



Designpreis 2015

„Deutschlands schönste Zahnarztpraxis“ wieder gesucht

WIR VERDERBEN  
IHM NUR UNGERN  
DIE SHOW!

www.designpreis.org  
Bis zum Oktober 1. Juli 2015

Homepage  
Designpreis

DESIGNPREIS  
Deutschlands 2015  
schönste  
Zahnarztpraxis

Wir verderben ihm nur ungern die Show – warum tun Sie es nicht einfach? Die Redaktion der ZWP Zahnarzt Wirtschaft Praxis freut sich auf Innovation und Kreation, Architektur und Design, denn der Wettbewerb um „Deutschlands schönste Zahnarztpraxis“ geht in eine neue Runde! Sie sind Praxisinhaber, Architekt, Designer, Möbelhersteller oder Dental-depot? Dann zeigen Sie, was Sie haben: Die Zahnarztpraxis mit einer besonderen Architektursprache, mit dem perfekten Zusammenspiel von Farbe, Form, Licht und Material. Überzeugen Sie mit Ideen und Stil. Präsentieren Sie sich, am besten im Licht eines professionellen Fotografen.

„Deutschlands schönste Zahnarztpraxis“ 2015 erhält eine exklusive 360grad-Praxistour der OEMUS MEDIA AG für den modernen Webauftritt. Der virtuelle Rundgang bietet per Mausklick die einzigartige Chance, Räumlichkeiten,

Praxisteam und -kompetenzen informativ, kompakt und unterhaltsam vorzustellen, aus jeder Perspektive. Die 360grad-Praxistour ist bequem abrufbar mit allen PCs, Smartphones und Tablets, browserunabhängig und von überall. Unter [www.360grad.oemus.com](http://www.360grad.oemus.com) gibt es weitere Informationen. Einsendeschluss für den diesjährigen ZWP Designpreis ist am 1. Juli 2015. Die Teilnahmebedingungen und -unterlagen sowie alle Bewerber der vergangenen Jahre finden Sie auf [www.designpreis.org](http://www.designpreis.org). Wann bewerben auch Sie sich? Wir freuen uns darauf.

Information und Bewerbung:  
**OEMUS MEDIA AG**  
**Stichwort: ZWP Designpreis 2015**  
 Holbeinstr. 29, 04229 Leipzig  
 Tel.: 0341 48474-120  
[zwp-redaktion@oemus-media.de](mailto:zwp-redaktion@oemus-media.de)  
[www.oemus.com](http://www.oemus.com) | [www.designpreis.org](http://www.designpreis.org)

Zahnaufhellung im Kosmetikstudio und beim Friseur

## „Waschen, schneiden, föhnen und ein Bleaching bitte“

In Großbritannien bieten sogenannte Kosmetiker, ohne jegliche zahnärztliche Qualifikationen, bei Friseuren und lokalen Kliniken Bleaching für nur 50 Pfund (etwa 68 Euro) an. Der Kunde spart dabei zwar (eine professionelle Behandlung kostet um die 220 Pfund [etwa 300 Euro]), geht aber gleichzeitig ein großes Risiko ein, denn die eigentliche Prozedur wird ihm überlassen. Kommt der Laser zum Einsatz, ist der Patient daran, ihn einzusetzen. Folgen davon können Bläschenbildung, Laserverbrennungen oder Krankenhausaufenthalte sein, wenn das Bleichmittel verschluckt wird.



Das Geschäft mit den weißen Zähnen ist im United Kingdom mittlerweile zu einem „Ein-Milliard-

den-Pfund-Business“ geworden. Aus diesem Grund strömen immer mehr Bleacher in den Markt, die ihr „Können“ in einem sechsstündigen Kurs für 699 Pfund (rund 940 Euro) zum Beispiel am Impression Teeth Whitening's Centre in Sheffield unter Leitung von Alia Taha erlernen. Im Paket enthalten: ein Laser, Schutzbrillen, zehn Behandlungskits und ein Kundenfragebogen, der von Details zur Behandlung selbst ablenken soll. Taha weiß um die Gefahren dieser Bleachings und entgeht durch das eigene Handanlegen seiner Kunden Strafen in Höhe von rund 10.000 Pfund (etwa 13.500 Euro). Jährlich gibt es mehr als 1.600 Beschwerden wegen verpfuschter oder minderwertiger Bleachingbehandlungen, die unter Leitung unqualifizierter Kosmetiker stattfinden.

Quelle: ZWP online

ZWP online-Newsletter

## Neues Design für bewährten Inhalt

Neben einer optischen Frischekur setzt das bewährte ZWP online-Newsletterportfolio ab sofort auf responsives Design. Mit dieser technischen Anpassung reagiert man auf das veränderte Leserverhalten der zahnärztlichen Leserschaft besonders in Bezug auf die verstärkte Nutzung von mobilen Geräten wie Smartphones, Tablets & Co. Dank des Responsive Designs lässt sich das

Browserfenster bei den jeweiligen Endgeräten stufenlos skalieren, während sich die Inhalte der entsprechenden Bildschirmbreite anpassen. Durch den neuen Look wirkt das Gesamterscheinungsbild der Newsletter nun noch aufgeräumter. Newsletterabonnenten finden durch die neue Übersichtlichkeit schnell und einfach die News, Fachartikel, Eventtipps oder Produktvorstel-

lungen, welche für sie interessant sind. Einen besonderen Mehrwert bieten in diesem Zusammenhang die neuen Icons unterhalb jedes einzelnen Newsletterbeitrages. Wer bereits beim ersten Studieren des Nachrichtenangebotes einen interessanten Beitrag erspät, kann ab sofort direkt aus dem Newsletter heraus seine Freunde über die sozialen Netzwerke teilhaben lassen oder Kollegen via E-Mail informieren. Sie sind noch nicht angemeldet? Wenn Sie den QR-Code scannen, finden Sie das vollständige ZWP online-Newsletterportfolio übersichtlich aufbereitet. Sichern Sie sich mit nur wenigen Klicks ihr wöchentliches bzw. monatliches Newsupdate aus der Zahnmedizin.

Quelle: ZWP online



[www.opalescence.com/de](http://www.opalescence.com/de)

## Ausführliche Patienteninfos rund um strahlend weiße Zähne

# We bleaching

Patienten lieben schöne und weiße Zähne – aber sie wollen auch solide informiert werden. Ultradent Products, seit Jahren der Marktführer auf dem Gebiet der Zahnaufhellung, bietet eine Website zum Thema, die sich gezielt an die Patienten richtet: [www.opalescence.com/de](http://www.opalescence.com/de). Alle Fragen aus dem Umfeld von Zahnaufhellungsbehandlungen werden umfassend beantwortet, wie zum Beispiel: Wie funktioniert Zahnaufhellung, wie sind die Erfolgsaussichten? Gibt es Einschränkungen? Welche Methoden gibt es, wie groß ist der Aufwand für mich?

Die Sachthemen werden mit vielen Fotos und Grafiken sowie Videos veranschaulicht. Die Opalescence-Website macht Patienten neugierig – Suchende bekommen solide Informationen, Interessierte erfahren Details – und alle werden



auf die zahnärztliche Praxis verwiesen, denn dort sind die Fachleute für Zahnaufhellung und schöne Zähne zu finden. So werden neue Patientenkreise angesprochen und für Zahnästhetik interessiert. Zugleich wird das Beratungsge-

spräch in der Praxis optimal vorbereitet.

Damit die potenziellen Zahnaufhellungs-Patienten auch schnell und problemlos eine Opalescence-Praxis finden können, ist auf dieser Website auch ein Zahnarzt-Finder online: nach Angabe der Stadt bzw. der Postleitzahl werden die Praxen in der Nähe aufgelistet, die mit Opalescence arbeiten. Wenn ihre Praxis Zahnaufhellung mit Opalescence anbietet, können sie sich kostenlos registrieren lassen.

Einfach unter Telefonnummer 02203 3592-15 oder per E-Mail: [infoDE@ultradent.com](mailto:infoDE@ultradent.com) das Formular anfordern, oder unter „Downloads“ auf [www.ultradent.com/de](http://www.ultradent.com/de) herunterladen.

**Quelle: Ultradent Products**



### Stars und ihre Spleens

## Britney und die Leidenschaft für Zahnarztstühle

Egal wie schmerzhaft oder unangenehm eine Zahnbehandlung ist, muss man doch zugeben,



dass Zahnarztstühle mittlerweile keine unbequemen Pritschen mehr sind, auf denen es sich unangenehm liegt und hinterher der Rücken zieht. Bequemlichkeit und Funktionalität für Patient als auch Behandler stehen im Fokus der Hersteller. Kein Wunder also, dass Sängerin Britney Spears Gefallen daran gefunden hat, sich zum Entspannen in einen Zahnarztstuhl zu legen. Während sie tourt, ist das gute Stück angeblich immer dabei und wird, wenn nötig, per Privatjet eingeflogen. Die Gerüchte über Britneys dentale Meditationsliege kamen an die Öffentlichkeit, als sie für die amerikanische Version der Casting-Show „X-Factor“ in der Jury saß. Tagein, tagaus diversen „Talenten“ in Castings zuzuhören, verlangt sicherlich auch eine wirksame Entspannungsmethode. Schön, dass Britney eine – wenn auch eigenwillig anmutende – Methode für sich gefunden hat.

**Quelle: ZWP online**

### Patientenbarometer

## Patienten vertrauen ihren Zahnärzten sehr

Patienten vertrauen ihren Zahnärzten im Vergleich zu anderen Facharztgruppen am meisten. Dies ist eines der Ergebnisse des jameda Patientenbarometers 1/2015, das zweimal im Jahr erhoben wird.

Die Zahnärzte erhalten von ihren Patienten auf einer Schulnotenskala von 1 bis 6 für die Kategorie „Vertrauensverhältnis“ die sehr gute Note 1 (1,46). Damit befinden sie sich in dieser Kategorie wie auch schon im Vorjahr (1,45) auf dem ersten Platz im Fachärztevergleich. Durchschnittlich benoten die Patienten das Vertrauensverhältnis zu ihren Ärzten mit der guten Note 1,93.

Großes Vertrauen bringen die Patienten neben den Zahnärzten auch ihren Urologen (1,78) und ihren Allgemein- und Hausärzten (1,92) entgegen.

**Quelle: jameda**



Druckfrisch und ganz neu

## Jahrbuch Prävention & Mundhygiene 2015



Vorbeugen ist besser als heilen – das ist allgegenwärtig und unwidersprochen, und auch die aktuellen Studien belegen den Paradigmenwechsel von der Restauration zur Prävention. Mit dem Jahrbuch Prävention & Mundhygiene legt die OEMUS MEDIA AG die 1. Auflage des aktuellen Kompendiums zu den Themen Prävention und Mundhygiene vor und wird damit der Bedeutung der Themen für die tägliche Praxis gerecht. Renommierte Autoren aus Wissenschaft, Praxis

und Industrie widmen sich im Jahrbuch Prävention & Mundhygiene den Grundlagen und weiterführenden Aspekten dieses Fachgebiets und geben Tipps für den Praxisalltag.

Zahlreiche wissenschaftliche Beiträge, Anwenderberichte und Fallbeispiele dokumentieren das breite Anwendungsspektrum. Relevante Anbieter stellen ihre Produkt- und Servicekonzepte vor. Thematische Marktübersichten ermöglichen einen schnellen und aktuellen Über-

blick über Geräte, Materialien, Instrumente und Technologien. Das über 120 Seiten starke Kompendium wendet sich sowohl an Einsteiger und erfahrene Anwender als auch an alle, die in den Themen Prävention und Mundhygiene eine vielversprechende Chance sehen, das eigene Leistungsspektrum zu erweitern.

Bei den themenspezifischen, von der OEMUS MEDIA AG organisierten Veranstaltungen erhalten die Teilnehmer das Jahrbuch Prävention & Mundhygiene kostenfrei. Sichern Sie sich Ihre Ausgabe auf einer der folgenden Fortbildungsveranstaltungen:

**2. MUNDHYGIENETAG**  
2./3. Oktober, Wiesbaden

**3. MUNDHYGIENETAG**  
27./28. November, Berlin

**Prophylaxe – Team Day der praxisHochschule**  
4./5. Dezember, Köln

Weitere Jahrbücher sind auch zu den Themen Implantologie, Endodontie, Laserzahnmedizin und Digitale Dentale Technologien erschienen. Das Jahrbuch Prävention & Mundhygiene 2015 ist zum Preis von 49 € (zzgl. MwSt und Versand) im Onlineshop: [www.oemus-shop.de](http://www.oemus-shop.de) oder unter Telefon: 0341 48474-0, Fax: 0341 48474-290, E-Mail: [grasse@oemus-media.de](mailto:grasse@oemus-media.de) erhältlich.

Neuvorstellung auf der IDS 2015

## Von Null auf Hochglanz

Für ein ästhetisch ansprechendes, schnelles Ergebnis braucht es in der restaurativen Zahnheilkunde vor allem einen leistungsfähigen, zuverlässigen Werkstoff. Hochmoderne Komposite verfügen über exzellente Einblendeigenschaften und lassen sich dabei rasch und unkompliziert verarbeiten.

Zur IDS 2015 präsentierten die Pioniere der ästhetischen Füllungstherapie eine echte Innovation: Das eigens entwickelte BRILLIANT EverGlow von COLTENE stellt eine völlig neue Qualität von Komposit dar. Dank seiner raffinierten Zusammensetzung mit speziellen Füllern verfügt das Submicron Universalkomposit über eine



außergewöhnlich gleichmäßige und glatte Oberfläche. Damit wird das Polieren quasi zur Nebensache und der Zahnarzt schafft im Handumdrehen hochästhetische Ergebnisse. Darüber hinaus brilliert das vielseitige Füllungsmaterial durch seine extrem lang anhaltende Glanzbeständigkeit. Das Komposit umfasst insgesamt sieben Body- sowie zwei Schmelzfarben.

Quelle: COLTENE

## Literatur-Review zu Bleaching

# Hochprozentige Zahnaufhellungspräparate sind sicher



© Subbotina Anna

Nach Erscheinen der EU Kosmetikdirektive im Jahr 2012 mit ihrer Begrenzung von kosmetischen Zahnaufhellungsprodukten auf 6% H<sub>2</sub>O<sub>2</sub> sind bis heute Stimmen laut geworden, die die Sicherheit höherprozentiger Peroxidpräparate anzweifeln, obwohl diese als medizinische Präparate nur in der Zahnarztpraxis anzuwenden sind. In einem ersten Review, der im Herbst 2014 erschien, hatte sich die Autorin, Frau Prof. Olga Polydorou, bereits mit der Zweckmäßigkeit und den Indikationen solcher Präparate befasst. Ihr Fazit: Behandlungen mit höherprozentigen Mitteln aus der Hand des Zahnarztes ermöglichen Ergebnisse, die auf ande-

ren Wegen kaum oder nur mit deutlich höherem Aufwand erzielbar wären; zugleich ist Zahnaufhellung konservativer und weniger invasiv als alternative restaurative Maßnahmen. Der nun vorgestellte Review stellt die Sicherheit in den Mittelpunkt. Dazu wurde eine umfangreiche Pubmed-Recherche durchgeführt; insgesamt wurden fast 300 Studien gesichtet und bewertet. Die Aussagekraft und der Vergleich der Ergebnisse waren nicht einfach, da sehr verschiedene Studiendesigns zu beachten waren. Außerdem wurden teilweise

keine Fertigprodukte, sondern Chemikalien (z. B. H<sub>2</sub>O<sub>2</sub>-Lösungen) zum Test herangezogen; die Applikationsarten und Zeiten waren ebenfalls zum Teil wenig praxisingerecht.

In der Schlussfolgerung fand Polydorou, dass sowohl Zahnaufhellungspräparate bis 6% H<sub>2</sub>O<sub>2</sub> als auch mit höheren H<sub>2</sub>O<sub>2</sub>-Anteilen sicher anzuwenden sind, ohne Langzeitschäden hervorzurufen. Voraussetzung dazu ist eine korrekte Handhabung, die jedoch gerade bei den höherprozentigen Präparaten durch die alleinige Anwendung in der zahnärztlichen Praxis besonders verlässlich gewährleistet ist. Sie kommt daher zu dem Schluss,



Infos zum Unternehmen

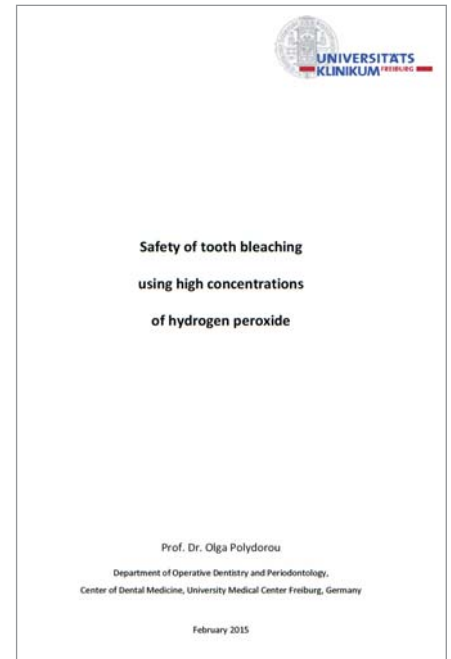
## 1,3 Milliarden Euro Umsatz

# Britische Zahnärzte kassieren ab

Wer in Großbritannien einen Zahnarzt mit Schmerzen aufsucht, wem gar eine Wurzelbehandlung droht, der lässt den Zahn meist gleich entfernen statt ihn zu behandeln. Denn im Vereinigten Königreich sind Behandlungen bei einem privaten, nicht gelisteten NHS-Zahnarzt besonders teuer. Selbst eine normale Kontrolle kostet rund 40 Pfund und so verwundert es nicht, dass Patienten den schmerzenden



Zahn dann doch lieber extrahieren statt langwierig und kostspielig behandeln lassen. Dieser Lage zum Trotz landete im vergangenen Jahr doch erheblich viel Umsatz in den Kassen der britischen Zahnmediziner. So setzte die Branche fast 1 Milliarde Pfund (ca. 1,3 Milliarden Euro) im letzten Jahr um. Im Vergleich zum Jahr 2010 bedeutet dies einen Anstieg um 22 Prozent. Schöne, weiße und gerade Zähne



dass beide Produktgruppen – kosmetische und medizinische – zur Verfügung stehen sollten, um je nach Patientenfall und Indikation eingesetzt werden zu können. Der Zahnarzt ist damit in der Lage, stets die effektivste und minimalinvasivste Behandlung auszuwählen. Literatur: Prof. Olga Polydorou, „Safety of Tooth Bleaching using high concentrations of hydrogen peroxide“, Center of Dental Medicine, University of Freiburg, Germany, Februar 2015)

Quelle: Ultradent Products GmbH

sind heutzutage Accessoires und Bedingung zugleich – dies ist auch auf der Insel angekommen, und so verlangen Patienten zunehmend ästhetische Leistungen, für die sie auch gerne etwas tiefer in die Tasche greifen. Als Topseller belegen Bleaching und das Begradigen der Zähne die ersten Plätze. Übrigens verdienen private Zahnärzte als eigenständige Unternehmer bis zu 100.000 Pfund, während NHS-Zahnärzte gerade mal 38.000 Pfund nach Hause tragen, berichtet der Guardian.

Quelle: ZWP online