3M ERZIELT FORTSCHRITTE IM BEREICH KLIMASCHUTZ UND RESSOURCENSCHONUNG

Nachhaltigkeit nimmt in der Unternehmensstrategie von 3M eine zentrale Rolle ein. Im Mittelpunkt stehen die Umweltverträglichkeit der Produkte, die Vermeidung von Emissionen und die Förderung von Gesundheit und Sicherheit. Die aktuellen Nachhaltigkeitsziele des Unternehmens sind auf das Jahr 2025 ausgerichtet. Doch bereits die Zwischenbilanz für 2018 weist deutliche Fortschritte aus. In den Bereichen Ressourcenschonung und Klimaschutz konnten die ambitionierten Ziele teilweise schon im vergangenen Jahr übertroffen werden.

Im Rahmen der UN-Klimakonferenz 2018 in Kattowitz hatte das Unternehmen eine Selbstverpflichtung bekannt gegeben: Bei jedem der jährlich annähernd 1.000 neu eingeführten Produkte wird 3M den Grundsatz der Nachhaltigkeit über den gesamten Lebenszyklus berücksichtigen. Geprüft wird beispielsweise, ob die Produkte recyclingfähig sind und bei Einsparungen von Energie, Abfall und Wasser helfen.

Bis 2025 will 3M den Anteil von Energie aus erneuerbaren Quellen an seinem gesamten Energieverbrauch auf 50 Prozent steigern. Ein weiteres Ziel des Unternehmens ist es, bis 2050 seine Standorte in 70 Ländern weltweit auf die Nutzung erneuerbarer Energie umzustellen. Den Anfang machte die Konzern-Hauptverwaltung in St. Paul, Minnesota/USA, wo der benötigte Strom seit März 2019 ausschließlich aus erneuerbaren Quellen stammt.

„PRACTICE PINK“: HENRY SCHEIN UNTERSTÜTZT GLOBALEN KAMPF GEGEN KREBS

Henry Schein, Inc. gab bekannt, dass das Unternehmen erneut gemeinnützige Organisationen, die sich dem Kampf gegen Krebs verschrieben haben, durch sein „Practice Pink™“-Programm unterstützen wird. Im Rahmen des seit 13 Jahren bestehenden Programms hat Henry Schein über 1,6 Millionen US-Dollar für Bemühungen zur frühzeitigen Erkennung von Krebs, der Verbesserung des Zugangs zur Behandlung sowie Forschung und Prävention gespendet.

Gemeinsam mit Nichtregierungsorganisationen und Lieferantenpartnern aus ganz Nordamerika und Europa unterstützt Henry Schein Zahnärzte und Mediziner dabei, das Bewusstsein und die Suche nach Behandlungsmöglichkeiten gegen Brustkrebs und andere Krebsarten zu fördern. Dabei bietet das Unternehmen seinen Kunden eine Reihe von Produkten „in Pink“, darunter Praxisbedarf und Kleidung.

Auch in diesem Jahr unterstützt Henry Schein Dental Deutschland im Rahmen dieser Aktion den Verein Brustkrebs Deutschland e.V. dabei, die Prävention und Früherkennung von Brustkrebs zu fördern und Tabus zu diesem Thema abzubauen. „Im Namen vom Team Schein danke ich unseren Kunden und Lieferantenpartnern für die Unterstützung des „Practice Pink™“-Programms, und wir freuen uns darauf, weiterhin auf unser gemeinsames Ziel – eine Welt ohne Krebs – hinzuarbeiten“, sagte Stanley M. Bergman, Chairman of the Board und Chief Executive Officer von Henry Schein.

PRACTICE PINK™

HENRY SCHEIN®

© Henry Schein Inc.

REGIONALE DENTALFACHMESSEN 2019 MIT POSITIVER BILANZ

Die Messesaison 2019 ist Anfang November traditionell mit den id infotagen dental Frankfurt, der größten regionalen Fachmesse der Dentalbranche, erfolgreich zu Ende gegangen. Insgesamt kamen rund 17.500 Besucher zu den vier Standorten Leipzig, Stuttgart, München und Frankfurt am Main, um sich über neueste dentale Produkte, Dienstleistungen und Entwicklungen zu informieren.

Vor Ort fanden die Fachbesucher nicht nur Innovationen zum Anfassen und Ausprobieren, sondern hatten auch die Möglichkeit, sich bei Handel und Industrie individuell passende Angebote empfehlen zu lassen. Egal, ob Zahnarzt, Kieferorthopäde, Zahntechniker, zahnmedizinisches/-technisches Fachpersonal oder Lehrende und Studierende: Die Fachmessen hatten für jeden etwas zu bieten.

Zum breiten Spektrum gehörte zudem das Vortragsprogramm in der dental arena, in der ausgewiesene Experten über aktuelle Themen referierten – in diesem Jahr übrigens zum ersten Mal an allen Standorten. Besonders großes Interesse fand das Thema „Fit für die Praxisbegehung". Herr Dr. Rottner von der Bayerischen Landeszahnärztekammer traf z. B. in München in einem völlig überfüllten Plenum wegen der in 2020 anstehenden Praxisbegehungen in Bayern mit seinem Thema den aktuellen Informationsbedarf der Besucher. Ein weiteres Highlight waren die Vorträge zum Thema „Zahnärztliche Dokumentation". Frau Dr. Gröner, Vorsitzende Richterin am Landgericht Stuttgart, gab dem Fachpublikum auf eine humorvolle Weise sehr nützliche Tipps, wie sie ihre Behandlungen rechtssicher dokumentieren können und sollten. Aber auch die Präsentationen von Dirk Kropp, Geschäftsführer von proDente, zum Thema Social Media sowie von Frau Dr. Petruchin und Herrn Dr. Dr. Schüttfort, die ihren Zuhörern die Angst vor Patienten mit einer HIV-Infektion nehmen wollten, kamen sehr gut an und wurden durchweg sehr positiv bewertet.

Zufrieden mit den Veranstaltungen waren schließlich auch die Aussteller. „Wir ziehen ein sehr positives Fazit von der Messe. An unserem Stand haben wir zahlreiche sehr interessante Kundengespräche geführt, die auf ein vielversprechendes Nachgeschäft blicken lassen", so Frank Müller, Verkaufsleiter von Dürr Dental, zu den id infotagen dental in München. Das bestätigte auch Martin Slavik, Vertriebsleiter bei Ultradent, und fügte hinzu: „Besonders positiv ist uns aufgefallen, dass durch den zusätzlichen Messetag am Freitag ein neues Publikum auf die Messe gelockt wurde. Insgesamt war die Besucherqualität sehr hoch."

Zu den id infotagen dental Frankfurt resümierte Pluradent-Vorstand Niels Hower: „Wir hatten eine tolle Messe mit sehr guten Gesprächen und unsere Erwartungen wurden übertroffen." Und auch die Fachdental Südwest/id infotage dental Stuttgart hat „… nach wie vor eine hohe Relevanz, da das Fachpublikum in einer sehr großen Anzahl die Messe besucht. Wir setzen weiterhin auf die Fachdental-Messen", sagte Daniel Kaiserauer, Director Business Development and New Markets bei Carestream Dental Germany.

2020 finden die regionalen Dentalfachmessen erneut in München (11.–12. September), Leipzig (25.–26. September), Stuttgart (16.–17. Oktober) und Frankfurt am Main (13.–14. November) statt.

W&H LAUNCHT CORPORATE BLOG: „KURZ MAL WEG – CHRISTIAN ON TOUR“

Ab sofort dürfen sich dentale Digital Natives über einen neuen Blog freuen. Dabei im Fokus: Die Reiserei und Weltenbummlerei des W&H Teams. Fernab der klassischen Produktkommunikation steht vor allem der Faktor Mensch im Mittelpunkt. Denn es müssen nicht immer Produkte sein, die im kommunikativen Mittelpunkt stehen. Darüber sind sich Roland Gruber (Leitung Vertrieb & Marketing) und Christian Kurz (Key Account Manager) einig. Schließlich bietet der Alltag so viel Erzählenswertes – seien es Workshops, Kongresse, Besuche in Kliniken, bei Partnern oder wertvoller Austausch direkt vor Ort in Zahnarztpraxen. Erklärtes Ziel ist es, in entspannter Art und Weise über all das Erlebte zu berichten und dies mit einer breiten Leserschaft zu teilen.

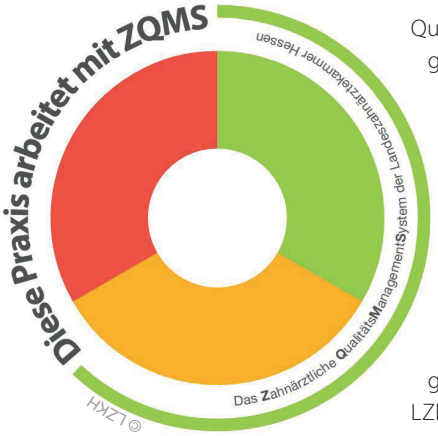
Der Kopf hinter dem Blog ist Key Account Manager & Business Developer Christian Kurz, für den das Reisen zum Alltag gehört und von gleichermaßen interessanten wie vielseitigen Begegnungen geprägt ist. Ab sofort haben Zahnärzte, Assistentinnen und Partner daher die Möglichkeit, digital bei Christians persönlicher W&H Roadshow dabei zu sein und sich selbst ein Bild

des bunten Blumenstraußes an Erlebnissen zu machen. Zunächst wird das Intervall der Beiträge wöchentlich sein und die Bandbreite an Themen und Artikeln stetig wachsen. Neben Christian Kurz wird es außerdem Gastbeiträge anderer Autoren der W&H Vertriebs- und Marketingmannschaft geben.

Zum Konzept des Blogs und darüber, was Leser dort künftig erwarten dürfen, heißt es seitens Roland Gruber: „Unsere Themen außerhalb der aktiven Produktentwicklung, -herstellung und -kommunikation sind vielfältig und bunt, die Menschen dahinter mit großer Leidenschaft bei der Arbeit. Es gibt so viel zu erzählen! Und dies wollen wir zukünftig tun und Interessierten noch einmal ganz andere Blickwinkel aufzeigen. Ehrlich und authentisch – inhaltlich wie gestalterisch. Dafür ist ein Blog für uns das ideale Tool.“

Natürlich lebt der W&H Blog neben seinen Inhalten vor allem von seiner Crossmedialität und Vernetzung. Der Blog selbst ist direkt auf der W&H Website eingebunden. Als zusätzliche Kanäle dienen Facebook (@whdental) und Instagram (#KURZmalweg), sodass Leser auf dem Medium ihrer Wahl immer up to date sind.

HESSISCHE LANDESZAHNÄRZTEKAMMER STELLT ZQMS-SIEGEL VOR



Qualität und QM sind ein branchenübergreifendes Thema, und praxisinternes Qualitätsmanagement wird den Zahnärztinnen und Zahnärzten vonseiten des Gesetzgebers vorgeschrieben. Doch neben den rechtlichen Verpflichtungen wird systematische Qualitätssicherung auch vonseiten der Patientinnen und Patienten wahrgenommen. Um den hessischen Praxen die Möglichkeit zu geben, auf ihr QM hinzuweisen, hat die LZKH ein ZQMS-Siegel entwickelt. Die Praxisinhaber bestätigen damit, dass sie mit dem Qualitätsmanagement der Zahnärztekammer Hessen in ihrer Praxis arbeiten.

Das „Siegel“ ist unter der Rubrik „QM-Handbuch“ im Serviceportal der ZQMS-Plattform hinterlegt und kann bei Interesse auch für die Praxiskorrespondenz auf Briefbögen etc. verwendet oder auf der Internetseite der Praxis integriert werden. Den ZQMS-Praxen wurden zudem entsprechende Aufkleber auf dem Postweg zugeschickt.

WIR NEHMEN ABSCHIED VON WOLFGANG UPMEIER

Fast 50 Jahre war Wolfgang Upmeier Mitglied in der Dentalfamilie. 1966 ist er mit 18 Jahren als Lehrling bei der Firma Heise in Hannover in die Dentalbranche eingetreten. Nach erfolgreichem Abschluss ging es kontinuierlich mit seiner Karriere aufwärts: Über die Filialleitung in Hildesheim, zum Chef von Demedis in Hannover bis zum europaweiten QM-Verantwortlichen bei Henry Schein Dental als Prokurist und Direktor. Alle Aufgaben hat Wolfgang Upmeier mit großer Akribie und Ernsthaftigkeit ausgeführt.

Gleichzeitig hat er viele Jahre berufspolitisch an verschiedenen Stellen mitgewirkt. So gehörte er 2001 zu den Gründungsmitgliedern des Beirates *DENTALZEITUNG*, als dessen Vorsitzender er bis 2017 tätig war. In dieser Zeit hat er die *DENTALZEITUNG* entscheidend mitgeprägt und die redaktionelle Ausrichtung und die Inhalte mit seinen Beiratskollegen bestimmt. Artikel und Anzeigen wurden nach diesen Festlegungen Ausgabe für Ausgabe mit erheblichem Zeitaufwand und großer Genauigkeit geprüft. Als Wolfgang Upmeier 2003 als stellvertretender Vorsitzender der Region Niedersachsen auch Mitglied im Präsidium des Bundesverbandes Dentalhandel wurde, war es keine Frage, dass er auch dort die Verantwortung für die *DENTALZEITUNG* übernahm.

Über dieses ehrenamtliche Engagement hinaus war er der *DENTALZEITUNG* und der Dentalbranche verbunden. Er hat nicht nur ein exzellent geführtes Archiv der *DENTALZEITUNG* vorweisen können, wo er alles fand, was nachgefragt wurde. Er hat in seiner Freizeit auch ein privates Dentalmuseum aufgebaut, mit Sammlerstücken aus 40 Jahren.

Trotzdem galt seine wahre Leidenschaft dem Reisen. Hier konnte er sehr interessante Erlebnisse auch aus den fernsten Ländern und entlegensten Gegenden erzählen. Keine Strapaze war ihm zu groß, um solche weltweiten Reisen zu unternehmen und andere Kulturen kennenzulernen.

Wolfgang Upmeier ist Mitte November überraschend und plötzlich von uns gegangen. Wir werden ihn in Erinnerung behalten als einen langjährigen Verantwortlichen der *DENTALZEITUNG*, auf den immer Verlass war und der sich nicht scheute, für die Sache einzutreten und auch zu streiten.

Beirat der *DENTALZEITUNG* und
Bundesverband Dentalhandel