

ZT SERVICE

Gemeinsamer Blick ...

Fortsetzung von Seite 1

Folgt man Foth, hört die Positionierung nie auf, denn es gelte seine Ziele immer wieder neu zu überdenken und den veränderten Gegebenheiten anzupassen.

Erfolgsfaktor Dienstleistungen – konkrete Möglichkeiten für das Dentallabor

Wer als Zahntechniker auch in Zukunft erfolgreich agieren möchte, sollte laut Rüdiger Trusch zwei Fragen in den Vordergrund stellen: Wo soll mein Unternehmen in Zukunft stehen? und Wo möchte ich, dass meine Kunden in Zukunft stehen? Die Lösung findet der Unternehmer in einer Vision, einer klaren Zielvorgabe und den geeigneten Maßnahmen, die ihn dorthin führen. Trusch sieht den Zahntechniker als Dienstleister, der weit mehr als nur Kundenbetreuer oder -berater sein muss. Für den Fortbildungsexperten punktet zukünftig der Kundenentwick-



Wie man auch in entscheidenden Momenten gut sein kann, demonstrierte Prof. Dr. Hans Eberspächer.

ler, der sich intensiv mit den Wünschen und Problemen seiner Zahnärzte auseinandersetzt und gemeinsame Fortbildungen initiiert, die individuell auf den Kunden und dessen Team zugeschnitten sind.

Neben den Anregungen und präsentierten Strategien für Dentallabore hielt der Pre-Kongress natürlich auch Vortragsthemen für Zahnarztpraxen bereit. So zeigten die Hamburger Dr. Andreas Laatz und Dr. Roland Schiemann unter dem Motto „Flagge zeigen – von Anfang an“ selbstbewusst den erfolgreichen Weg einer jungen Praxis – nämlich ihrer eigenen – auf. Günter Kollmeier sprach über „Das professionelle Team in der Zahnarzt-

praxis“ und Trainerin Monika Dumont zeigte den Teilnehmern ihres Vortrags „Fas-



Hochkarätig besetzt war die Podiumsdiskussionsrunde: (v. l. n. r.) Prof. Dr. Gerhard F. Riegl, Dr. Achim Sieper, ZTM Ralph Britz, Dr. Dieter Reusch, Moderator Jürgen Pischel, Dr. Dr. Jürgen Weitkamp, VDZI-Präsident Lutz Wolf und ZTM Peter Berger.

zination Zahnmedizin – die erfolgreiche Zahnarztpraxis“ u.a. mittels Rollentausch, wie man in welcher Situation richtig kommuniziert.

Im Forum der Messe Frankfurt fand dann am Abend des ersten Veranstaltungstages die feierliche Eröffnung des diesjährigen 11. Dental Marketing Kongresses statt. Wie schon im Jahr zuvor begrüßte Dr. Albert Sterkenburg, Geschäftsführer der DeguDent GmbH, die zahlreichen Gäste und stimmte sie auf Gastredner Prof. Dr. Kurt Biedenkopf ein. Dieser versuchte dann, den Anwesenden anhand von geschichtlichen Rückblicken und erbrachten Leistungen Wege für die Zukunft aufzuzeigen, „Wie wir in Deutschland wieder zu Höchstleistungen kommen.“ Hierbei gab der sächsische Politiker zu bedenken, dass man es künftig vermeiden sollte, Höchstleistungen nur aus Zwang zu erbringen – nämlich dann, wenn sie dringend notwendig und unumgänglich geworden sind. Zudem sollten nicht – wie in der Vergangenheit laut Biedenkopf leider zu oft geschehen – Probleme ungelöst in die Zukunft geschoben werden. Stattdessen sollte man sich der Wirklichkeit stellen, so wie sie ist. Denn nur, wer die Wirklichkeit durchschaut, kann sie auch gestalten.

Podiumsdiskussion

Unter der Leitung von Jürgen Pischel, Mitherausgeber der Zeitung „Die Zahnarzt Woche“, fand dann im Anschluss eine Podiumsdiskussion statt. Hierzu waren zum einen Vertreter des Zahntechniker-Handwerks wie



Rund 800 Zahntechniker und Zahnärzte nahmen an der diesjährigen Veranstaltung teil.

der Präsident des Verbandes Deutscher Zahntechniker-Innungen Lutz Wolf sowie



die Zahntechnikermeister Peter Berger (Hanau) und Ralph Britz (Trier) geladen. Zum anderen waren von Seiten der Zahnärzteschaft Dr. Dr. Jürgen Weitkamp, Präsident der Bundeszahnärztekammer, Dr. Dieter Reusch, Vorsitzender der Gesellschaft für ästhetische Zahnheilkunde, Patientenforscher Prof. Dr. Gerhard F. Riegl vom Institut für Management im Gesundheitswesen sowie ZA Dr. Achim Sieper vertreten. Was im An-



Auch nach seinem beeindruckenden Vortrag „heiß begehrt“ – Dr. Marco von Münchhausen (Mitte).

satz und schon allein auf Grund der sorgfältig ausgewählten Gästeliste sicherlich gut angedacht war, endete letztlich in einer nur leicht dahin plätschernden Runde, die eher an einen Kaffeepausch statt an eine handfeste Diskussion erinnerte. Sicher war dieser Umstand nicht dem Veranstalter, sondern vielmehr dem Moderator geschuldet, der es nicht vermochte, die hochkarätig besetzte Runde zum feurigen Meinungsaustausch anzuregen. So sprach man zwar über Themen wie das neue Festzuschuss-System, Arzt-Patienten-Kommunikation oder

qualitätsorientierte Zahnheilkunde – jedoch zumeist nach dem Motto „Beiß mich nicht, dann tue ich dir auch nicht weh.“

Ein etwas verspätet eingetroffener Jörg Knör rettete dann mit Bravour die Aufmerksamkeit des Publikums. Mit seinem Programm „Knör royal“ vermochte es der bekannte Entertainer, die Anwesenden durch gelungene Parodien quer durch die Prominentenlandschaft wieder in den Bann der Bühne zu ziehen. Ein wirklich gelungener Ausklang des ersten von zwei Kongresstagen.

Vortragshighlights

Am nächsten Morgen startete dann ein Vortragsprogramm, das es wirklich in sich hatte. Unter der Moderation von Kundenbeziehungs- und Serviceexpertin Sabine Hübner aus Düsseldorf wurde den Teilnehmern ein wie schon in der Vergangenheit stets hochgradig besetztes Refertenaufgebot präsentiert. So waren die Beiträge von Mental-Trainer Prof. Dr. Hans Eberspächer,



des bereits zu Lebzeiten zur Legende gewordenen Bergsteigers Reinhold Messner sowie des Motivations- und Selbstmanagement-Experten Dr. Marco von Münchhausen sicherlich die Highlights dieses zweiten Vortragstages.

Gut sein, wenn es drauf ankommt

Dass man sich optimal zu organisieren hat, um auch im entscheidenden Moment gut zu sein, veranschaulichte Prof. Dr. Hans Eberspächer.



Laut Bergsteiger-Legende Reinhold Messner kann nur derjenige Höchstleistungen erbringen, der hohe Ansprüche an sich selbst stellt.

Hierfür bedarf es vor allem dreier Faktoren: Der Körper bzw. die Gesundheit müssen gut sein, die Umgebung sollte stimmen bzw. ein ordentliches Werkzeug zur Verfügung stehen und die mentale Einstellung muss passen. Doch leider ist dem Erfolg viel zu oft der Faktor Konsequenz im Wege. Denn so manch einer denkt viel zu angestrengt über mögliche Folgen seines Handelns nach und behindert sich damit selbst. So ergeben sich allzu oft schwierige Situationen, in denen es zwar drauf ankommt, das Versagen jedoch ohne eine entsprechende „Landkarte“ (What to do wenn's schwierig wird?) vorprogrammiert ist. Laut Eberspächer können solche Vorgehensmuster trainiert werden, indem Gedanken an Konsequenzen in schwierigen Situationen einfach ausgeblendet werden. Stattdessen sollte man sich lieber auf das besinnen, was man hat und kann.

Berge versetzen

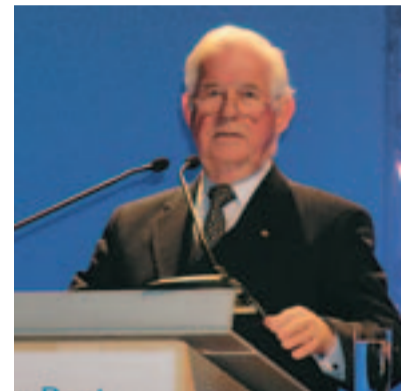
Unter diesem Motto stellte der bekannte Bergsteiger und Autor Reinhold Messner die Grundstruktur seines persönlichen Vorkommens vor. Anhand von Erfolgen, aber auch Misserfolgen seiner Karriere machte er deutlich, dass nur derjenige, der hohe Ansprüche an sich selbst stellt, auch tatsächlich Höchstleistungen erbringen und somit höchste Lebensfreude genießen kann. Denn schließlich müssten wir alle täglich Berge versetzen, um beruflich wie privat voranzukommen. Bei Erfolgen wissen wir oft nicht, warum wir eigentlich Erfolg haben – umso mehr wissen wir es jedoch, wenn wir scheitern. Daher ist es wichtig, sich stets mit angestrebten Zielen zu identifizieren und zu motivieren. Vieles ist möglich, wenn wir nur Ausdauer haben und unsere Ziele mit Begeisterung verfolgen.

Die kleinen Saboteure

... oder wie man den inneren Schweinehund überwindet, zeigte anschaulich der „Trainer des Jahres 2002“ Dr. Marco von Münchhausen. Mit Hilfe von vier Strategien sei es schließlich jedem möglich, den kleinen inneren Saboteur unseres Handelns zu überlisten. So ist es zunächst wichtig, sich selbst genau zu beobachten, welche Dinge einem leicht fallen und wo der Schweinehund auftaucht. Münchhausen zweite Strategie rät dann dazu, sich des Saboteurs einfach anzunehmen und keinesfalls gegen ihn anzukämpfen. Die dritte Strategie macht deutlich, dass stets die eigenen Bilder entscheiden, wie erfolgreich letztendlich die Umsetzung unserer Ziele ist. D.h. desto klarer das Zielbild, desto ge-



Wie schon im Jahr 2004 begrüßte Dr. Albert Sterkenburg, Geschäftsführer der DeguDent GmbH, die zahlreichen Teilnehmer und eröffnete somit offiziell den diesjährigen Dental Marketing Kongress. (Fotos: Matthias Ernst)



Gastredner Prof. Dr. Kurt Biedenkopf stellte sich der Frage: „Wie kommen wir in Deutschland wieder zu Höchstleistungen?“



Für Rüdiger Trusch ist der Zahntechniker ein Dienstleister, der weit mehr als nur Kundenbetreuer oder -berater sein muss.



Gelungener Ausklang des ersten Kongresstages war die Ein-Mann-Show „Knör royal“ des Entertainers Jörg Knör.

nauer zeichnet sich der Weg zum Ziel ab. Und als vierte Strategie rät der echte Nachfahre des Barons von Münchhausen, sich die Messlatte bei Zielen nie zu hoch anzulegen. Denn „um sich zu überwinden, braucht man das Gefühl der Machbarkeit“.

Ausblick

Dass der Dental Marketing Kongress von DeguDent ohne Zweifel zu den Highlights in der Dentalwelt gehört, hat auch die diesjährige elfte Veranstaltung bewiesen. Praxisnah, anschaulich und zukunftsorientiert wurde Wissen höchster Qualität vermittelt, welches jeden teilnehmenden Zahntechniker und Zahnarzt sich positiv auf aktuelle sowie künftige Veränderungen der Branche einstellen ließ. ZT