3Shape) ermöglicht die direkte Herstellung von Abutment und Kronenversorgung laborseitig im CAD/CAM-Verfahren. Durch ein digitales Matching von Präp-Scan der Zähne 11 und 21, dem Scanbody-Scan der Implantatposition an Regio 22 und der Restbezaugung sowie der Ausgangssituation wird eine digitale simultane Konstruktion von Abutment und Zirkonoxidkappchen in einem virtuellen Modell möglich.



Klinisches Vorgehen

Nach erfolgter RP bei Entfernung des Zahnes 22 wurde nach der Einheilzeit von drei Monaten ein 3,3x11 mm-Implantat (CAMLOG SCREW-LINE, BioHorizons Camlog) Regio 22 inseriert (Abb. 3). Der Verschluss des Implantates erfolgte mit einem wide body Gingivaformer (BioHorizons Camlog) in 4 mm Höhe, der mit der Verschlussnaht überdeckt wurde (Abb. 5). Anschließend wurde das LZP wieder eingegliedert. Dieses Verfahren hat sich bewährt, sodass nach der Einheilzeit lediglich der konfektionierte Gingivaformer gegen das individuelle Abutment ausgetauscht werden muss. Da sich in der Zeit ein stabiles und dickes Weichgewebe gebildet hat, ist in den meisten Fällen lediglich eine minimale Aufweitung für das individuelle Abutment nötig. In vielen Fällen kann hierauf verzichtet werden und der Gingivaformer wird ohne Aufweitung gegen das Abutment ausgetauscht.

Auch in der Implantologie eröffnet der digitale Workflow – von der digitalen

Abformung bis hin zur Herstellung von Abutment und Gerüsterstellung –
neue komfortable Möglichkeiten für Patienten und Behandler.

Es erfolgte eine One-Shot-Antibiose 2 Gramm präoperativ mit Amoxicillin. Zusätzlich fand präoperativ eine Keimreduktion der Mundhöhle mit einer 0,2-prozentigen Chlorhexidinspülung alkoholfrei in drei Intervallen von 30 Sekunden statt. Der Wundverschluss erfolgte mit Nahtmaterial der Stärke 5/0 (ETHICON, Johnson & Johnson Medical) für eine geschlossene Einheilung. Abschließend wurde eine postoperative Röntgenkontrollaufnahme angefertigt. Die Nahtentfernung erfolgte 14 Tage nach dem Eingriff.

Freilegung

Die Freilegung erfolgte zwölf Wochen nach Implantatinsertion. Hier wurde nun dank des inserierten wide body Gingivaformers, der eine gute Gewebeheilung sowie Gewebestützung ermöglichte, und der intraoperativ direkten digitalen Übertragung der Implantatposition das individuelle Abutment samt Kronenversorgung sowie die Einzelkronen 11 und 21 inseriert. Die Patientin hatte dadurch lediglich drei Termine. Die Kronenversorgung auf dem Abutment wurde

Präsenz + Live-Streaming + On-Demand
mehr unter www.adt-jahrestagung.de

8.–10. Juni 2023

K3N-Stadthalle Nürtingen

Schwerpunktthema:

Überblick gewinnen – Perspektiven entwickeln

Festvortrag von Stefan Christmann

Prof. Dr. Ulrich Lotzmann, ZTM Jochen Peters,
ZTM Ralph Riquier, Prof. Dr. Ingrid Rudzki,
ZTM Stephanie Scherz und viele weitere
hochkarätige Referenten

Die Nachwuchsförderung der ADT
FORUM 25

Bis zu
24
Fortbildungspunkte

Studenten
+ Azubis
haben
freien Eintritt!

www.adt-jahrestagung.de

Auskunft und Informationen

Arbeitsgemeinschaft Dentale Technologie e.V.
Telefon +49 (0) 63 59–30 8787, Telefax +49 (0) 63 59–30 8786
ADT-Geschäftsstelle: Marion Becht, becht@ag-dentale-technologie.de



5



6



7

Noch tiefer einsteigen?



Hier gibt's mehr

Bilder.



semipermanent zementiert (Harvard Implant, Harvard Dental) (Abb. 6 und 7). Die Zirkonoxidkronen an 11 und 21 mit RelyX Unicem (3M) wurden definitiv zementiert.

Fazit

Die Bedeutung der digitalen Implantatprothetik und somit der Komfort für den Patienten im Hinblick auf Abdruckfreiheit und einer minimalinvasiven Vorgehensweise sowie einer deutlichen Einsparung von Behandlungsterminen nimmt stetig zu.³ Schaut man sich die aktuellen Fortbildungsschwerpunkte an, lässt sich erkennen, dass die Digitalisierung klar im Vordergrund steht. Die Digitalisierung vereinfacht den Prozess, führt zu einer Zeitersparnis in der gesamten Prozesskette und erzielt dadurch eine erhöhte Effizienz sowohl auf Behandler- als auch auf Patientenseite. Die zunehmende Verbreitung der IOS in den Praxen führt zu einer steigenden Anzahl an digitalen Abformungen mit allen Möglichkeiten von Sofortversorgungskonzepten und maximaler Zeitersparnis – sowohl klinisch als auch laborseitig. Die STL-Dateien des Intraoralscans können ohne unnötige Zwischenschritte direkt vom Scanner ans Labor übertragen werden, wo mit entsprechender Software die Daten importiert werden. Zusätzlich wird eine Verbesserung der Kommunikation zwischen Patient, Behandler und Zahntechniker erreicht. Die intraorale Situation kann dem Patienten direkt am Bildschirm gezeigt werden, sodass dieser während

der Behandlung sogar die Behandlungsschritte verfolgen und somit partizipieren kann.

Zahntechniker und Behandler können via Teamviewer kommunizieren und sowohl die geplanten Fälle zusammen anschauen als auch die virtuell konstruierten Arbeiten gemeinsam durchgehen und designen oder verändern. Bei der Präzision steht die digitale Abformung der konventionellen Abformtechnik in nichts nach, vor allem dann nicht, wenn es um kleine Spannen oder Einzelzahnrestaurationen geht. Bei größeren Scan-Spannen bis hin zu ganzen Kiefern stellen besonders im Bereich der Implantatprothetik die interimplantären Abstände, das Design der verwendeten Scanbodies, die Scanpfade, der Anteil an beweglicher Schleimhaut und die Erfahrung des Anwenders entscheidende Parameter dar, um die gewünschte Präzision zu erhalten.⁴ Entscheidend für das digitale Matching sind die Referenzflächen. Je mehr Referenzflächen – also Restbeziehung, Kombination von Zähnen und Implantaten, unveränderliche Kieferanteile – vorhanden sind, desto weniger Abweichungen gibt es – was wiederum die Fertigungspräzision erhöht.

INFORMATION ///

Dr. Inga Boehncke M.Sc.
www.zahnarzt-boehncke.de

Infos zur Autorin



Literatur



Dinge, die man nicht schütteln sollte!



V-PRINT DRUCKHARZE: IMMER OPTIMAL HOMOGEN

- **Kein Aufschütteln nötig** – Sie bestimmen Ihren zeitlichen Arbeitsablauf
- **Effizient** – Sparen Sie Zeit und Kosten für Homogenisierungsgeräte, Drucken Sie sicher – auch über Nacht!
- **Reproduzierbar** – Produkteigenschaften werden zuverlässig erreicht, immer wieder



Besuchen Sie uns in Köln!

14. – 18.03.2023

Halle 10.2: Stand N10/019 + N20/029

Halle 5.2: Stand C40

V-Print



Internationale Dental-Schau 2023: Bereits rund 1.800 Aussteller angemeldet



Noch knapp zwei Wochen bis zum Start der IDS 2023 und die internationale Leitmesse der Dentalbranche ist bestens aufgestellt. Dabei findet das globale Branchenhighlight nicht nur zum 40. Mal statt, sondern feiert auch den 100. Geburtstag. „100 years IDS – shaping the dental future“: Die IDS gestaltet die dentale Zukunft seit nunmehr 100 Jahren und wird dies vom 14. bis 18. März 2023 erneut eindrucksvoll unterstreichen. Zur international führenden Dentalmesse haben sich bereits rund 1.800 Unternehmen aus 60 Ländern angemeldet. Rund 75 Prozent der ausstellenden Unternehmen kommen aus dem Ausland – die starke internationale Beteiligung ist ein Beweis für die globale Strahlkraft der IDS. Neben der größten Beteiligung aus Deutschland stellen aktuell Italien, die Republik Korea, Frankreich, Japan, die Schweiz, Spanien, die Türkei und die USA die bedeutendsten internationalen Ausstellerbeteiligungen. Daneben sind wieder zahlreiche ausländische Gruppenbeteiligungen in Köln vertreten. Bisher haben sich 15 Gruppen aus 13 Ländern, beispielsweise aus Argentinien, Brasilien, Bulgarien, China, Israel, Italien, Japan, Hongkong, Korea, Singapur und den USA zur IDS angemeldet. Die IDS 2023 belegt die Hallen 1, 2, 3, 4, 5, 10 und 11 des Kölner Messegeländes mit einer Brutto-Ausstellungsfläche von rund 180.000 Quadratmeter. Alle Messehallen sind durch einen einfachen Rundlauf miteinander verbunden. Die vier Eingänge Süd, Ost, West und Messeboulevard sorgen für eine gleichmäßige Verteilung der Besucher.

Quelle: Koelnmesse



© Kölnmesse



Die Sagemax Community in Köln!



Halle 4.1
Stand A091

Sagemax hat 2022 die Sagemax Community ins Leben gerufen. In der Sagemax Community können Zahntechniker und Zahnärzte aus der ganzen Welt ihre Sagemax Patientenfälle präsentieren. Ziel der Sagemax Community ist die Förderung des internationalen Austauschs unter Zahntechnikern und Zahnärzten. Die Community soll sich gegenseitig mit Tipps & Tricks und der Erklärung von Prozessabläufen unterstützen. Sagemax gibt Zahntechnikern und Zahnärzten damit eine Bühne, den Arbeitsablauf hinter einem schönen Lächeln zu zeigen. Highlight auf der IDS: Sagemax bringt die Community nach Köln! Erleben Sie Live-Vorträge am Sagemax Stand! Werden Sie Teil der Community! Erfahren Sie mehr auf www.sagemax.com/ids2023!

Infos zum Unternehmen



Sagemax • www.sagemax.com

Dental Direkt bringt seine „gläserne Produktion“ mit zur IDS

Halle 1.2, Stand D030

Infos zum Unternehmen



Mehr Infos zur IDS



Dental Direkt ist auf der IDS 2023 in Köln mit einem ca. 300 Quadratmeter großen Stand in der Halle 1 vertreten und wird wie gewohnt das breit aufgestellte Produktportfolio präsentieren, Live-Produktdemos durchführen und eine Reihe von bekannten Experten aus der materialwissenschaftlichen Forschung sowie zahntechnischen und -medizinischen Anwendung als Referenten zu Gast haben. Dabei sind unter anderem Prof. Dr. Dipl.-Ing. Martin Rosentritt (Universitätsklinikum Regensburg), Priv. Doz. Dr. Andreas Keßler (LMU München), ZTM Roman Wolf (Wolfs Art Dentalstudio) und Dr. Stefan Böhm (Zahnarzt und wissenschaftlicher Berater bei Dental Direkt). Highlight wird die spannende und unterhaltsame virtuelle 3D-Tour durch die „gläserne Produktion“ sein. Am Dental Direkt-Stand erwarten Sie VR-Brillen, die in deutscher und englischer Sprache die einzelnen Produktionsschritte vom Rohpulver bis zur fertigen Zirkonoxid-Scheibe erläutern und durch die Produktion des Unternehmens führen. Gelebte Transparenz und Qualität, die sich nicht verstecken muss. Und nicht zu vergessen: Die cube Brothers, die aus der Euphorie des Erfolgs des cube – Zahn der Zukunft-Partnerprogramms erwachsen sind und eine Vertriebsparodie auf die kultigen Blues Brothers darstellen, warten mit unerschämten fairen IDS-Angeboten rund um die Zirkonoxide, Polymere, Implantatkomponenten, Intraoralscanner, Laborscanner und Fräsmaschinen auf alle Interessierten.

Dental Direkt GmbH • www.dentaldirekt.de



Dreve auf der IDS 2023: Zahntechnik mit digitaler Zukunft

Seit über 70 Jahren entwickelt Dreve Produkte, die sich an den Anwendern in Labor und Praxis ausrichten. Dabei ist unser umfangreiches Wissen aus der konventionellen Zahntechnik die unverzichtbare und fruchtbare Basis bei der Entwicklung unserer digitalen Produkte. Entsprechend werden wir uns auf der kommenden IDS präsentieren: Dreve bietet Orientierung in allen Fragen der Zahntechnik. Mit unseren mehr als 80 Patenten entwickeln wir konventionelle und digitale Lösungen, die Zeit und Kosten einsparen – in gleichbleibend hoher Qualität. Digital und konventionell: Dreve vereint mit seiner Produktrange das Beste aus beiden Welten. Daher werden wir neben dem Fokus auf digitale Technologien auch unsere analoge Produktpalette „made in Germany“ ausstellen. Dreve zeigt auf

der IDS den digitalen Workflow in seiner Gesamtheit und bietet damit den regulatorisch abgesicherten Prozess von der Aufbereitung der Daten bis zur fertigen Applikation an. Die beste Lösung für Anwender, die „einfach nur drucken“ wollen. Unsere Experten für dentale additive Fertigung und 3D-Druck unterstützen auf dem Weg in das Labor der Zukunft und führen kompetent durch den Prozess. So optimieren Dreve-Kunden mit unseren Produkten auch weiterhin ihre Arbeitsprozesse und sparen Zeit und Geld.

[Dreve Dentamid GmbH • www.dentamid.dreve.de](http://www.dentamid.dreve.de)

„Out of this world“ – Renfert präsentiert fortschrittlichen Dampfstrahler



[Renfert GmbH • www.renfer.com](http://www.renfer.com)

Renfert nimmt die Besucher der IDS 2023 mit auf eine intergalaktische Mission! Präsentiert wird u.a. ein neuer innovativer Dampfstrahler – mit einem echten Astronauten am Messestand werden neue Horizonte aufgezeigt. Ausgeklügelt bis ins feinste Detail betreten Dentallabore mit dem POWER steamer ein neues Level beim Abdampfen. Der Dampfstrahler mit wartungsfreiem Heizelement und intelligentem Engineering ergänzt die Laborausstattung mit smarten Funktionen, ansprechendem Design und verlässlicher Dampfleistung. Herzstück ist der Kessel, in dem das Heizelement im Aluminium-Boden vergossen ist, der das Heizelement nahezu unverwundlich macht. Weiteres raffiniertes Detail: Die extragroße Revisionsöffnung im Druckbehälter ermöglicht die komfortable Wartung. Der POWER steamer steht für Vollampf im Laboralltag – selbst bei hoher Frequentierung bewahrt das leistungsstarke Gerät volle Power. Die robuste Heizung sorgt für kurze Aufheizzeiten bzw. ein schnelles, permanentes Nachheizen. Bei Renfert treffen verlässliche Ingenieurleistung und ausgeklügelter Anwendungskomfort auf solide zahntechnische Expertise. Mit dem POWER steamer werden nun neue Welten entdeckt. „Out of this world“ – begleitet wird die IDS-Mission von Renfert durch einen Astronauten, der am Messestand von Renfert auch gern für Selfies bereitsteht.



Shera präsentiert neue Produkte und Workflows für die Modellherstellung

„Wenn Zahntechniker an Modelle denken, dann sollen sie automatisch Shera im Kopf haben“, so beschreibt Shera-Chef Jens Grill das Ziel seiner neuen IDS-Kampagne. In Köln dreht sich unter dem Motto „Shera. The model.“ alles um die perfekte Modellherstellung – sowohl im digitalen als auch im analogen Workflow. Dafür haben die Modellspezialisten einen Prozess abgestimmt, der das reine Drucken von Modellen weit überragt. Das jüngste CAD/CAM-Kind ist Sheraeasy-model, die erste eigene Modelbuilder-Software, die es ermöglicht, mit wenigen Klicks einfach und schnell exzellente Modelle für den 3D-Druck zu designen. Außerdem präsentiert das Team mit Sheraprint-model aesthetic red den bisher einzigen roten 3D-Druck-Kunststoff, der die Mundsituation perfekt widerspiegeln kann und so mehr Kontrolle bei höchästhetischen Arbeiten bietet. In Kombination mit der patentierten Stumpfgeometrie Sheraprint-cone lassen sich ganze Kiefer mit herausnehmbaren Stümpfen drucken, die passen und in einer zahnähnlichen Farbe gedruckt die Farbsituation im Mund simulieren. Shera zeigt, wie gedruckte Modelle sauber in den Artikulator und wieder herausgenommen werden oder gedruckte Kunststoffmodelle zu isolieren sind. Trotz umjubeltem CAD/CAM-Workflow hat auch der klassische Dentalgips bei Shera einen hohen Stellenwert. Pünktlich zum 40. Firmenjubiläum rückt Shera die bewährten Dentalgipse ins Rampenlicht. Ebenfalls im Rampenlicht stehen namhafte Referenten bei der Shera, wie Andreas Leimbach, Jochen Peters und Christian Vordermayer. Ihr Vortragsprogramm ist zu finden unter www.shera.de



Halle 10.2
Stand
N060/0061

Gedruckt (links) oder ausgegossen (rechts), ganz klein oder zur Messe in XXL – Shera hat sich zum Modellspezialisten im 3D-Druck entwickelt und seine Position als einer der Marktführer für Dentalgipse gefestigt.

SHERA Werkstoff-Technologie GmbH & Co. KG
www.shera.de

Hol dir dein #insiderwissen!

Mit dem **Spezi-Newsletter**

ZWP ONLINE

NEWSLETTER
ZAHNTECHNIK
ZEITUNG



Ausgabe 02/2023 vom 16.02.2023

Sehr geehrte Damen und Herren,
dies sind unsere aktuellen Themen im Überblick:



Biologische Zahnmedizin, Umweltzahnmedizin und Plasma – Teil 2

Dr. Dr. Michael Rak aus Bernried und das Zahntechnikerteam um Norbert Wichnalek, Highfield.Design/Augsburg stellen im folgenden Beitrag einen Fall vor, bei dem sie mithilfe von Keramikimplantaten aus Zirkonoxid und gänzlich metallfreier zahntechnischer Versorgung die Gesundheit ihres Patienten wiederhergestellt haben.

[» weiterlesen](#)

Jubiläum der ZT: 20 Jahre am Puls der Zahntechnik



Das 20-jährige Jubiläum der ZT Zahntechnik Zeitung ist ein Meilenstein in der Geschichte der OEMUS Media AG und ein Beleg für dessen Engagement in der Zahntechnik-Branche. Die ZT hat sich in den letzten 20 Jahren als wichtige Informationsquelle etabliert.

[» weiterlesen](#)

KI-Textgeneratoren im Arbeitsalltag von Dentallabor



Stellen Sie sich vor, Sie hätten einen digitalen Assistenten, der das Texten in Ihrem Arbeitsalltag unterstützt. KI-Textgeneratoren werden immer beliebter und können auch im Dentallabor und der Zahnarztpraxis ein hilfreiches Werkzeug sein und den Arbeitsalltag vereinfachen.

[» weiterlesen](#)



ZT ZAHNTECHNIK ZEITUNG

© custom scene – stock.adobe.de

WIR FEIERN GROSSES JUBILÄUM!



**1998 starteten
wir noch als
COLLEGmagazin**

25 erfolgreiche und spannende Jahre gehört die *ZWL Zahntechnik Wirtschaft Labor* nun schon zum Standardwerk in jedem Labor. Interessant, bunt, laut, spannend und immer am Puls der Zahntechnik dient die *ZWL* als Informationsquelle und Ratgeber der modernen Laborführung.

128 Ausgaben konnten unsere Leser bisher begeistern! Durch unzählige interessante **Fachbeiträge, hilfreiche Tipps und Tricks der Laborführung, spannende Interviews und die Vorstellung Tausender innovativer Produkte** erfahren unsere Leser, was die Dentalbranche bewegt.

60 Seiten – so viel Platz haben wir, um Ihnen – liebe Leser – als modernes **Ratgeber- und Wissensformat** zu dienen. Gerade für potenzielle Laborinhaber ein wirklicher Gewinn!



**Der Zusatz
COLLEGmagazin fällt
weg und läuft seit 2001
unter dem Namen
Zahntechnik Wirtschaft
Labor weiter.**



25 Jahre ZWL und 24 Jahre Produktmanagement. Nach all dieser Zeit bin ich stark mit der Branche verwurzelt und habe unterschiedlichste Trends und Entwicklungen hautnah miterlebt und versucht, diesen in der ZWL eine adäquate „Bühne“ zu geben. Von Galvano über CAD/CAM bis hin zum heutigen 3D-Druck – vieles hat die Branche geprägt, beeinflusst und verändert. Ich hoffe, dass wir Ihnen auch weiterhin wichtige Impulse für Ihre tägliche Arbeit geben können und Sie mit aktuellen Informationen rund um die Zahntechnik bestens versorgen. Schreiben Sie uns, geben Sie uns Anregungen, gestalten Sie mit! Auf einen regen Austausch und Ihnen weiterhin viel Erfolg!

**Stefan Reichardt,
Unit Manager und Projektleiter der ZWL**



6

Ausgaben im Jahr! Jede unserer Ausgaben stellt ein bestimmtes Schwerpunktthema in den Mittelpunkt: **Prothetik, Materialien, Ästhetik, Digitale Zahnmedizin, Laboreinrichtung und Funktion.**

Die ZWL ist immer am Puls der Zeit ...

Aus **2** wird 1! Was vor Jahren als Supplement unter dem Namen *COLLEGmagazin | Zahntechnik Wirtschaft Labor* begann, hat sich seit 2001 unter dem eindeutigen Namen *ZWL Zahntechnik Wirtschaft Labor* zu einer **starken Marke** entwickelt.

3

starke Themenwelten für das Labor! In der *ZWL* finden unsere Leser – wie es auch der Name schon verrät – spannende Beiträge zu den Themen **Zahntechnik, Wirtschaft und Labor**. Damit bedienen wir alle Informationsbedürfnisse und dienen gleichzeitig als Inspiration für das eigene Labor – sowohl aus technischer als auch unternehmerischer Perspektive.



... das zeigt sich auch an der Layoutgestaltung.

2022 gab es ein Layout-Refresh ...



1

Zahntechnik-Gemeinschaft! Im Fokus unserer täglichen Arbeit stehen das Zahntechnik-Handwerk, die gesamte Branche und damit vor allem die gemeinsame Leidenschaft für die Zahntechnik. Besonders wichtig sind uns dabei Sie: Unsere Leser!

Seit Anfang 2022 bin ich Redaktionsleiterin der ZWL und seitdem begeistert von der Vielfalt des Handwerks und damit auch der Möglichkeit, die unterschiedlichsten Fachbeiträge, Anwenderberichte und Interviews in unserer Publikation zu platzieren. Besonders schätze ich den direkten Austausch mit den Insidern der Branche, denn in jedem dieser Gespräche spürt man die Leidenschaft der Zahntechniker, Laborinhaber, Zahntechnikermeister und auch der Azubis für das Handwerk. Genau diese Leidenschaft versuchen wir auch mit der ZWL zu transportieren.

Alicia Hartmann,
Redaktionsleiterin der ZWL



25 JAHRE ZWL

Das feiern auch unsere Autoren



© Jürgen Sieger

Durch meine langjährige Arbeit als wissenschaftlicher Leiter der Veranstaltung DDT Digitale Dentale Technologien kann ich mit Sicherheit sagen, dass ich mich bei der OEMUS MEDIA AG auf hohe Kompetenz in der Durchführung und Planung von Veranstaltungen verlassen kann. Somit konnte ich mich stets vollkommen auf das Veranstaltungsprogramm mit all seinen spannenden Methoden, neuen Produkten, optimierten Prozessen, digitalen Neuerungen und verbesserten Werkzeugen konzentrieren. Das schätze ich sowohl als wissenschaftlicher Leiter als auch als Zahntechnikermeister und gratuliere der OEMUS MEDIA AG zum 25. Jubiläum der ZWL.

ZTM Jürgen Sieger, Geschäftsführer SIEGER.DENTAL

Gibt es eine bessere Erklärung für Qualität als das 25-jährige Bestehen der ZWL? Dieses Potpourri aus Wissen, Können und unternehmerischen Impulsen ist und bleibt DIE Lektüre, die den Alltag in Dentallaboren unterstützt und erleichtert. Jede Ausgabe ist ein spannendes Exemplar mit Tipps und Tricks, die den eloquenten Unternehmer sicher über das Laborparkett führen. Eigentlich müsste die ZWL in „Gold“ gedruckt werden, damit jeder Zahntechniker gleich den Wert erkennt, den er in Händen hält. Danke für die vielen Jahre der Zusammenarbeit, und ich freue mich auf die nächsten spannenden Artikel – weiter so!



© Hans J. Schmid

Hans J. Schmid, Geschäftsführer der Unternehmensberatung Arbeitsspass

Herzlichen Glückwunsch zu 25 Jahren ZWL! Ein Fachmagazin, wo das drin ist, was draufsteht: Zahntechnik, Wirtschaft, Labor. Ich kann mich noch heute an viele wirklich tolle Beiträge erinnern, in denen über den zahntechnischen Tellerrand hinausgeschaut wurde – gerade die Wirtschaftsbeiträge machen für mich den Unterschied zu anderen Fachmagazinen. Das Handwerk lernen wir alle, doch die Bereiche Wirtschaft, Marketing und Positionierung kommen in unserer Ausbildung aus meiner Sicht viel zu kurz. All die Impulse, die wir aus diesen Beiträgen gewinnen konnten, haben uns alle in unserer Entwicklung weitergebracht. Daher freue ich mich auf die nächsten 25 Jahre ZWL, und vielen Dank an alle, die die ZWL Ausgabe für Ausgabe gestalten.

ZTM Christian Wagner, Geschäftsführer von theratecc



und unsere Kunden

Die LVG gratuliert der OEMUS MEDIA AG und dankt für 25 Jahre partnerschaftliche Zusammenarbeit. Denn wie auch unsere Kunden wissen wir: Ein Partner mehr ist eine Sorge weniger! Als erste und älteste Factoring-Gesellschaft für Dentallabore unterstützen wir unsere Kunden seit über 35 Jahren nachhaltig in der Absicherung ihrer Liquidität. Und dabei bietet die ZWL Zahntechnik Wirtschaft Labor eine zuverlässige Informationsquelle, um (potenzielle) Kunden mit allem Wissenswerten zu unseren Angeboten zu erreichen.



**Werner Hörman, Geschäftsführer
der LVG Stuttgart**

© LVG.



25 Jahre ZWL und 100 Jahre Komet Dental – ein echtes Jubiläumjahr. Wir blicken auf eine spannende Zeit voller Veränderungen und Wandel in der Zahntechnik und in der Medienwelt zurück. Auch die ZWL bzw. die OEMUS haben sich den rasanten Entwicklungen erfolgreich angepasst. Die Innovationskraft und die Bereitschaft zum Wandel haben die Zeitschrift zum unverzichtbaren Bestandteil der zahntechnischen Fachliteratur werden lassen. Wir freuen uns, weiterhin mit der ZWL die Veränderungen in der Zahntechnik zu begleiten und unsere Kunden immer über aktuelle Lösungen und Produkte für einen zeitgemäßen zahntechnischen Laboralltag zu informieren. Herzlichen Glückwunsch nach Leipzig!

Robin Venghaus, Head of Marketing DACH, Komet Dental

Wir gratulieren der ZWL-Redaktion ganz herzlich zum 25-jährigen Bestehen. Die NSK Europe GmbH arbeitet seit ihrer Gründung vor 20 Jahren eng mit der OEMUS MEDIA AG zusammen – dabei spielte besonders die ZWL schon immer eine zentrale Rolle in unserem Media-Mix. Wir schätzen besonders die ausgewogene Mischung aus technischen und wirtschaftlich relevanten Themen für das Dentallabor, die ein optimales Umfeld für die Bewerbung unserer Produkte bietet. Wir freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit!

**Sven Isele, General Sales & Marketing
Manager, NSK Europe**

© NSK



Wandel und Digitalisierung prägen die gesamte Branche

2023 wird für die Dentalbranche ein besonderes Jahr: Im März findet die 40. Internationale Dental-Schau (IDS) im Jahr des 100-jährigen Bestehens statt, die Gemeinschaftsinitiative proDente e.V. informiert seit einem Vierteljahrhundert über die zahnmedizinische und zahntechnische Versorgung in Deutschland, und auch die OEMUS MEDIA AG feiert mit den beiden zahntechnischen Publikationen *ZWL Zahntechnik Wirtschaft Labor* und *ZT Zahntechnik Zeitung* gleich zwei Jubiläen.

Seit 25 Jahren stellt die *ZWL* fachliche Entwicklungen unter fokussierter Betrachtung wirtschaftlicher Aspekte vor und demonstriert damit wichtige Instrumente einer modernen Laborführung. Das ist bemerkenswert und offensichtlich erfolgreich zugleich. Gerade in den Zeiten des technologischen und wirtschaftlichen Umbruchs werden damit wichtige betriebswirtschaftliche Themen aufgegriffen. Mit Fachbeiträgen und Anwenderberichten sowie der Vorstellung von Produktneuheiten auf dem Dentalmarkt hat die *ZWL* mittlerweile einen festen Platz in den Meisterlaboren. Dieser Einblick in Labor und Forschung ist für alle Beteiligten unerlässlich.

Damit wandert der Blick im März auch wieder auf die Neu- und Weiterentwicklungen der Dentalindustrie – die auch in Krisenzeiten Innovationen entwickelt hat. Das Strukturmodell der wohnortnahen und freiberuflichen Zahnarztpraxen und zahntechnischen Meisterlabore war mit Qualität und Flexibilität Garant dafür, dass auch unter schwierigsten Verhältnissen die Versorgung mit hochwertigen dentalen Leistungen aufrechterhalten werden konnte.

Von all den Innovationen sowie den damit zusammenhängenden Verbesserungsmöglichkeiten kann sich die gesamte Branche auf der IDS in Köln ein Bild machen. Für die Partner aus Zahnarztpraxen und Meisterlaboren ist es wichtig, sich beim Gang über die Internationale Dental-Schau über die modernen Möglichkeiten von Zahnmedizin und Zahntechnik auszutauschen – zum Wohle der Patienten. Es könnte also keinen geeigneteren Ort als die IDS 2023 geben, um das eigene Laborprofil zu schärfen.

Die OEMUS MEDIA AG wird mit ihrem Magazin *ZWL* – gerade auch im Nachgang der Weltleitmesse – dazu ebenfalls wieder einen wichtigen Beitrag für Laborinhaber leisten. Zum 25-jährigen Jubiläum gratuliert der VDZI der Redaktion und dem Verlag und wünscht allen Beteiligten weiterhin einen fachmännischen und praxisorientierten Blick auf die Entwicklungen im Zahntechniker-Handwerk. Auf die nächsten 25 Jahre, die sicherlich genauso spannend werden dürften wie das vergangene Vierteljahrhundert.



Walter Winkler
VDZI-Generalsekretär
Verband Deutscher
Zahntechniker-Innungen

Infos zur
Fachgesellschaft



Mehr zum Thema gibt's **online.**

cube Zahn der Zukunft® Ästhetik ohne Kompromisse.

aesthetic-line yellow-warm

aesthetic-line blue-cold



Über 430 Zirkonoxid-Varianten für alle zahntechnischen Indikationen! Zwei Ästhetik-Linien für alle Ansprüche! Hochleistungskeramiken von Europas größtem Hersteller von dentalem Zirkonoxid. Die Qualitätsgarantie: »Made in Germany«

Beratung und Bestellung:



Aleksandra Nikoloski
T: +49 5225 86319-14
E: a.nikoloski@dentaldirekt.de



Eleni Orfanidis
T: +49 5225 86319-250
E: e.orfanidis@dentaldirekt.de



Zirkonoxid Portfolio

Besuchen Sie uns



CLOSE TO YOU

www.dentaldirekt.de

**Dental
Direkt**

DDT IM MAI ERSTMALS IN DORTMUND

Hier geht's zur
Anmeldung!



Die Veranstaltung „Digitale Dentale Technologien“ (DDT) findet am 12. und 13. Mai 2023 erstmals im Kongresszentrum Dortmund statt. Unter wissenschaftlicher Leitung von ZTM Jürgen Sieger/Herdecke und Prof. Dr. Dr. Andree Piwowarczyk/Witten ist die Veranstaltung in den vergangenen 15 Jahren eines der wichtigsten Austauschforen für die Entwicklungen der Digitalisierung in Zahntechnik und Zahnmedizin geworden. Auch 2023 gibt es wieder zahlreiche Workshops und Vorträge hochkarätiger Referenten. Die Themen reichen dabei von Digitalisierung und digitaler Transformation in der zahnärztlichen Therapie pflegebedürftiger Patienten über Wege durch den Materialschub bei Zirkonoxid in der Implantatprothetik bis hin zu Intraoralscannern und Funktionsaufzeichnung im digitalen Workflow. Darüber hinaus rücken auch subtraktive Fertigungsverfahren im Vergleich zu additiven Fertigungsverfahren am Beispiel von Schienen, Sekundärteilen bzw. Totalprothesen in den Fokus. Eine umfangreiche Industrieausstellung begleitet den Kongress an beiden Tagen. Weiterhin erscheint das *Jahrbuch Digitale Dentale Technologien* im Rahmen des Kongresses auch in einer umfassend überarbeiteten Neuauflage. Alle Teilnehmer erhalten ein kostenfreies Exemplar dieses hochwertigen Kompendiums. Wie immer gilt: Rechtzeitig anmelden! Bis zum 17. März 2023 gilt der Frühbucherrabatt für alle Anmeldungen zum Hauptkongress. Darüber hinaus gibt es einen attraktiven Teampreis für alle Labore/Praxen, bei denen Zahntechniker und Zahnärzte den Kongress gemeinsam besuchen.



Quelle: OEMUS MEDIA AG

Relaunch: Journalreihe der OEMUS MEDIA AG

Hier geht's
zum neuen
IJ!



Updates aus Wissenschaft, Praxis und Dentalmarkt – und das in vier Kernbereichen der Zahnmedizin. Seit über 25 Jahren bilden die Fachjournale der OEMUS MEDIA AG in den Bereichen Implantologie, Oralchirurgie, Prophylaxe und Endodontie den Kern des Special-Media-Interest-Bereichs. Mit dem Kick-off ins Jahr 2023 erhalten die Fachjournale nun einen neuen Anstrich. Die Inhalte bleiben dabei gewohnt hochwertig. Die überarbeitete Gestaltung der Fachjournale verdichtet geänderte Lesegewohnheiten, den Zeitgeist und die zurecht hohen Ansprüche der Leserschaft in einem neuen innovativen Layout. Auch die Titel der Journale wurden auf die jeweiligen Wortmarken „IJ“, „OJ“, „PJ“ und „EJ“ reduziert. Neben der optischen Neugestaltung bekommen die Fachjournale einen stärkeren crossmedialen Charakter. Aber was heißt eigentlich crossmedial? Ganz einfach: Anstelle einer Co-Existenz beider Publikationsbereiche „sprechen“ der Print- und Onlinesektor der OEMUS MEDIA AG rege miteinander. Beide Bereiche leben eine Verlinkung, durch die ausgewählte Inhalte vergrößert, vertieft und so aufgewertet werden. Der Mehrwert eines crossmedialen Ansatzes liegt in der Erweiterung von Qualität und Quantität zugunsten eines modernen und hochwertigen Lese- und Informationserlebnisses. Grundsätzlich gilt: Crossmedialität nutzt die Mittel unserer Zeit für einen anregenden Informationsmodus und einen vielfältigen Fachdiskurs.

IM NEUEN LOOK



Quelle: OEMUS MEDIA AG

NT-Trading verstärkt sein Vertriebsteam

Mit Andreas Abels verantwortet künftig ein echter Branchenexperte den Vertrieb und das Business Development bei NT-Trading. Er verfügt über 30 Jahre Erfahrung im dentalen Vertrieb, davon 20 Jahre im dentalen Direktvertrieb in leitender Funktion. Nachdem er seine Karriere bei der etkon AG begonnen hatte, führte ihn sein Weg über namenhafte Stationen wie Nobel Biocare, Medentika sowie NT. Nun ist er nach einer fünfjährigen Selbstständigkeit im Bereich dentaler 3D-Druck wieder zurück bei NT. „Die Entscheidung für NT ist mir leichtgefallen. Das Unternehmen war und ist schließlich ein Pionier und Meilenstein im Bereich der Digitalen Implantatprothetik. Zudem zeigt NT durch kontinuierliche Produktoptimierungen, dass die Wünsche und Bedürfnisse unserer Kunden ein großer Antrieb sind, sich miteinander weiterzuentwickeln. Jetzt stellt sich NT neu auf, und ich freue mich, als Teil des neuen Teams, auf die spannenden und herausfordernden Aufgaben im Bereich Business Development und hier insbesondere den Ausbau unseres Portfolios unter Berücksichtigung vorhandener digitaler Strukturen“, so Andreas Abels zur Übernahme seiner neuen Position bei NT.

Quelle: VDZI – Verband Deutscher Zahntechniker-Innungen

Infos zum Unternehmen



Der Vorstand freut sich auf die 51. ADT!

Das Programm zur 51. ADT-Jahrestagung ist erstellt! Zum Schwerpunktthema „Überblick gewinnen – Perspektiven entwickeln“ werden vom 8. bis 10. Juni 2023 insgesamt 30 Referenten ihr Know-how in Kurzvorträgen dem Fachpublikum aus Zahnmedizin und Zahntechnik präsentieren und zu Diskussionen im Forum und in den Pausen anregen. Sieben Workshops am Donnerstagvormittag, ein Festvortrag, die Auszeichnung mit dem ADT-Lebenswerk und die beiden Abendprogramme garantieren wieder einmal drei interessante Fortbildungstage mit viel Raum für kollegiale Gespräche und Spaß. Wie im Jahr 2022 bietet die ADT auch in diesem Jahr ein Hybrid-Format, sodass Teilnehmer vor Ort, aber auch online an der Jahrestagung teilnehmen können.

Parallel zum Vortragsprogramm präsentieren seit Jahren Nachwuchsreferenten aus Zahntechnik und Zahnmedizin, was sie für ihren Beruf brennen lässt. Bewerbungen sind noch bis 15. März möglich. Mit dem FORUM 25 sind speziell junge Menschen bis 26 Jahre aus Praxis und Labor mit Interesse am Beruf und der eigenen beruflichen Entwicklung angesprochen. Es winken ein Honorar, Sachpreise und Kontakte für die Zukunft! Das Programm, Details zum Forum 25 sowie die Anmelde-möglichkeit zur Jahrestagung finden Sie auf der Website www.adt-jahrestagung.de

Quelle: Arbeitsgemeinschaft Dentale Technologie e.V.



Der 2022 neu gewählte Vorstand freut sich auf eine erfolgreiche 51. ADT-Jahrestagung.



ZTM Udo Heymanns

Nachfolgersuche nicht um jeden Preis

Ein Interview von Alicia Hartmann

NACHFOLGERSUCHE /// Die Suche nach einem geeigneten Nachfolger ist keine leichte Aufgabe – vor allem dann, wenn man das eigene Labor und den Job mit Leidenschaft macht. So ging es auch dem ZTM Udo Heymanns aus Krefeld. Das Labor war sein Baby, deshalb war es ihm wichtig, dieses auch in gute Hände zu übergeben. Im Interview spricht Heymanns über seinen Weg in die Selbstständigkeit sowie seine lange und am Ende erfolgreiche Suche nach einem Nachfolger.

Herr Heymanns, Sie waren knapp 37 Jahre selbstständig. Wie kam es damals zu Ihrer Selbstständigkeit?

Geplant war diese ehrlich gesagt überhaupt nicht, es war damals mehr eine Notlösung. Mein Vater, seit 1956 selbstständiger ZTM, verstarb 1985 ziemlich plötzlich, was meine eigentlichen Zukunftspläne pulverisierte. Ich war damals mitten in der Meisterschule und habe dann ganz pragmatisch zusammen mit meiner Schwester entschieden, dass es ja irgendwie weitergehen muss. Aber es war ein wirklicher Kampf: Das angeschlagene Labor konnten wir nicht mehr retten, aber zusammen mit dem ehemaligen Betriebsleiter meines Vaters Ernst Märtens sowie unserem langjährigen Kunden Dr. Gerd Steiner gründeten meine Schwester und ich die Heymanns und Märtens Dental GmbH. Daraus entwickelte sich 1998 das Labor MUNDWERK, in welchem ich bis Mai 2022 Geschäftsführer war und das ich nach langer Nachfolgersuche schlussendlich an Tim Schwingenheuer abgegeben habe.

Viele Laborbesitzer finden nur schwer einen Nachfolger. Hatten Sie auch mit diesem Problem zu kämpfen?

Ich würde es mal so sagen: Einen x-beliebigen Nachfolger zu finden, ist wahrscheinlich nicht die schwerste Aufgabe. Aber jemanden zu finden, bei dem die Chemie stimmt, sich die Einstellung zum Beruf ähnelt oder vielleicht sogar die Bereitschaft da ist, die Philosophie des Labors weiterzuführen, ist eine ganz andere Aufgabe. Als Mensch, der mit Herz und Bauch entscheidet und dem Emotionen wichtig sind, war mir klar, dass eine erfolgreiche Übergabe – bei der Mitarbeiter und Kunden gleichermaßen behutsam mitgenommen werden – ein Prozess ist, der nicht von heute auf morgen funktionieren kann. Man sollte eine gemeinsame Ebene finden. Ich denke, dass uns das Gott sei Dank gut gelungen ist.

Mit Tim Schwingenheuer gelang Ihnen scheinbar ein wahrer Glücksgriff. Wie lief denn der Prozess der Nachfolgersuche konkret ab?

Jeder Selbstständige sieht sich irgendwann mit dem Thema Nachfolge konfrontiert. Mein Labor war irgendwie schon immer mein Baby, deshalb war es mir wichtig, es zum Ende meiner beruflichen Laufbahn in die richtigen Hände zu übergeben und nicht einfach nur abschlie-

ßen zu müssen – schließlich hängen an einer solchen Entscheidung auch immer die Existenzen der Mitarbeiter und der Fortbestand langjähriger Geschäftsbeziehungen. Setzt man sich mit dieser Frage auseinander, gibt es verschiedene Möglichkeiten: familiäre Nachfolge, laborinterne Übernahme, ein Investor oder auch ein externer ZTM, der sich selbstständig machen möchte oder sein Geschäft erweitern will. Auch wenn eines meiner Kinder – mein Sohn Bastian als Zahntechnikermeister – in der Dentalindustrie arbeitet, kam für ihn eine Selbstständigkeit von Anfang an nicht infrage. Und auch die Rekrutierung aus den eigenen Reihen, die am Anfang Erfolg versprechend schien, sollte leider erfolglos bleiben. Für den einen war eine Selbstständigkeit nichts und bei einem anderen potenziellen Kandidaten kamen unseren Plänen private Veränderungen in die Quere. Ich hatte zwar auch das Angebot eines Investors, aber ich wollte und konnte mein Labor nicht an jemanden abgeben, für den ausschließlich Zahlen wichtig sind. Um mehr über mögliche Alternativen zu erfahren, besuchte ich einige Veranstaltungen von Handwerkskammer und Innung und landete schlussendlich bei Michael Knittel von der Zahntechniker-Innung Düsseldorf. Über die Laborbörse – ein Art Speeddating für Laborinhaber – wurde mir ein möglicher Kandidat vorgeschlagen. Dieser Jemand war dann Tim Schwingenheuer, Laborinhaber aus Kleve. Innerhalb einer Woche hatten wir bereits mehrfach telefo-

niert, und auch sein erster Besuch in Krefeld dauerte nicht lange. Damit haben wir den Grundstein unserer Geschäftsbeziehung gelegt und auch der einer guten Freundschaft.

Nachdem Sie nun einen Nachfolger gefunden hatten, folgte die Vorbereitung einer erfolgreichen Laborübergabe. Wie sind Sie diese angegangen?

Tim war bereits lange vor unserem Kennenlernen Geschäftsführer in seinem Labor Ergolab und suchte nach einem weiteren Standort auf der Niederrhein-Achse, um logistisch günstiger aufgestellt zu sein. Wichtig waren uns deshalb vor allem die Synergieeffekte: Wir wollten sehen, ob beide Labore und die Art und Weise der Laborführung zusammenpassen. Unserer Meinung nach hätte es – gerade auch für die Mitarbeiter und Kunden – wenig Sinn gehabt, ein funktionierendes Konzept komplett einzustampfen. Wir haben uns deshalb bewusst dafür entschieden, ein Jahr als eine Art Laborgemeinschaft zusammenzuarbeiten und in dieser Zeit Schritt für Schritt ein gemeinsames Konzept zu entwickeln, bevor wir dann den Verkauf und damit auch die Über-



**DREI GENERATIONEN
ZAHNTECHNIKERMEISTER**

1957

Heinz Heymanns

1986

Udo Heymanns

2017

Bastian Heymanns

Fotos: © Udo Heymanns





gabe vorbereitet haben. Zur Firmenbewertung und Vorbereitung des Kaufvertrages haben wir uns die Unterstützung des Düsseldorfer Unternehmensberaters Tobias Polka geholt, den ich eher durch Zufall in einem Krefelder Stadtmagazin entdeckt habe. Auch hier stimmte die Chemie vom ersten Moment an und wir haben in entspannter Dreierkonstellation die Übergabe vorbereitet. Tim und ich waren uns dann sehr schnell einig und haben den Vertrag per Handschlag besiegelt. Schlussendlich habe ich das Labor zum 31.12.2019 abgegeben, war aber bis zum 31.05.2022 noch als Geschäftsführer involviert. So konnte ich mich zweieinhalb Jahre Schritt für Schritt zurückziehen und den neuen Geschäftsführer Arne Jacob mit einer erweiterten Führungskrew einarbeiten. Für mich war am Ende so der Ausstieg leichter, und auch den Mitarbeitenden und Kunden konnten wir so einen fließenden Übergang ermöglichen.

Haben Sie vielleicht auch noch Kontakt zum jetzigen Besitzer? Stehen Sie im Austausch?

Aber klar. Wir haben ein sehr gutes Verhältnis und tauschen uns regelmäßig aus. Trotzdem habe ich mir nach meinem Ausscheiden im Mai 2022 eine Auszeit genommen und bin für einen Monat nach Holland gefahren. Ich wollte bewusst Abstand gewinnen, um in meinem neuen Alltag anzukommen. Natürlich war es gerade am Anfang komisch, nicht regelmäßig Nachrichten aus dem Labor zu bekommen – aber genau darum hatte ich ja auch gebeten. Ich habe es aber nie bereut, das Labor abge-

geben zu haben, bin gerne im Ruhestand und genieße die Dinge, für die ich vor Jahren nur wenig Zeit erübrigen konnte. Trotzdem ist es anders, denn gerade die Arbeit im Labor hat einen großen Teil meiner täglichen sozialen Kontakte ausgemacht. Da muss man sich erst mal dran gewöhnen. Ich bin aber weiterhin an beiden Standorten in beratender Funktion tätig. Dabei geht es in erster Linie um Teambuilding, Motivation und Coaching. Als ehemaliger Mannschaftssportler macht es mir großen Spaß, mich auf dieser Ebene mit den Mitarbeitern auszutauschen. Aber das ist alles nichts Verpflichtendes. Sollte ich irgendwann keine Lust mehr haben, kann ich mich jederzeit zurückziehen. Tim Schwingenheuer hat mittlerweile die Standorte in Kleve und Krefeld zur MUNDWERK-Dentalgruppe zusammengefasst – das ehrt mich natürlich und ist auch eine deutliche Wertschätzung unserer Zusammenarbeit.

Welche Tipps können Sie Laborinhabern geben, die auch zeitnah die Abgabe ihres Labors anstreben?

Am wichtigsten ist, dass man sich mit dem Thema Nachfolge frühzeitig auseinandersetzen sollte. Das Finden eines geeigneten Nachfolgers funktioniert in der Regel nicht von heute auf morgen und ist ein Prozess, der sich Monate oder auch Jahre hinziehen kann. Ich denke, man sollte sich spätestens mit Mitte 50 Gedanken machen, wo die Reise hingehen soll. Aus meiner eigenen Erfahrung kann ich auch Angebote und Veranstaltungen der Handwerkskammer und der Innungen empfehlen. Verlieren kann man dabei auf jeden Fall nichts – wenn man vielleicht nicht direkt einen Nachfolger findet, kann beispielsweise auch der Austausch mit anderen „Betroffenen“ ein Gewinn sein. So wird man vielleicht auf bestimmte Stellschrauben aufmerksam, die den Prozess vorantreiben können. Hat man dann einen passenden Nachfolger gefunden, sollte man die Dauer der Vertragsverhandlungen und der Übergabe nicht unterschätzen – das braucht einfach seine Zeit. Vom ersten Kontakt bis zum schlussendlichen Verkauf dauerte es bei uns beispielsweise knapp zweieinhalb Jahre. Problematisch kann sein, dass viele Betriebe, die auf das Karriereende der Inhaber zugehen, salopp gesagt, ziemlich abgerockt sind. Oft wurde jahrelang nicht mehr in das Labor investiert, Kunden und Mitarbeiterstruktur stimmen nicht mehr, was schnell dazu führen kann, dass Realität und Wunschvorstellung bei der Kaufpreisgestaltung einfach nicht übereinstimmen können. Ich glaube, dass es wesentlich leichter ist, einen passenden Nachfolger zu finden, wenn das Labor in allen Bereichen noch gut aufgestellt ist, also jung, frisch und aktuell gehalten wird.

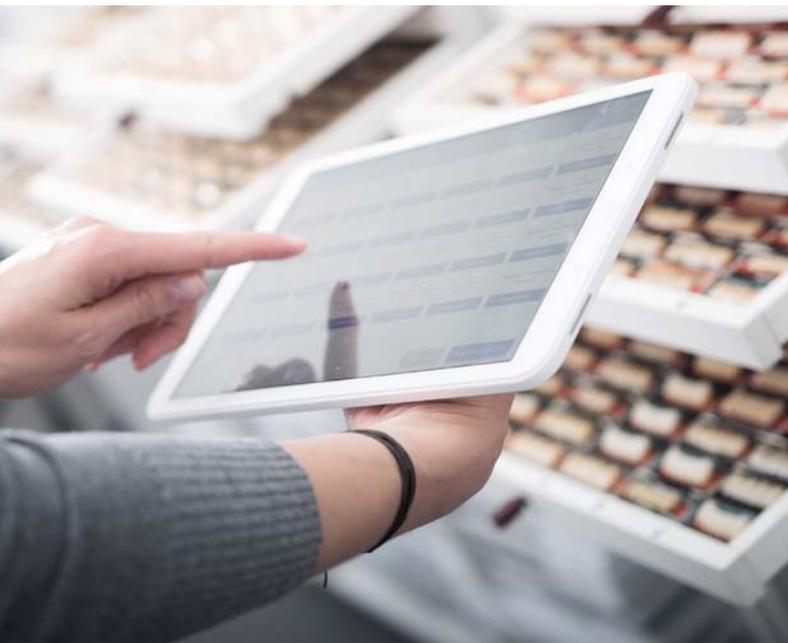
INFORMATION ///

ZTM Udo Heymanns, www.mundwerk-dentalgruppe.de

SMARTLAB

Die **APP** für Ihr Dentallabor

Digitale Zahnlagerpflege per App – zeitsparend und zuverlässig



- ✓ Automatisierte Bestandsführung und Bestellassistent
- ✓ Integrierte Zahnlagerstatistik
- ✓ Sendungsverfolgung

Lassen Sie sich auf unserem Messestand beraten und überzeugen Sie sich selbst!



Jetzt kostenlos downloaden:
smartlab.dt-shop.com



Besuchen Sie
uns auf der IDS

14.-18.03.2023 | Halle 11.3 | Stand J50 – K59

— IDS Messeaktion **2023** —

**COMING
SOON**



Gültig 13.03.2023 – 21.03.2023

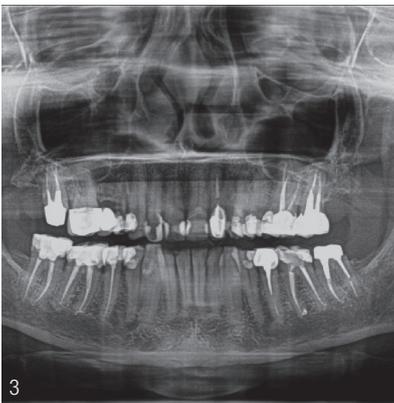
Profitieren Sie von sensationellen Rabatten und sparen Sie bis zu

45%

Moderne Zahntechnik: Funktionell und ästhetisch

Ein Beitrag von ZT Michał Nytko und ZÄ Jolanda Nytko

FOTOREPORTAGE /// In der modernen Zahnmedizin und auch in der Gesellschaft nimmt eine ästhetisch ansprechende Zahnreihe eine immer größere Bedeutung ein. Trotz aller ästhetischer Anforderungen darf aber auch die Funktionalität der Restauration nicht vernachlässigt werden. Die folgende Fotoreportage verbildlicht eine solche gleichermaßen ästhetische wie auch funktionelle Rekonstruktion unter Nutzung der verblendeten Zirkonoxidkappchen der Firma Sagemax.

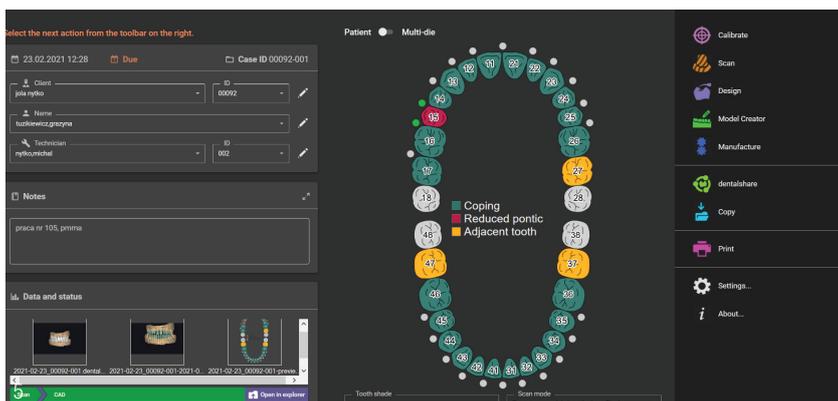


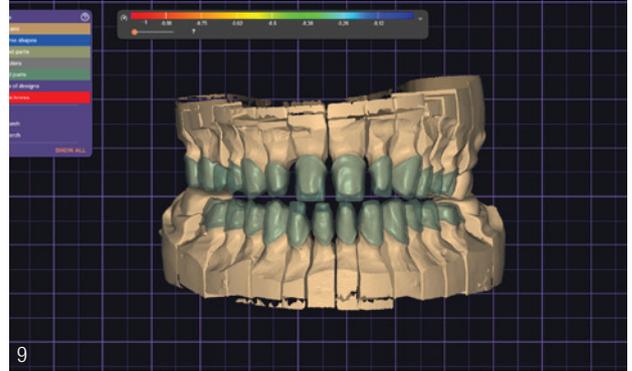
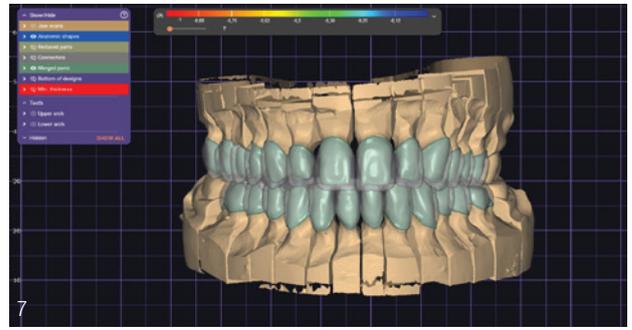
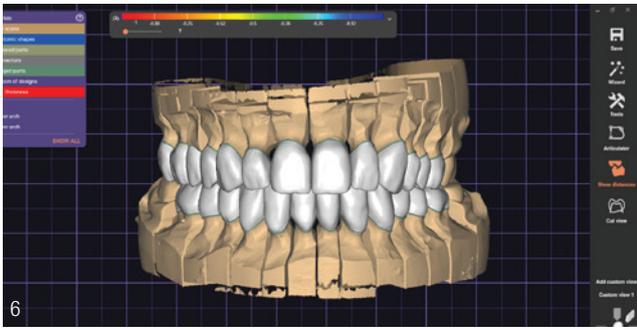
Gerade im ästhetischen Kontext kommen Patienten oft mit konkreten Vorstellungen auf ihren Zahnarzt zu, die dann durch den Zahntechniker umgesetzt werden müssen. Trotz konkreter Vorstellungen haben Patienten aber aufgrund des Zustands ihrer Zähne häufig keine besonders hohen Erwartungen. Sie wünschen sich lediglich eine funktionelle Wiederherstellung und eine optische Verbesserung. Der Überraschungseffekt am Ende der Behandlung, wenn die Vorher-Nachher-Bilder eine schier unglaubliche Veränderung belegen, hat schon mehr als einmal zu Freudentränen geführt.

Fallbeispiel

Bei einer Rekonstruktion sind die Faktoren Ästhetik und Funktionalität gleichermaßen wichtig – das zeigt auch der folgende Patientenfall. Im Rahmen der Anamnese und Beratung wurden Porträtfotos der Patientin gemacht, ein CT durchgeführt und eine intraorale Aufnahme angefertigt (Abb. 1–4). Die gesamte Behandlung inklusive aller notwendigen Anpassungen konnte innerhalb von vier Sitzungen abgewickelt werden. Die Patientin machte bereits mit Beginn der Behandlung deutlich, dass sie eine radikale Veränderung wünschte. Um diese umzusetzen, wurde sich an den ästhetischen Vorstellungen der Patientin orientiert, welche auch die Farbauswahl der Restauration einschließen. Die Patientin entschied sich für die Farbe Bleach 3.

Nach der Präparation erfolgte die Abformung, auf deren Grundlage ein Arbeitsmodell erstellt





wurde. Das Modell wurde anschließend mit dem Laborscanner erfasst. Nach Eingabe der Daten in das DentalDB-Modul der exocad-Software und dem Scannen des Modells wurden zunächst die Restaurationen vollanatomisch designt. Mithilfe der intraoralen Aufnahme konnten die Okklusion und der Zustand vor der Präparation dokumentiert werden (Abb. 5–7). Das Provisorium wurde aus der Sagemax PMMA Disc Multi gefertigt.

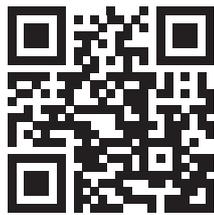
Im Rahmen des nächsten Termins konnten das PMMA-Modell eingesetzt und die Form, Horizontal- und Mittellinie sowie die Okklusion geprüft werden (Abb. 8).

Im dritten Behandlungstermin wurde die Konstruktion aus Sagemax Zirkon NexxZr T gefertigt (Abb. 9), die ebenfalls korrekt angepasst werden musste (Abb. 10). Nach Überprüfung der Angaben der Patientin wurden die Verblendungen von Maciej Nytko mit Keramik in der Farbe Bleach 3 geschichtet.

Vor dem Finieren und Glasieren wurden die Verblendungen im Mund der Patientin anprobiert (Abb. 11).

Beim Abschlusstermin wurden noch einmal mehrere Fotos angefertigt (Abb. 12). Mit der Behandlung konnte eine gleichermaßen ästhetische wie funktionale Rekonstruktion gefertigt werden, mit welcher sowohl die Patientin als auch die Behandlerin sehr zufrieden waren.

Noch nicht sattgesehen?



Hier gibt's mehr **Bilder.**



INFORMATION ///

ZT Michał Nytko und ZÄ Jolanda Nytko
Instagram: @michal.nytko, Facebook: Michal Nytko

Infos zu Sagemax





Mehr zum Thema gibt's **online.**

Thüringer Zahntechniker und Zahnmediziner unter einem Dach

Ein Beitrag von Janine Conzato

EVENT /// Nach vier Jahren Pause trafen sich am 25. und 26. November 2022 Thüringer Zahntechniker, Zahnärzte und Zahnmedizinische Fachangestellte auf der Messe Erfurt zum mittlerweile 14. Thüringer Zahntechnikertag bzw. 15. Thüringer Zahnärztetag. Die Veranstalter boten den Teilnehmern interessante Vorträge, den Austausch mit Kollegen sowie die Möglichkeit, neuste Produkte näher in Augenschein zu nehmen.

Nach der Corona-Zwangspause kommen Zahn-techniker, Zahnmediziner und zahnmedizinisches Fachpersonal in der Messehalle in Erfurt wieder zusammen. (© OEMUS MEDIA AG)

Die Zahntechniker-Innung lud gemeinsam mit der Landes Zahnärztekammer Thüringen Berufskollegen und Interessierte sowie die Auszubildenden aller Jahrgänge zum 14. Thüringer Zahntechnikertag bzw. 15. Thüringer Zahnärztetag in die Messehalle nach Erfurt ein. Der Freitag stand in Form eines „Azubi-Tages“ für die Zahntechnik ganz im Sinne der Ausbildung. Hier wurde u. a. von ZTM Jochen Peters in einem spannenden Vortrag mit Live-Demo das Interesse der Auszubildenden an der Digitalisierung in der Zahn-technik geweckt. Moderiert wurde das Programm von ZTM Maxi Grüttner und ZTM Marko Zelmer.

Technologischer Fortschritt als verlässliches Konzept

Die Tagungsleitung für das wissenschaftliche zahntechnische Programm wurde von ZTM Siegbert Witkowski vom Uniklinikum in Freiburg im Breisgau und dem neu ins Amt gewählten Obermeister Jens Hochheim von der Zahntechniker-Innung Thüringen übernommen. Das Tagungsthema lautete „Verlässliche Konzepte finden!“. Auf den ersten Blick ein sehr allgemeingültiger und griffiger Titel, auf den zweiten Blick versteht man jedoch die Berechtigung, denn auf die Labore kommen immer mehr technische und digitale Entwicklungen zu – gerade in der Zukunft werden diese eher mehr als weniger werden. Die Referenten widmeten sich diesem Thema aus unterschiedlichen Blickwinkeln. Den Anfang machte ZT Kai Franke, der sich um das anspruchsvolle Thema des zahnlosen Patienten kümmerte und seine Erfahrungen dem Publikum darlegte. Darauf

folgte ein aktuelles Trendthema: der 3D-Druck. ZTM Tim Eisenmann konnte hier aus seinem Alltag im Labor und Druckzentrum berichten. Die Werkstoffwissenschaftlerin Dr. Dipl.-Ing. Christin Arnoldt gab einen Überblick über die Bioverträglichkeit und aktuelle Werkstoffe und ermöglichte den Teilnehmern, die neuen und die bewährten Materialien zu beurteilen und zu vergleichen. Ein Highlight der Ästhetik und Vollkeramik präsentierte ZTM Andreas Piorreck.

Dentalausstellung zum Anfassen und Ausprobieren

Über 70 Aussteller präsentierten in der Dentalausstellung neueste Produkte und Angebote und standen den zahlreichen Besuchern beratend und unterstützend zur Seite. Ein besonderes zahntechnisches Highlight: die Aktionsfläche „Digitaler Workflow“ der Zahntechniker-Innung. Dort demonstrierte ZTM Jochen Peters am Freitag live, wie eine Kauffläche Stück für Stück entsteht. An beiden Messetagen wurde zudem alles vom digitalen Workflow bis zur voll gefrästen Teleskopkrone ausgestellt. Festgehalten werden konnte diese in einer speziell aufgestellten Fotobox – mit einer Auswahl verschiedener Hintergründe konnten unvergessliche Erinnerungsbilder geschossen werden.

INFORMATION ///

Zahntechniker-Innung Thüringen, info@zahntechnik-th.de

DIGITALE DENTALE TECHNOLOGIEN

**ABFORMUNG UND
FUNKTIONSAUFZEICHNUNG
IM DIGITALEN WORKFLOW**

**12./13. MAI 2023
DORTMUND**



JETZT finanzielle Freiräume schaffen

LVG-Dental-Factoring ist eine Finanzdienstleistung, die Dentallaboren entscheidende Vorteile verschafft. Eine laufende Forderungsfinanzierung schafft Liquidität und einen flexiblen Finanzspielraum, z.B. für geplante Investitionen oder um Verbindlichkeiten abzubauen. Den Kunden können Zahlungsziele gewährt werden, damit diese beim Ausgleich der Laborrechnung nicht in finanzielle Vorlage treten müssen. Als erstes Unternehmen, das bereits seit 1983 Factoring für Dentallabore anbietet, verfügt LVG sowohl über das feine Gespür für sensible Kundenbeziehungen als auch über die Kompetenz eines finanzstarken Partners. Eine zuverlässige Finanzierung der bestehenden Außenstände und der laufenden Forderungen bietet den Kunden Sicherheit und finanzielle Freiräume. Doch wie funktioniert Factoring? Der Finanzdienstleister übernimmt die Forderungen und zahlt stellvertretend für die Kunden des Labors die Rechnungswerte aus. Im Falle von LVG innerhalb von 24 Stunden und bis zu 100 Prozent. Zudem übernimmt LVG das Ausfallrisiko, wobei die Kosten in der Regel unterhalb der vom Labor gewährten Skontosätze liegen. Ein weiterer Vorteil: LVG leistet zwischenmonatliche Zahlungen auf künftig anzukaufende Sammelaufstellungen. Das „Rundum-sorglos-Paket“ der LVG kann unverbindlich sechs Monate lang getestet werden.

L.V.G. Labor-Verrechnungs-Gesellschaft mbH • www.lvg.de



Rapid Shape GmbH
info@rapidshape.de • www.rapidshape.de

AUTOMATISIERUNG IM 3D-DRUCK

Die additive Fertigung ist ideal für die Herstellung von Kunststoffmodellen für zahnmedizinische Indikationen. Dazu gehören ein hocheffizientes 3D-Rapid-Prototyping und die Fertigung mit ultrafeiner Auflösung. Rapid Shape, deutscher Hersteller von hochwertigen 3D-Druckern zur professionellen Anwendung, nutzt für seine 3D-Drucker das Digital Light Processing (DLP). Nur mit dieser Technologie können hochauflösende Teile über eine lange Zeit wiederholgenau gedruckt werden. Das Handling bleibt dabei überschaubar und das System preiswert.

3D-Druck in allen Dimensionen

Bei der Entwicklung seiner 3D-Drucker denkt das Unternehmen in allen Dimensionen. Der Anwender kann je nach Bedarf das kleine Modell D20+, das kompakte Modell D30+ oder den vollautomatischen 3D-Drucker D50+ wählen. Am Ende erhält er perfekt aufeinander abgestimmte Geräte für einen optimalen validierten Workflow. Mit dem großen Volumen und der automatischen Abtrenneinheit (ASM) des 3D-Druckers D50+ von Rapid Shape können täglich sehr hohe Stückzahlen erreicht werden. Druckteile werden von der Bauplattform automatisch getrennt und in einem Korb gesammelt. Der nächste Druckauftrag wird umgehend gestartet.

Produktpräsentation auf internationaler Ebene

2023 präsentiert Rapid Shape seine 3D-Drucker dem internationalen Publikum. Gelegenheiten bieten sich beim LMT Lab Day Chicago im Februar, im März auf der Messe IDS in Köln oder im Juli beim AM Forum in Berlin. Das Team ist gern bereit, Interessierten die zahlreichen Highlights der Geräte vorzustellen.

Neue Sinteröfen mit Technologie, Design und Komfort



Basierend auf jahrzehntelanger Erfahrung am internationalen Dentalmarkt stellen die neuen Sinteröfen von Ugin Dentaire die ideale Kombination aus Technologie, Design und Komfort dar. Der e.ON SINTER fast zeichnet sich durch ein neues, intelligentes und kompaktes Design aus und ist mit der neuesten Technologie ausgestattet. Mit einem einzigen Stab aus MoSi_2 in Kombination sowie einer Muffel und einem Tiegel mit geringer thermischer Trägheit ermöglicht der e.ON SINTER fast das Sintern von bis zu fünf einzelnen Einheiten in nur 90 Minuten. Der e.ON SINTER fast+ geht noch einen Schritt weiter und bietet die Möglichkeit, bis zu 20 Einzelteile in nur einer Stunde zu sintern. Mit zwei stapelbaren Tablett, die bis zu 40 Einheiten aufnehmen können, garantiert der Ofen hohe Leistungen und Produktionskapazitäten. Beide Öfen sind mit einem großen Farbtouchscreen, einer Windows-Software und 40 kostenlosen Programmen ausgestattet und gelten als hochmoderne Maschinen, die die Produktionszeit in Dentallaboren verkürzen und Zahnkliniken die Möglichkeit geben, Patienten sofort zu behandeln.

Ugin' Dentaire • www.ugindentaire.fr/en



© Ugin' Dentaire

Composite sind nicht nur Füllungsmaterial

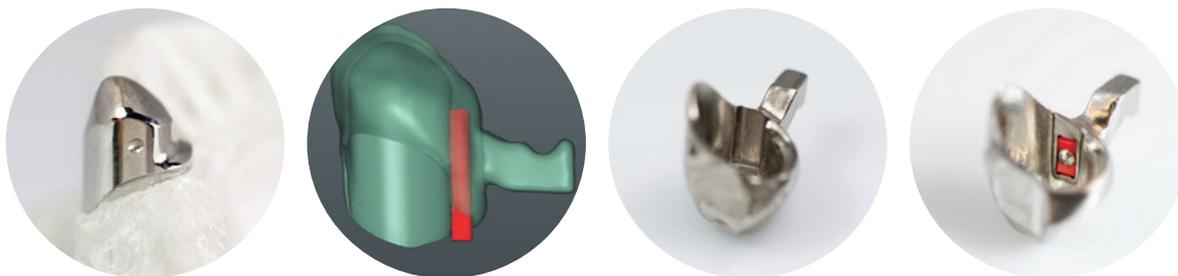
Composite eignen sich längst nicht mehr nur als Füllungsmaterial: Auch in der CAD/CAM-Prothetik sind sie fest etabliert und sorgen für erstklassigen Zahnersatz. Neben dem exzellenten Material ist ebenso das Fräsgerät entscheidend für das optimale Ergebnis. Dank einer neuen Kooperation zwischen dem Dentalhersteller VOCO und der Amann Girrbach AG, dem Full-Service-Anbieter für dentale CAD/CAM-Technologie, ist es nun möglich, das nanokeramische Hybrid-Material Grandio disc in den Fräsgeräten Ceramill Matik und Ceramill Motion mit einer eigens validierten Frässtrategie zu nutzen. Material und Fräsgeräte sind ideal aufeinander abgestimmt, was in einem aufwendigen mehrstufigen Prozess ausgearbeitet wurde. Hier wurden alle entscheidenden Parameter intensiv geprüft: von der generellen Umsetzbarkeit über die Materialvalidierung bis zur Integration. Somit pflegen VOCO und Amann Girrbach mit der Gold-Partnerschaft die anspruchsvollste Kooperation. Besonders praktisch: Grandio disc ist sowohl in der CAD-Software (Ceramill Mind) aufgeführt als auch als Frässtrategie auf den Geräten bei Amann Girrbach enthalten. Dank eines Füllstoffgehalts von 86 Gew.-% punktet Grandio disc mit einer überdurchschnittlichen Materialfestigkeit. Auch weist die Biegefestigkeit Werte auf, wie sie sonst nur bei Silikat-Keramiken erreicht werden. Das Material ist sehr fein fräsbearbeitbar und lässt sich leicht polieren, sodass die Versorgung sowohl optimal passt als auch hohen ästhetischen Ansprüchen entspricht.



Infos zum Unternehmen



VOCO GmbH
www.voco.dental



Neue Wege in der digitalen Zahntechnik

Während der letzten Jahre haben wir intensiv daran gearbeitet, eine für die digitale CAD/CAM-Fertigung optimierte Version unseres bewährten TK-Snap Systems zu entwickeln. Heute können wir Ihnen einen wahren Garant der Sicherheit für Ihre Doppelkronen im digitalen Workflow an die Hand geben, ganz im Sinne der bewährten Si-tec Qualität. Nicht ohne Grund steht heutzutage der Firmenname in der Dentalbranche für „Sichere Technik“. Das TK-Snap System wurde seit Einführung Anfang der 1990er-Jahre millionenfach erfolgreich verbaut. Laborseits überzeugt die einfache Herstellung der Prothese mit Spielpassung. Patienten schätzen die Gewissheit des korrekten Eingliederns der Prothese durch den hörbaren „Klick“ und der Zahnarzt den einfachen, schnellen und kostengünstigen Austausch des konfektionierten Retentionselementes.

Was heißt das für Sie?

Die Verarbeitung im digitalen Workflow gestaltet sich entscheidend einfacher als in der analogen Fertigung. Ein standardisierter 1 mm Torusfräser reicht, um die Aufnahme für die weiterentwickelten CoCr-Sekundärteile passgenau auszufräsen. Das Sekundärteil erhält eine leichtgängige, aber zugleich definierte Passung. Diese leichtgängige Passung erspart Ihnen Zeit, Mühe und aufwendiges Nacharbeiten in der Fertigung und Eingliederung der Doppelkronenversorgung. Die Funktion und damit die Nachhaltigkeit der Arbeit ist über viele Jahre stabil und gesichert. Alle Funktionsteile des TK-Snap Systems aus der analogen Fertigung sind kompatibel mit dem neuen, für die digitale CAD/CAM-Fertigung optimierten Sekundärteil und sorgen somit bei Behandler, Labor und Patient für Zufriedenheit. TK-Snap Digital – ab sofort für Ihren digitalen Workflow.

Si-tec GmbH • info@si-tec.de • www.si-tec.de

SÄGEMODELLE AUS DEM 3D-DRUCKER



Mit dem neuen CAD-Modelbuilder Magic® Model 3D und dem Modellsystem 2000® EvoPrint von Baumann Dental ist es möglich, innerhalb weniger Minuten druckfähige Sägemodelle zu generieren. „Mit der neuen Produktlinie Magic® EvoPrint, verwirklichen wir den Traum vieler Zahntechniker, auch bei aus Intraoralscans erzeugten Daten, endlich wieder auf echten Sägeschnittmodellen zu arbeiten und diese vernünftig einzuartikulieren“, meint Wolfgang Dawedeit, Geschäftsführer bei Baumann Dental. Der intuitive, Wizard-gestützte Workflow von Magic Model 3D, macht das Generieren von Sägemodellen extrem komfortabel und schnell. Der Prozess des Modelldesigns kann aus dem üblichen Konstruktionsprozess für Zahnersatz ausgegliedert und auf Wunsch an einem anderen Arbeitsplatz erledigt werden.



Die Anwendung der Software ist dabei so einfach, dass der Workflow innerhalb von ein bis zwei Stunden erlernt werden kann. Das neue, zum System gehörende EvoPrint Modellsystem ist eine für den 3D-Druck optimierte Weiterentwicklung des bewährten Modellsystem 2000®. Die gedruckten Zahnkränze werden nach dem Post-Processing auf die Basisplatten aufgesetzt. Mit dem integrierten Splitcast können die Modelle anschließend problemlos einartikuliert werden. Grundvoraussetzung für die erfolgreiche Herstellung von Sägemodellen ist ein gut kalibrierter geeigneter 3D-Drucker. Da das System bereits mit vielen Druckern und Materialien erfolgreich getestet wurde, hilft das Team von Baumann Dental gerne mit kompetenter Beratung weiter.

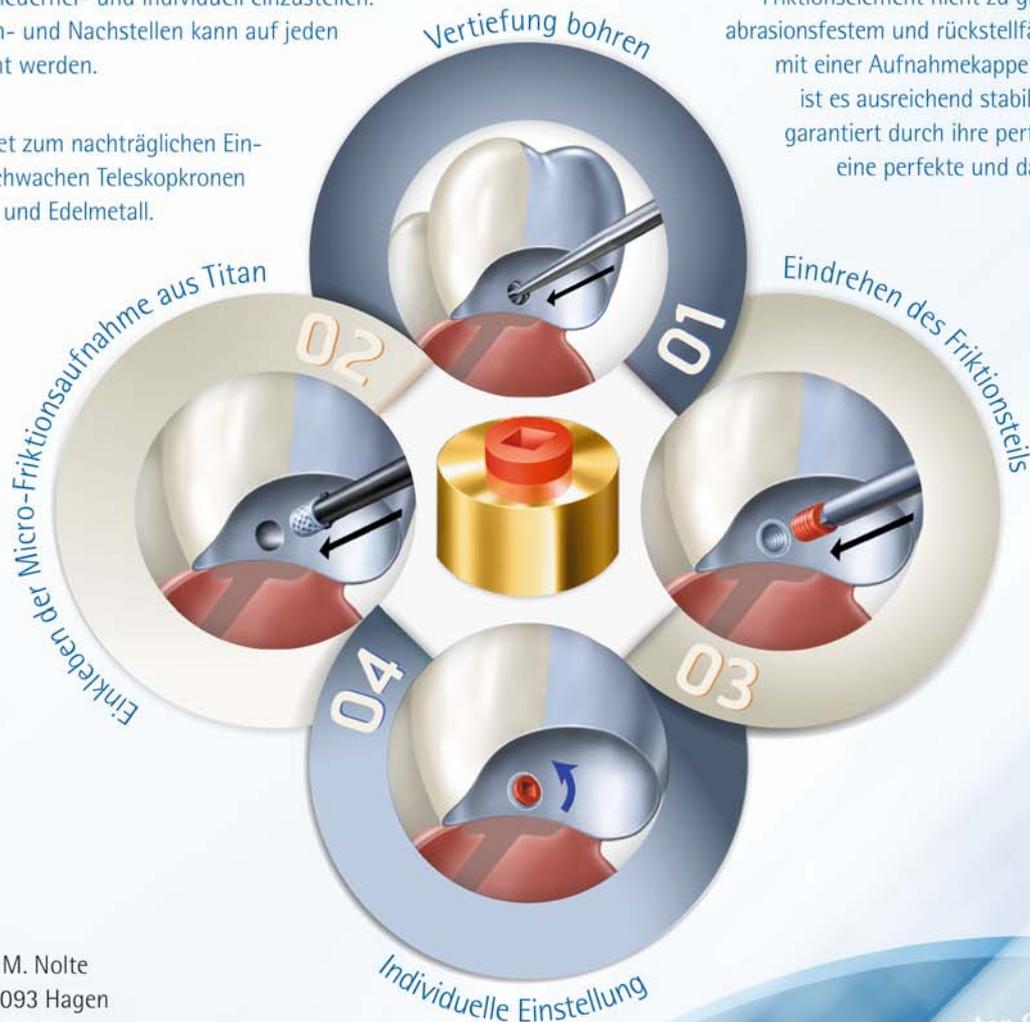
Baumann Dental GmbH • www.baumann-dental.de

FRISOFT – FÜR EINE PERFEKTE FRIKTION

Mit **Frisoft** haben Sie die Möglichkeit, die Friktion bei Teleskopkronen wiederher- und individuell einzustellen. Das stufenlose Ein- und Nachstellen kann auf jeden Pfeiler abgestimmt werden.

Frisoft ist geeignet zum nachträglichen Einbau bei friktionsschwachen Teleskopkronen für NEM, Galvano und Edelmetall.

Mit einem Durchmesser von nur 1,4 mm ist das Friktionselement nicht zu groß, und da es aus abrasionsfestem und rückstellfähigem Kunststoff mit einer Aufnahmekappe aus Titan besteht, ist es ausreichend stabil. Die Konstruktion garantiert durch ihre perfekte Abstimmung eine perfekte und dauerhafte Friktion.



microtec  Inh. M. Nolte
Rohrstr. 14  58093 Hagen
Tel.: +49 (0)2331 8081-0
Fax: +49 (0)2331 8081-18
info@microtec-dental.de
www.microtec-dental.de

Weitere Informationen kostenlos unter 0800 880 4 880



VERKAUF DES STARTERSETS NUR EINMAL PRO PRAXIS / LABOR

Bitte senden Sie mir kostenloses Infomaterial

Hiermit bestelle ich das Frisoft Starter-Set zum Preis von 196€* bestehend aus:

- 6 Friktionselemente (Kunststoff)
- 6 Micro-Friktionsaufnahmekappen (Titan)
- + Werkzeug (ohne Attachmentkleber)

Stempel

per Fax an +49 (0)2331 8081-18



MAGIC[®]

wir
machen
DRUCK

CAD-software
Modellsystem
Resin
3D DRUCKER
POST-PROCESSING

Baumann Dental GmbH
Remchingen-Deutschland
Fon: +49 7232 732180
www.baumann-dental.de

