

## Hygienisch sauber polieren!

ARGEN Dental lässt Kunststoffe erstrahlen.

Klasse finden Zahnärztinnen und Zahntechniker die gleichnamige Polierpaste mit zwei Komponenten von ARGEN Dental. Genutzt wird die Polierpaste im Laboralltag für alle Kunststoffe sowie Kunststoffzähne und bringt den großen Vorteil der sauberen Bearbeitung ganz ohne Bimsstein. Zahntechniker nutzen die grüne KlasseBase zur trockenen Vorpolitur von Prothesenkunststoffen. Mit der rosa-farbenen KlasseGlaze erfolgt der Hochglanz für die Versorgungen. Empfohlen wird für beide Polierpasten die Anwendung mit einer weichen Polierbürste bei geringem Druck und niedriger Drehzahl. Zusätzlich wird die Politur mit dem Handstück möglich.

- Beste Ergebnisse bei Verwendung von Ziegenhaarbürsten
- KlassePaste ist verwendbar für Kunststoffe, Komposite und Metallflächen
- Hochglänzende Oberflächen bei allen polierten Versorgungen

Die Bestellsätze beinhalten bei KlasseBase: 2 Stangen à 1.200 g und für KlasseGlaze: 1 Stange à 1.200 g. Bestellungen beim ARGEN Dental-Außendienst oder unter +49 211 355965-0.

### kontakt

**ARGEN Dental GmbH**  
Tel.: +49 211 355965-0  
www.argen.de

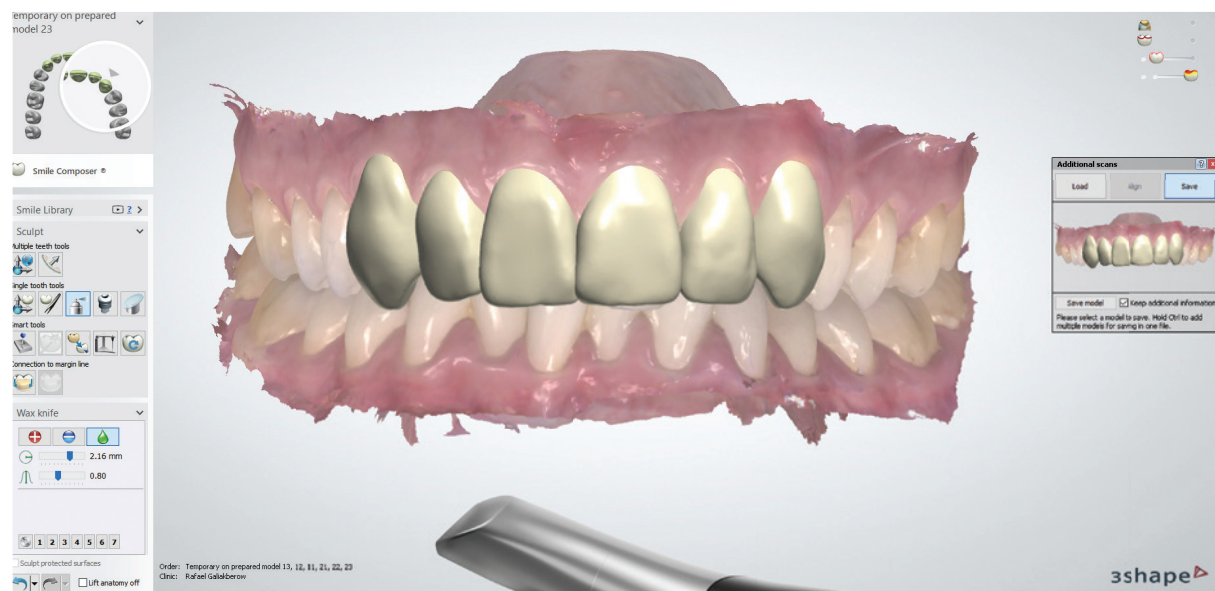
#### Big Points:

- Hygienischer Ersatz für die Politur mit Bimsstein



## Partnerschaft von Zahnärzten und Dentallaboren wird vertieft

Die Intraoralscanner von Dentsply Sirona lassen sich in die Laborsoftware von 3Shape einbinden und ermöglichen so effiziente Workflows und bessere klinische Ergebnisse.



Dentsply Sirona und 3Shape vertiefen ihre Zusammenarbeit und bieten jetzt eine nahtlose und sichere Verbindung zwischen dem Connect Case Center von Dentsply Sirona und der aktuellen Version der Dental System Software von 3Shape. Somit erhalten Dental Labore einen sicheren Zugriff auf die Daten, die ihnen Zahnärzte als Anwender der Primescan oder Omnicam zur Verfügung stellen. Für Zahntechniker wird die Zusammenarbeit mit ihren Praxispartnern wesentlich einfacher und effizienter. Der Einsatz digitaler Workflows führt somit zu einer engeren Arbeitsbeziehung. Im vergangenen Juni haben die Unternehmen ihre Partnerschaft bekannt gegeben, um die Digitalisierung in der

Zahnmedizin weiter voranzutreiben. Ihr Ziel ist es, Zahnärzte und Zahntechniker durch die Entwicklung effizienter, vereinfachter und digital orientierter Workflows zu unterstützen. In einem ersten Schritt erhielten Anwender des Intraoralscanners TRIOS von 3Shape validierten und nahtlosen Zugriff auf die SureSmile Aligner-Plattform von Dentsply Sirona. Damit sind Kunden von 3Shape in der Lage, ihren Patienten eine moderne Lösung zur Behandlung von Zahnfehlstellungen anzubieten. Beide Unternehmen konzentrieren sich nun darauf, den Kunden Zugang zu weiteren technologischen Möglichkeiten zu verschaffen.



### kontakt

**Dentsply Sirona**  
www.dentsplysirona.com

**3Shape**  
www.3shape.com

## Mit neuem Erscheinungsbild in die Zukunft

Ivoclar Gruppe unterstreicht Aufbruch in ein neues Zeitalter.

Für die Ivoclar Gruppe sind Werte, Überzeugungen und eine fortschrittliche, kundenorientierte Unternehmenskultur die Basis einer starken Marke. Seit fast 100 Jahren prägt das Unternehmen mit Hauptsitz in Schaan, Liechtenstein, den Dentalmarkt mit seinem Namen, seinen Produktinnovationen und branchenweisenden Pionierleistungen. Bereits 2021 setzte Ivoclar mit gezielten, noch stärker auf die Bedürfnisse des Kunden ausgerichteten Aktivitäten neue Akzente. Um den begonnenen Aufbruch in ein kundenorientiertes, modernes und innovatives Zeitalter auch visuell zu unterstreichen, startet Ivoclar mit einem frischen Erscheinungsbild und angepasstem Logo ins neue Jahr. Wichtigste Änderung: das „Vivadent“ im Markennamen und Logo entfällt, ebenso wie einige zusätzliche visuelle Elemente, um in Zukunft auch über das Logo die klare Fokussierung des Unterneh-

mens auf das Wesentliche auszustrahlen.

#### Die Marke als Leitbild

Mit der Ausrichtung darauf, die Menschen, Partner und Kunden in den Mittelpunkt seiner Aktivitäten zu stellen, untermauert Ivoclar seinen Anspruch, die Workflows im Arbeitsalltag von Zahn Technikern und Zahnärzten leichter und effizienter zu gestalten und ebenso das Patientenerlebnis so angenehm und persönlich wie möglich zu machen. Das Erscheinungsbild der Marke ist und bleibt ein erster Berührungspunkt mit dem Unternehmen. Gerade deswegen ist es so wichtig, dass die Marke auch in ihrer Erscheinung die Funktion eines Leitbilds darstellt und die gelebte Innovationskraft widerspiegelt. Bei Ivoclar ruht das externe Markenverständnis auf drei tragenden Säulen: Partnerschaft und Kunde, Innovation und Technologie sowie Family and Friends.

Bereits im vergangenen Jahr zeigte Ivoclar mit seiner neuen Website, dem Auftreten bei seiner „The Live Experience Tour 2021“ und in weiteren Kommunikationsbereichen einen modernen, frischen Designansatz. Die Reduzierung auf das Wesentliche, eine Lifestyle-orientierte, emotionale Bildsprache, die den Menschen in den Vordergrund

**ivoclar**

rückt, und nicht zuletzt die Entwicklung und der Einsatz moderner Marketinginstrumente zahlen direkt auf die Mission „Making People Smile“ ein. Dass jetzt auch das Logo einer Überarbeitung unterzogen wurde, ist dabei nur logische Konsequenz. Und selbst hier zeigt sich die konsequente Ausrichtung am Kunden, denn viele Geschäftspartner von

Ivoclar verzichteten im täglichen Sprachgebrauch schon lange auf den Zusatz „Vivadent“.

„Mit unserer langjährigen Tradition, unseren Pionierleistungen und unserer ständigen Innovation können wir auf eine starke Unternehmensmarke als Fundament zurückgreifen“, erklärt Diego Gabathuler, CEO der Ivoclar Gruppe. „Ich bin dennoch davon überzeugt, dass hier noch viel Potenzial für uns schlummert, das wir zukünftig vollends ausschöpfen wollen. Gerade im Hinblick auf eine zukunftsorientierte Ausrichtung des Unternehmens, welche zu der Innovation führt, die unsere Kunden und deren Patienten in den Mittelpunkt unseres Handelns und Tuns rückt, ist eine klar strukturierte Positionierung, die sich auch im visuellen Erscheinungsbild äußert, besonders wichtig. Für uns geht es hier nicht nur darum, unser Logo ein

wenig anzupassen. Vielmehr repräsentiert die neue Corporate Identity mit ihrer klaren, reduzierten und fokussierten Bildsprache alles, wofür unser Markenverständnis steht.“

Das neue Logo und Erscheinungsbild von Ivoclar wird ab sofort global – wo noch nicht geschehen – in allen Kommunikationskanälen Einzug halten und auch bei Broschüren und anderen Drucksachen sukzessive Verwendung finden. Als international tätiges Unternehmen besteht die Herausforderung dabei vor allem auch darin, die Anpassung in allen Ländern und in allen Sprachen gleichzeitig vorzunehmen.

### kontakt

**Ivoclar Vivadent AG**  
+423 238 6257  
www.ivoclar.com