

ZT SERVICE

Fit für das Jahr 2005

Wieder einmal kamen die dentacolleg-Gesellschafterinnen und Gesellschafter zusammen, um auf ihrem Marketingtag die Ergebnisse ihrer Workshops zu präsentieren. Kernthema waren sinnvolle Marketingmaßnahmen, um der Gesundheitsreform den Wind aus den Segeln zu nehmen.



V. l. n. r.: Alexander Janssen, Aida Marketing, Wieland Schiebler, Aufsichtsratsvorsitzender, Oliver Sebastian, Geschäftsführer und Dieter Keller, Leiter des Marketing-Ausschusses.

„Dynamisch und engagiert, mit frischen Ideen und zielgerichteten Strategien – ich freue mich schon jetzt auf ein erfolgreiches dentacolleg-Jahr 2005!“ Mit diesen Worten begrüßte der dentacolleg-Geschäftsführer Oliver Sebastian die Gesellschafter anlässlich des diesjährigen Marketingtages in Hannover. dentacolleg, der Zusammenschluss eigenständiger, meistergeführter Dentallabore, hat sich bereits seit seiner Gründung 1999 durch qualitativ hochwertiges Zahntechnikhandwerk und viel Eigeninitiative erfolgreich auf dem deutschen Dentalmarkt positioniert.

„Den Blick nach vorne zu richten, bedeutet auch immer der Vergangenheit reflektiert zu begegnen“, so Aufsichtsratsvorsitzender Wieland Schiebler. Für den weiteren Erfolg von dentacolleg sei es

unerlässlich und notwendig, auch für das Jahr 2005 wieder eindeutige Ziele zu formulieren. „Frei nach Columbus gehört aber auch die Bereitschaft zu Kurskorrekturen dazu, um auf die Veränderungen des Marktes reagieren zu können“, führte Wieland Schiebler aus. Die Gesundheitsreform bedeutet auch für die Dentalbranche, dass sich die Rahmenbedingungen ständig

verändern. Dazu kommen noch technische Neuerungen, Auslandsimporte und die Wettbewerbssituation, die ebenfalls ein schnelles und effizientes Handeln erforderlich machen.

Um die gesetzten Ziele auch zu erreichen und sich weiter am Markt zu positionieren, sollen vor allem die Marke-

tingaktivitäten der dentacolleg intensiviert und optimiert werden. Dazu fanden in den vergangenen Wochen mit professioneller Unterstützung von dem externen Marketingberater Alexander Janssen, Aida Marketing, und dem Management-Coach Jens Vogt, co-vadis, mehrere Workshops mit den Gesellschaftern statt, in denen die Ziele, Strategien und Maßnahmen entwickelt wurden. Dieter Keller, Leiter des Marketing-Ausschusses, stellte diese Ergebnisse und die geplante Vorgehensweise im Detail vor. Dazu zählen Projekte wie die Entwicklung eines Bonusprogramms, erlebnisorientierte Eventkonzepte für Zahnärzte, Labore und Patienten sowie die überarbeiteten Fortbildungskonzepte. Darüber hinaus wird dentacolleg auch Beratungsdienstleistungen im Bereich Marketing für Zahnärzte und Labore anbieten. Zu den Zielen gehört insbesondere auch das wirtschaftliche Wachstum, ein gemeinsames Identitätsgefühl und die Steigerung des greifbaren Nutzens für den Zahnarzt, den Pa-



Die zahlreichen Gesellschafter verfolgten interessiert die Vorträge.

tienten und den Gesellschafter gleichermaßen.

Neben diesen internen Themen erwartete die Teilnehmer eine Vielzahl informativer Fachvorträge. So erläuterte Dr. med. Jörg Brachwitz in seinem Vortrag, wie wichtig die Reaktionen auf die Veränderungen des Marktes sind und welche Rolle dabei Service und Dienstleistung, Vertrauen, individuelle Betreuung sowie Beratung von Kunden und Patienten spielen. Weitere Themen waren Qualitätsmanagement und Zertifizierung sowie kontinuierliche Weiterbildung, über die Jens Kahrert, CertCon, referierte.

Zudem wurde ein Vortrag über aktive Kunden- und Patientenbindung durch Partner-Factoring von Michael Täubner, Zahnärztliche Abrechnungsgesellschaft AG, angeboten, bei dem es auch um die finanzielle Sicherheit und Liquidität aller Beteiligten – wie den Laboren, Zahnärzten und Patienten ging. Des Weiteren stellte Daniel Oancea, von der turn! Erfolgsplanung, das von ihm entwickelte „PEP-Navigations-System“ vor, das in seinem Dentallabor bereits erfolgreich eingesetzt wird. Dieses softwareunterstützte System optimiert Arbeitsabläufe, sorgt für Transparenz und motiviert die Mitarbeiter, den Qualitätsanspruch kontinuierlich zu gewährleisten.

Wie ein roter Faden zog sich das betonte „Wir-Gefühl“ durch den ganzen Tag. „dentacolleg ist eben nicht nur ein Zusammenschluss von Dentallaboren, der verbesserte Einkaufskonditionen bietet und für Qualität steht. dentacolleg ist eine Gemeinschaft, die aktiv zusammenarbeitet, Erfahrungen austauscht, Workshops veranstaltet, Fachwissen und Fachliteratur weitergibt und sich gemeinsam für die Zukunft stärkt“, verdeutlichte Oliver Sebastian.

„Ich bin sehr zufrieden mit dem Verlauf des heutigen Tages“, resümierte Oliver Sebastian am Ende der Veranstaltung, die mit einem anschließenden Erfahrungsaustausch bei Kaffee und Kuchen ausklang. „Jetzt sind wir fit für das Jahr 2005!“, erklärt der dentacolleg-Geschäftsführer abschließend.

ZT Adresse

dentacolleg GmbH & Co. KG
An der Alster 83
20099 Hamburg
Tel.: 0 40/2 84 99 10-0
Fax: 0 40/2 84 99 10-16
E-Mail: dentacolleg@t-online.de
www.dentacolleg.de

Broschüre informiert über Zahnersatz

Ob Inlay, Brücke oder Implantat – Zahntechnische Möglichkeiten gibt es heute viele. Welche, das zeigt das Kuratorium perfekter Zahnersatz in seiner neuen Broschüre.

Dank umfassender Vorsorge hat sich die Zahngesundheit in Deutschland in den vergan-



genen Jahren wesentlich verbessert. Dennoch: Früher oder später wird für viele Menschen Zahnersatz erforderlich. Die moderne Zahnmedizin bietet dabei zahlreiche Behandlungsmöglichkeiten an, ganz gleich, ob ein einzelner Zahn ersetzt werden muss, ob es mehrere sind oder eine Vollprothese angefertigt werden muss. Damit der Ersatz möglichst nahe an das Original herankommt, sind zudem Werkstoffe vonnöten, die der natürlichen Zahnschmelz in Festigkeit und Farbe mög-

lichst ähnlich sind. Jeder Zahnersatz ist immer ein Unikat. Er wird vom Zahntechniker speziell nach den Bedürfnissen des Patienten von Hand gefertigt und ist ein kompliziertes Werkstück, das vom Zahnarzt in einen lebenden Organismus eingefügt wird und möglichst lange halten soll. Eine ausführliche Broschüre über Materialien und die verschiedenen Versorgungsmöglichkeiten für bestimmte (definierte) Befunde hat nun das Kuratorium perfekter Zahnersatz vorgelegt. Patienten erhalten damit vor einer Behandlung eine Entscheidungshilfe an die Hand, die beim Beratungsgespräch mit dem Zahnarzt nützlich sein kann. Zahlreiche Bilder unterstützen die Erläuterungen des Textes.

ZT Info

Die kostenlose Broschüre „Zahnersatz aktuell – Versorgung im Vergleich“ ist ab sofort gegen Einsendung eines frankierten und rückadressierten DIN-A-5-Briefumschlags erhältlich bei der Frankfurter Pressestelle des Kuratoriums perfekter Zahnersatz, Gerbermühlstraße 9, 60594 Frankfurt.

Reise ins Ungewisse – Wissen gefragt

Mehr als 1.000 Besucher stürmten am Tag der Zahngesundheit Ende September das Ivoclar Vivadent Betriebsgelände in Ellwangen, um auf einer Infoveranstaltung alles über schöne, gesunde Zähne, Finanzierung und Zuschussregelungen zu erfahren. Beim 3. Ivoclar Vivadent Fachforum diskutierten zuvor Dentalexperthen die Chancen und Risiken beim Zahnersatz im kommenden Jahr.

Immer, wenn durch Eingriffe des Gesetzgebers neue Regularien im Gesundheitswesen greifen, ergibt sich die Frage nach den Konsequenzen für Leistungsanbieter

und Patienten. Erstere, die Zahnärzte und Zahntechniker der Region Ostalb, hatten beim 3. Ivoclar Vivadent Fachforum Gelegenheit, sich hierüber ausführlich zu in-

formieren und zu diskutieren.

Die fehlende Planungssicherheit und der mangelnde Mut zur politischen Neuerung zogen sich wie ein roter Faden

durch den Diskussionsabend im vollbesetzten Firmenfoyer. Viel beachtet der Vortrag von Priv.-Doz. Dr. Andreas Bouveret, Würzburg, der unter dem Titel „Im Anlauf

für den Umbruch“ mögliche Strategien für die Zahnarztpraxis und das gewerbliche Labor formulierte ohne dabei auf teils problematische Fakten zu verzichten. Dennoch sieht Bouveret auch erhebliche Chancen in den befundorientierten Festzuschüssen und rät den Unternehmern in Praxis und Labor, keine Zeit zu verlieren. Insbesondere empfiehlt Bouveret neben der Produktivitätsverbesserung Investitionen in die Information und Beratung der Patienten. Nur Gutes verkauft sich gut, so sein Credo und nennt beim Lifestyleprodukt Zähne die Ästhetik an erster Stelle. Dies ist auch eine Forderung von Zahnarzt Piet Troost, Bad Neustadt, dem zweiten Gastreferenten des Forums. Aber ebenso sei der optimale Dialog zwischen Zahnarzt und Zahntechniker eine wesentliche Erfolgskomponente, so Troost, der sein POINT-Konzept ständig weiterentwickelt und optimiert. Mehr Diagnostik, mehr Vollkeramik, mehr Implantate fordert

Troost in seinen patientenorientierten Fortbildungsseminaren.

Eine spannende Kontroverse bot die anschließende Podiumsdiskussion, die von der Chefredakteurin des Dental



Clown MAUSINI begeisterte die „Milchzähne“ für das Zähneputzen.

Magazin, Dr. Aneta Pecanov-Schröder, souverän geleitet wurde. Insbesondere Dr. Hans-Peter Zimmerer, der als 2. Vorsitzender der KZV Stuttgart die Diskussionsrunde ergänzte, musste sich mit den



Enormes Interesse zeigten die Besucher beim Tag der Zahngesundheit.



Kontroverse Wortduelle, souverän moderiert, v.l. Moderatorin Dr. Aneta Pecanov-Schröder, Priv.-Doz. Dr. Andreas Bouveret, Dr. H.-P. Zimmerer, Piet Troost.

Fortsetzung auf Seite 22