

Mehr Liquidität durch „Sale & Lease-Back“

Was in der Großindustrie bereits seit Jahren praktiziert wird, hält nun auch in Arztpraxen Einzug: Das Erfolgsprinzip heißt „Sale & Lease-Back“ und bezeichnet einen standardisierten wirtschaftlichen Vorgang rund um die technische Einrichtung von Praxen und Kliniken.

| Redaktion

Auf Grund der negativen Auswirkungen der Gesundheitsreform werden Ärzte zunehmend in ihrer Liquidität beschränkt, gleichzeitig verfügen sie aber in ihrer Praxis über Anlagevermögen, das in Sachwerten (Röntgen-, Ultraschall-, EKG-Geräten, usw.) gebunden ist und daher keiner anderen Verwendung zugeführt werden kann. Das Konzept wendet sich in erster Linie an eingessene Arztpraxen, die über das erforderliche Anlagevermögen (medizinische Geräte) verfügen und die darin gebundene Liquidität teilweise einer anderen Verwendung zuführen wollen. Hierfür haben Finanzexperten in Verbindung mit der Leasinggesellschaft MedicFonds ein Anlagekonzept entwickelt. Das Anlagevermögen (medizinische Geräte) aus der Arztpraxis wird an MedicFonds verkauft und der Verkäufer, also der Arzt, beteiligt sich mit mindestens 50% des Verkaufserlöses an seiner eigenen Leasinggesellschaft. Er hat somit nach dieser Transaktion im Ergebnis bis zu 50 % des

ermittelten Zeitwerts als freie Liquidität zur Verfügung. Der Verkäufer/Arzt schließt parallel einen Leasingvertrag mit MedicFonds ab, bleibt Besitzer der Geräte und nutzt diese gegen Entgelt weiter. Hierbei handelt es sich um ein Vollamortisationsleasing. Die Leasingdauer kann von 24 bis 60 Monaten frei gewählt werden, allerdings unter Beachtung der gesetzlichen Bestimmungen. Das Management von MedicFonds verfügt über jahrelange Erfahrung im Leasinggeschäft und bedient sich bei der Bewertung der Transaktion anerkannter externer Experten, die sich seit Jahrzehnten mit Leasing von medizinischen Geräten sowie mit der wirtschaftlichen Bewertung von Arztpraxen beschäftigen. Die unternehmerischen Risiken dabei werden zum einen minimiert durch die extrem hohe Eigenkapitalquote der Leasinggesellschaft, zum anderen werden Investitionen nur in Anlagegüter getätigt, die im Vorfeld bekannt sind und von einem unabhängigen Gutachter bewertet wurden. ■

kontakt:

LifeCapInvest GmbH

Alexander Schlick
Forsthausstraße 2
82031 Grünwald

Tel.: 0 89/6 20 219-6 21

Fax: 0 89/62 02 19-6 66

E-Mail: info@lifecapinvest.de

ANZEIGE



TUTTNAUER AUTOKLAV



Der Nova

Der Vakuum -Tischautoklav mit der großen Sterilisierkammer

Die Sterilisation gemäß prEN 13060, Klasse „B“ stellt immer höhere Anforderungen.

Das Sterilgut wird immer diffiziler, das Sterilisiervolumen in den Praxen nimmt zu. Rationelle und sichere Instrumenten-Sterilisationsverfahren sind Forderungen, die heute von einem Dampfautoklaven erfüllt werden müssen.

Die Antwort: TUTTNAUER, der kompakte Tischautoklav - NOVA

- 23 Liter Kammervolumen, (4 NORM-Trays + 4 halbe Trays) • Außenmaße T 578 x B 500 x H 420 mm, passt auf jede Arbeitsplatte • mit integriertem Drucker zur Dokumentation • Mit Dampfgenerator für schnellere Aufheizphasen
- zusätzlicher Wasseranschluß nicht erforderlich, Steckdose genügt
- Einwegsystem mit zwei integrierten Wasserstapeln

Neonlichtobjekte rücken die Praxis ins rechte Licht

Mit den Neonlichtobjekten „Zahn“, „Implantat“ und „Zahnbürste“ der Firma „Die Werbetrommel“ kann jeder Zahnarzt die Aufmerksamkeit auf seine Praxis lenken. Die leuchtenden Neonobjekte gelten als die Eyecatcher Nr. 1 für Zahnarztpraxen und Dentallabore. Zum Preis von 99,00 Euro pro Stück sind die Leuchtobjekte mit der patentierten Niederspannungstechnik erhältlich. Die Objekte sind ca. 46 cm hoch und können an jede Steckdose angeschlossen wer-



den. Zum Aufstellen der Neonlichtobjekte eignet sich am besten eine Fensterbank. Der nur 14 cm breite Sockel wurde eigens für diesen Standort konzipiert. Mit dem als Zubehör erhältlichen Wandadapter lassen sich die Neonobjekte auch an die Wand hängen. Bestellung und weitere Informationen direkt bei:

Die Werbetrommel, Claas Gesthuisen, Elsa-Brändström-Str. 78, 46045 Oberhausen, Tel.: 02 08/8 28 47-0, Fax: 02 08/8 28 47-20, E-Mail: info@die-werbetrommel.de oder im Internet unter www.die-werbetrommel.de

Weißer Tee noch gesünder als vermutet!?

Weißer Tee steht hoch im Kurs bei deutschen Teefans, denn gerade wegen seinen unverwechselbaren leichten Aromen sind Silbernadel (Yin Zhen) und Silberdrache (Yin Long) begehrte Tee-Raritäten, und schon länger sagt man ihm zahlreiche gesundheitsfördernde Eigenschaften nach. Aktuelle Forschungen internationaler Universitäten und Institute wollen jetzt sogar belegen, dass weißer Tee bis zu 100 Prozent effektiver ist und dreimal mehr Polyphenole besitzt als grüner Tee. Polyphenole sind hochwirksame Antioxidantien, die den Untersuchungen zufolge das Immunsystem stärken und die Aktivität freier Radikale unterdrücken.

Die exklusiven Tees können im Internet www.betty-darling.de oder telefonisch unter 04 21/52 59 25 bezogen werden.



Bildkalender „LEBENSZEICHEN 2005“

Hohe Summen investieren Pharmafirmen oft in die Entdeckung und Erforschung heilkräftiger Pflanzen. Doch fast drei Viertel der Heilpflanzen wurden lange vor ihrer Anwendung in unserer Gesellschaft schon von Ureinwohnern genutzt. Diesen Heilerinnen und Heilern, Kräuterkundigen und Hütern des traditionellen Wissens über heilende Substanzen aus der Natur hat die Gesellschaft für bedrohte Völker ihren neuen Bildkalender „Lebenszeichen 2005“ gewidmet. Unter dem Leitthema „Heil-Weise“ rückt der Kalender Monat für Monat mit beeindruckenden Farbbildern eine der vielfältigen Kulturen mit ihrem ganz eigenen Konzept von Krankheit und Gesundheit in den Mittelpunkt. Informative Hintergrundtexte und zahlreiche SW-Fotos auf der Rückseite der Monatsblätter berichten über die alternativen Heilmethoden, aber auch über die Menschenrechtssituation der jeweiligen Volksgruppe. Das Spektrum reicht von der Pflanzenmedizin kolumbianischer Ureinwohner bis hin zu den heilenden Klängen Zimbabwes.

Lebenszeichen 2005 – Farbbildkalender der Gesellschaft für bedrohte Völker (GfbV) DIN A 3 Format, Preis: 19,90 Euro (zzgl. Versandkosten).



Erhältlich bei der GfbV, Postfach 2024, 37010 Göttingen, Tel.: 05 51/4 99 06-0, Fax: 05 51/58-0 28, E-Mail: info@gfbv.de, www.gfbv.de

Film: „Kalle, Klops und Karies“

Kinder für die Gesundheit ihrer Zähne zu begeistern, ist keine leichte Aufgabe. Doch genau dies gelingt mit dem Film „Kalle, Klops und Karies“ in nur 15 Minuten. Der Film ist der beste Beweis, dass Prophylaxe eine mitreißende Geschichte sein kann. Als Kalle versehentlich im Museum eingeschlossen wird, trifft er dort auf den bösen Klops von und zu Zuckerberg, der Zähne mit Süßem kaputt macht. Sein Zucker-Schleim ernährt gefährliche Bakterien, die Löcher in die Zähne fressen. Gemeinsam mit seinem Hund Schnuff und dem smarten Kommissar Bürste versucht Kalle den Übeltäter aus dem Museum zu vertreiben. Mit aufwändiger Animation, lebendiger Musik und fesselnder Handlung setzt dieser preisgekrönte Film neue Maßstäbe unter den zahnärztlichen Lehrvideos. Das turbulente Abenteuer vom Verein für Zahnhygiene e.V. ist für Kinder ab 4 Jahre geeignet.

„Kalle, Klops und Karies“, Video oder DVD, Preis je 14,90 €.
Verein für Zahnhygiene e.V., Feldbergstraße 40, 64293 Darmstadt, Tel.: 0 61 51/89 48 14, Fax: 0 61 51/89 51 98



Merident Ultralight™
Brillenlupen-Vorsätze

BLICKEN SIE MAL DURCH !

Aufgrund der gestiegenen Ansprüche an Präzision ist das Tragen einer Lupenbrille heutzutage ein Muß in jeder fortschrittlichen Zahnarztpraxis.

Die „Merident-Ultralight“-Vorsatzlupe wiegt nur **11g!**

Die einfache Montage ist mit Hilfe eines Adapters an nahezu jedes Brillengestell möglich.

Die „Merident-Ultralight“ ist in sämtliche Achsen individuell auf die optischen Eigenschaften des jeweiligen Trägers justierbar. Der Abstand von der Optik zum OP-Feld ist zwischen 30 - 60 cm jederzeit frei einstellbar. Die Sitzhaltung wird dadurch korrigiert, die Rücken- und Nackenmuskulatur entlastet...es entsteht eine physiologisch optimierte, ergonomische Arbeitshaltung!

Zusätzlich ermöglicht der Blick vorbei an beiden Optiken während der Behandlung den so wichtigen Augenkontakt zum Patienten und den sicheren Griff zu den Instrumenten.

Die Flip-Up-Funktion sorgt für zusätzlichen Komfort – z.B. beim Wechsel ins nächste Sprechzimmer.

Wahlweise mit der 2.5 oder 3.2 fachen Vergrößerung lassen sich u.a. mikrochirurgische Eingriffe und längere Operationen entspannt und sicher durchführen.

Eine patente Ergänzung zur Präzisions-Optik ist das einlinsige adaptierbare LED-Spotlight mit einer Leistung bis zu 20.000 Lux, klein, leicht, mobil und preiswert.

DCI-Dental Consulting GmbH
Kämpenstr. 6 b · 24106 Kiel
Tel.: 04 31 / 35 0 38 · Fax : 04 31/ 35 2 80
www.dci-dental.com
e-mail : info@dci-dental.com

**Fordern Sie einen
praktischen Test an !**



Irland – the green side of life

Denkt man an Irland schweifen die Gedanken zu nassen Regentagen, zarten Nebelschwaden, die sich zwischen sanften Hügeln schlängeln, grünen Wiesen und Weiden und geduldigen Schafen. Doch die kleine Insel hat neben Sonnentagen noch weit mehr zu bieten.

Kylemore Abbey

| Kristin Pakura



Beeindruckend:
die Küste auf Dingel.



Charmant:
ein irisches Städtchen.

Wer nach Irland reist, kommt vor allem wegen der Schönheit der Landschaft. Und in diesem Punkt wird die kleine Insel am Rande des Atlantik ihrem Ruf vollkommen gerecht. An der wundervoll zerklüfteten Küstenlandschaft, den grünen Hügeln und den liebevoll efeuberankten Ruinen kann man sich nicht satt sehen.

Der Beiname Emerald Island (Grüne Insel) entspricht nur der halben Wahrheit, denn Grün ist nicht nur die einzige Farbe. In allen erdenklichen Schattierungen beherrscht eine ganze Farbwelt das Land – Wiesen, Weiden und Sträucher, so weit das Auge reicht, dazwischen weiße Tupfen sich tummelnder Schafe und graue Bröckchen einsamer Häuschen, Schlösser und Ruinen.

*“When god made time,
he made plenty of it.”*

*„Als Gott die Zeit machte,
schuf er genug davon.“*

... aber nur eine Insel wie diese. Egal zu welcher Jahreszeit, die Insel präsentiert sich immer in saftigem Grün. Ein weites, ruhiges Land, dessen Hügel und die unendliche Weite des Ozeans eine angenehme Einsamkeit und einen tiefen Frieden ausstrahlen. Eile und Hektik sind hier Fremdworte. In Irland scheint die Zeit stillzustehen. Dieser Zustand schlägt sich auch auf das Gemüt der Iren nieder. Nichts kann einen Iren aus der Ruhe bringen und gute Laune bekommt man allein schon beim Anblick der bunten und liebevoll bemalten kleinen Häuser.

*“It is no use carrying an
umbrella if your shoes are
leaking.”*

*„Ein Regenschirm nützt wenig, wenn die
Schuhe nicht dicht halten.“*

Es stimmt, in Irland regnet es häufig, aber entgegen aller Klischees nicht ununterbrochen. Der Einfluss des Golfstroms führt dazu, dass zwischen kühlen Sommern und milden Wintern kein allzu großer Unterschied liegt. Es heißt, dass in Irland jeder Tag alle vier Jahreszeiten enthält. Regen und Sonne wechseln sich stündlich ab. Nach einem kräftigen Schauer, der eben so schnell geht, wie er gekommen ist, klart der Himmel wieder auf und die milde irische Sonne bricht durch. Oft sind kräftig schillernde Regenbogen zu sehen. Trotz der Wechselhaftigkeit ist das Wetter erstaunlich mild und einladend. Selbst im Winter blüht allorts Stechginster, dessen auffallend gelbe Blüten nach süßer Kokosnuss riechen.

*“A stranger is a friend you
haven’t met yet.”*

*„Fremde sind Freunde, denen man noch
nicht begegnet ist.“*

In manchen Gegenden hat man das Gefühl, dass es in Irland mehr Schafe als Einwohner gibt. Die Insel ist eines der am schwächsten besiedelten Gebiete Europas, und da fast jeder dritte Ire in Dublin lebt, erscheinen weite Landstriche fast menschenleer. Die auf dem Land lebenden Iren sind einfach und geduldig aber unglaublich fröhlich. Die Mentalität der Iren insgesamt ist sehr entgegenkommend



*Atemberaubend:
die Cliffs of Moher.*



*Romantisch:
Klosterruine im Adare.*

und gastfreundlich. Schnell wird man mit einem Lächeln begrüßt und in ein nettes Gespräch verwickelt. Als Reisender ist die Unterkunft in privaten „Hostels“ oder „B&B“ (Bed & Breakfast) am schönsten. Sie verbreiten regelrecht eine angenehme familiäre Atmosphäre und beim Tee werden kleine Geschichten ausgetauscht.

“If you don’t know where you are going, any road will get you there.”

„Wenn du nicht weißt wohin du willst, wird dich jede Straße dahin führen.“

In Irland reihen sich die Sehenswürdigkeiten dicht aneinander. Oft findet man ruhige kleine Straßen, die sich entlang der Küste winden und nur mäßig befahren sind, auf denen sich die verschiedenen Szenerien ungestört genießen lassen. Für eine Entdeckungstour ist besonders die Westküste Irlands geeignet. Im schroff-kargen Nordwesten, in der nördlichsten Grafschaft Irlands, Donegal, leben die meisten Gälisch/Irisch-sprechenden Iren. Hier beeindruckt felshohe Klippen wie Slieve League und traumhaft einsame Sandstrände. An der zerklüfteten Westküste schnitt das Meer tiefe Fjorde in die Insel. Vielerorts wechseln sich Steilküsten mit sandigen Buchten ab. Zu den eindrucksvollsten Küstenszenarien zählt beispielsweise Achill Island, die Insel, die durch Heinrich Bölls „Irisches Tagebuch“ Ruhm erlangte. Sie ist die größte Insel vor Irlands Küste. Lohnenswert ist die Besteigung des Slievemore, eine großartige Klippenlandschaft, die mit 670 m die höchsten Klippen Europas bildet. Die schönsten Orte und Aussichtspunkte der bergigen Insel lernt man kennen, wenn man der Panoramastraße des Atlantik Drive folgt.



Im saftig grünen Südwesten Irlands ragen mehrere Landarme weit ins Meer. Die drei Halbinseln Beara, Kerry und Dingel bieten auf Ringstraßen entlang der wilden Küste durchgängig spektakuläre Aussichten. Steil aus dem Meer aufragende Felsspitzen und die kleinen vorgelagerten Inseln, die dem irischen Wetter am Atlantik trotzen. Es ist schön, sich einfach treiben zu lassen und man gelangt immer zu einer interessanten Stätte.

“It takes time to buildt castles.”

„Ein Schloss zu errichten braucht seine Zeit.“

Neben der beeindruckenden Natur hat die grüne Insel vor allem auch Kultur zu bieten. Fast überall trifft man auf Zeugen der keltischen und christlichen Vorzeit, wie Hochkreuze, Steinkreise und zahlreiche Schlossruinen. Aber auch unzählige intakte Klöster und Burgen gehören zu den Höhepunkten einer Irlandreise. Eine sehr beeindruckende Anlage ist Adare Manor, im Dorf Adare in der Nähe von Limerick. Das neogotische Herrenhaus ist seit einigen Jahren ein luxuriöses Schlosshotel, mit einem ausgedehnten Park, der größtenteils als Golfplatz genutzt wird. Mit etwas Glück kann man sich dennoch Zutritt verschaffen und den romantischen Anblick einer Klosterruine bewundern. Eine riesige Eibe wächst im Zentrum des Kreuzgangs und die Mauern werden von Efeuranken umschlossen. Einen wahren Bilderbuchanblick bietet auch Kylemore Abbey. Das ehemalige Kloster liegt an einen der zahlreichen Seen im Gebiet Connemara. Nur wenige Räume sind öffentlich zu besuchen, das restliche Gebäude dient als Mädcheninternat. Blarney ist eines der beliebtesten Touristenziele Irlands. Blarney Castle ist eine gigantische Burganlage aus dem

15. Jahrhundert, die inmitten einer ausgedehnten Parkanlage zwischen riesigen Bäumen und Felsblöcken thront. Mit ihren fünfeinhalb Meter dicken Mauern war sie die am stärksten befestigte Burg in der Provinz. Hier befindet sich der berühmte Blarney Stone, der, wenn man sich traut ihn unter Verrenkungen zu küssen, Beredsamkeit verleihen soll. Ebenso interessant wie dieses Spektakel, ist die Aussicht von dem mit Zinnen bekronen 25 m hohen Turm.

“Time is a great storrry teller.”

*„Die Zeit ist ein hervorragender
Geschichtenerzähler.“*

An Irland beeindruckt, wie die Zeit eine unvergleichliche Landschaft geschaffen hat. An jeder Küste spürt man die rauen Naturgewalten, wenn die Wellen sich brausend am Felsen brechen und die Gischt einen salzigen Geschmack hinterlässt. Imposant sind beispielsweise die Burren, eine Karstlandschaft an der Südküste der Galway Bay. Schon der irische Name „Boireann“ bedeutet „Steiniges Land“. Die bizarren recht unwirtlichen Formen dieser einsamen Landschaft strahlen eine spröde Schönheit aus und der eigentliche Reiz liegt gerade in der Kargheit. Die Region ist geprägt von Bergkuppeln aus porösem grauen Gestein und kahlen Terrassen. Eine karge Vegetation bedeckt den Boden, der unterirdisch mit vielen Höhlen durchzogen ist. An die Burren schließen sich die Cliffs of Moher an. Sie gehören zu den spektakulärsten Sehenswürdigkeiten des Landes. Auf acht Kilometern erstreckt sich eine grandiose Steilküste und bietet an klaren Tagen einen Ausblick bis auf die Aran Islands. Die Klippen sind bei jedem Wetter überwältigend, selbst nebelverhangen oder sturmgepeitscht. Die schönsten Blicke hat man vom O'Briens Tower im Norden. Hier brechen die Felsen atemberaubende 200 Meter steil in den offenen Atlantik ab und die Brandung donnert weit unten gegen das Felsmassiv. Von hier lohnt sich die Wanderung zum Wachturm am Hag's Head am südlichen Ende der Klippen. Ein schmaler Pfad verläuft nahe dem Klippenrand. Auch wer schon viel gesehen hat, blickt hier mit Ehrfurcht auf die Natur.

“It doesn't rain in the pub.”

„Im Pub regnet es nicht.“

All die verschiedenen Eindrücke lassen sich am besten bei einem gemütlichen Gespräch in einem der zahlreichen Pubs verarbeiten. Die Iren trotzen auf diese Weise allabendlich dem Wetter und treffen sich auf ein Glas stärkendes Guinness. Dieser Geschmack lässt sich sogar mitnehmen. ||

TENStem dental

2-Kanal-Elektrostimulations-Gerät
mit spezieller Balance- und Pausenfunktion



entspannt optimal die Kaumuskulatur

eignet sich zur Behandlung von Schmerzen
aufgrund verspannter Kaumuskulatur

muskulär bedingte Fehlbelastungen der
Kiefergelenke können so aufgelöst
werden

geeignet für neuromuskuläre Techniken
der Bisslagebestimmung, die von einer
entspannten Ruhe-Schwebe des Unterkiefers
ausgehen (Myozentrik)

zusätzlich integrierte spezielle
Programme zur Schmerztherapie

Jetzt unverbindlich 14 Tage testen!
Ein Anruf genügt!

Hotline: 030-93 69 93 69

schwa·medico

Stark im Service

Büro Ahrensfelde
Dorfstr. 17 • 16356 Ahrensfelde
Fax 030-93 69 93 20



Verlagsanschrift: OEMUS MEDIA AG
Holbeinstraße 29
04229 Leipzig
Tel. 03 41/4 84 74-0
Fax 03 41/4 84 74-2 90
kontakt@oemus-media.de

Verlagsleitung: Torsten R. Oemus
Ingolf Döbbecke
Dipl.-Päd. Jürgen Isbaner
Dipl.-Betriebsv. Lutz V. Hiller

Projektleitung:
Bernd Ellermann Tel. 03 41/4 84 74-2 25
ellermann@oemus-media.de

Anzeigendisposition:
Lysann Pohlann Tel. 03 41/4 84 74-2 08
pohlann@oemus-media.de

Vertrieb/Abonnement:
Andreas Grasse Tel. 03 41/4 84 74-2 00
grasse@oemus-media.de

Creative Director:
Ingolf Döbbecke Tel. 03 41/4 84 74-0
doebbecke@oemus-media.de

Art Director:
S. Jeannine Prautzsch Tel. 03 41/4 84 74-1 16
prautzsch@oemus-media.de



Chefredaktion:
Dipl.-Päd. Jürgen Isbaner (v.i.S.d.P.) Tel. 03 41/4 84 74-3 21
isbaner@oemus-media.de

Redaktionsleitung:
Dipl.-Kff. Antje Isbaner Tel. 03 41/4 84 74-1 20
a.isbaner@oemus-media.de

Redaktion:
Carla Schmidt Tel. 03 41/4 84 74-1 21
carla.schmidt@oemus-media.de

Silke Wiecha Tel. 03 41/4 84 74-1 09
s.wiecha@oemus-media.de

Kristin Pakura Tel. 03 41/4 84 74-1 08
k.pakura@oemus-media.de

Lektorat:
H. u. I. Motschmann Tel. 03 41/4 84 74-1 25
Bärbel Reinhardt-Köthnig motschmann@oemus-media.de

Leserservice
Carla Schmidt Tel. 03 41/4 84 74-1 21
carla.schmidt@oemus-media.de

Anschrift: Zahnärzteforum e.V.
Herzog-Wilhelm-Straße 70
38667 Bad Harzburg
Tel.: 0 53 22/55 31 56
Fax: 0 53 22/5 42 79
E-Mail: zahnaerzteforum@aol.com
www.zahnaerzteforum.de

Beirat:
Univ.-Prof. Dr. Michael Baumann Tel. 02 21/4 78-47 14
Präsident DGEndo michael.baumann@medizin.uni.koeln.de

Dr. Friedhelm Heinemann Tel. 0 22 94/99 20 10
Präsident DGZI FriedhelmHeinemann@web.de

Dr. Horst Luckey Tel. 0 26 31/2 8015
Präsident BDO Berufsverband.dt.Oralchirurgen@t-online.de

Dr. Josef Schmidseider Tel. 0 89/29 20 90
Präsident DGKZ josef.schmidseider@drschmidseider.de

Dr. Werner Hotz Tel. 0 75 71/6 32 63
Präsident D.Z.O.I. hotz@dzo.org

Prof. Dr. Andrej M. Kielbassa Tel. 0 30/84 45 63 03
Chefredakteur andrej.kielbassa@medizin.fu-berlin.de
Dentalhygiene Journal

Dr. Georg Bach Tel. 07 61/2 25 92
Chefredakteur Laser Journal doc.bach@t-online.de

Dr. Karl Behr Tel. 0 81 41/53 46 60
Chefredakteur Endo Journal dr.behr@t-online.de

Priv.-Doz. Dr. Dr. Reiner Oemus Tel. 09 11/96 07 20
Chefredakteur KN praxis@oemus.de

Dr. Robert Schneider Tel. 0 79 61/92 34 56
Zahnarzt r.schneider@zahnarzt-neuler.de

Harry-Peter Welke Tel. 0 53 22/5 42 79
1. Vorsitzender ZÄ-Forum h.p.welke@zahnaerzteforum.de

Erscheinungsweise: ZWP Zahnarzt Wirtschaft Praxis erscheint 2004 mit 12 Ausgaben, es gilt die Preisliste Nr. 12 vom 1. 1. 2004. Die Zeitschrift und die enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt besonders für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Bearbeitung in elektronischen Systemen. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Verlages. Bei Einsendungen an die Redaktion wird das Einverständnis zur vollen oder auszugsweisen Veröffentlichung vorausgesetzt, sofern nichts anderes vermerkt ist. Für unverlangt eingesandte Bücher und Manuskripte kann keine Gewähr übernommen werden. Mit anderen als den redaktionseigenen Signa oder mit Verfasseramen gekennzeichnete Beiträge geben die Auffassung der Verfasser wieder, die der Meinung der Redaktion nicht zu entsprechen braucht. Der Verfasser dieses Beitrages trägt die Verantwortung. Gekennzeichnete Sondereile und Anzeigen befinden sich außerhalb der Verantwortung der Redaktion.

Für Verbands-, Unternehmens- und Marktinformationen kann keine Gewähr übernommen werden. Eine Haftung für Folgen aus unrichtigen oder fehlerhaften Darstellungen wird in jedem Falle ausgeschlossen. Es gelten die AGB, Gerichtsstand ist Leipzig.

Bezugspreis: Einzelheft 6,50 € ab Verlag zzgl. gesetzl. MwSt. und Versandkosten. Jahresabonnement im Inland 50 € ab Verlag zzgl. gesetzl. MwSt. und Versandkosten. Auslandspreise auf Anfrage. Kündigung des Abonnements ist schriftlich 6 Wochen vor Ende des Bezugszeitraums möglich. Abonnementgelder werden jährlich im Voraus in Rechnung gestellt. Der Abonnent kann seine Abonnement-Bestellung innerhalb von 8 Tagen nach Absenden der Bestellung schriftlich bei der Abonnementverwaltung widerrufen. Zur Fristwahrung genügt die rechtzeitige Absendung des Widerrufs (Datum des Poststempels). Das Abonnement verlängert sich zu den jeweils gültigen Bestimmungen um ein Jahr, wenn es nicht 6 Wochen vor Jahresende gekündigt wurde.

Leben ist
schon.

www.DR

**SPENDE
BLUT**
beim Roten Kreuz



proDentum®

Keramikverblendung ab € 29
NEU! Teleskope ab € 99

**Kennen Sie schon
die Tablette
gegen Karies?**

www.denttabs.com

Telefon: 0800 – 46 90 08 0 (kostenlos)
Fax: 030 – 46 90 08 99

Meisterlabor und vom TÜV
zertifiziertes Qualitätsmanagement
nach DIN ISO 9001:2000.

**Modernes Design:
Praxisschilder & Edelstahl**



Jetzt den neuen
Katalog anfordern -
58 Seiten für Ihre
Praxis-Beschilderung!

Das Leistungs-Display -
jetzt mit 600 Dent-Titeln!

INFOPLUS - Abt. D 02 - PF 12 52 - 22934 Bargteheide
Telefon: 04532/200-0 Fax: 04532/200-200
eMail: info@infoplus.de Internet: http://www.infoplus.de

PREISWERT DIREKT VOM DEUTSCHEN HERSTELLER



Bleaching

Bio Bleach soft Folie, 120 x 1 mm, 1 Stück	€ 0,99
Home Bleachinggel 10% 3 ml ab	€ 5,95
Patientenset 10%	€ 19,95
Home Bleachinggel 15% 3 ml ab	€ 7,45
Patientenset 15%	€ 21,45

Office Bleachinggel 20% 3 ml ab € 7,95
Quick Bleachinggel 30% 3 ml € 14,95
Walking Bleach Set € 8,95
Werbeposter 50 x 70 cm € 2,95
Marketing Starterpaket (s. Abb.) € 17,95
Patientenbroschüre 10 Stück € 2,75
Preise zzgl. MwSt.

ab € 150,00 Netto Versandkosten frei

FREE-Phone: 0800-2 58 36 49 • FREE-Fax: 0800-2 58 33 29
www.bleachinggel.com E-Learning für Zahnärzte • Benutzername: zahnarzt • Kennwort: bluemix
Besuchen Sie uns auf der IDS 2005: Halle 14.2, Gang U32

In die Zukunft wirken – Lebenshilfe vererben

Mit einem Testament für behinderte Menschen.

Unseren Lebenshilfe-Ratgeber zum
sinnerfüllten Vererben mit aktuellen
Informationen zu Testament und
Nachlass senden wir Ihnen gerne zu.



Bundesvereinigung Lebenshilfe für Menschen
mit geistiger Behinderung e.V., Raiffeisenstr. 18, 35043 Marburg,
Tel.: 064 21/491-132, Fax: 064 21/491-632,
E-Mail: Vererben@Lebenshilfe.de oder unter
www.lebenshilfe-vererben.de

wirtschaft**Risikomanagement und Arzthaftungsrecht:**

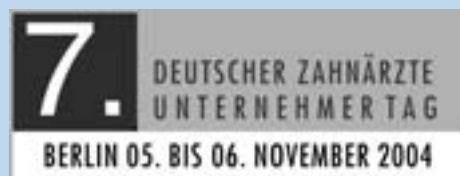
Vorsicht ist besser als Nachsicht.

**qualifizierungsszenario****Kieferorthopädie:**

Die neuen Möglichkeiten.

**akademie****Nachlese :**

7. Deutscher Zahnärzte Unternehmertag.

**quiz |****| Martin Hausmann**

Bei unserem heutigen Rätsel dürfen Sie ruhig mal tief in die Flasche gucken – oder in die Röhre; je nachdem für welche Antwort Sie sich entscheiden. Also aufgepasst, denn nur unter den richtigen Einsendungen verlosen wir die kostenlose Teilnahme an einem Oemus-Media-Fortbildungskurs Ihrer Wahl.

Doch zunächst die Auflösung des letzten Rätsels. Während einer großen Grippeepidemie 1928 in den USA stellte Dr. Franklin Miles, Gründer der Dr. Miles Medical Company (später Miles Laboratories) seinen Mitarbeitern eine Rezeptur aus Acetylsalicylsäure und Natriumbicarbonat zur Verfügung. Eine gelungene Verbindung, die, laut den Angaben der Bayer AG auf ihrer Internetseite, ab 1931 unter dem Markennamen Alka-Seltzer den Markt erobern sollte; und „Miles“ (oder „Dr. Miles Medical Company“ oder „Miles Laboratories“) war auch der gesuchte Name. Vieles mag im letzten „Holzweg“ auf Aspirin hindeutet haben, wie etwa die Anfangsbuchstaben des Medikaments („A“ und „S“) oder der auf dem Beipackzettel genannte Hersteller (die Bayer AG, die 1979 die Miles Laboratories erwarb). Als entschiedener Hinweis, dass nicht Aspirin beschrieben wurde, galt die rund 70-jährige Geschichte von Alka-Seltzer, während Aspirin bereits vor über 100 Jahren auf dem Markt kam. Manch einem (wenn auch unwahrscheinlich) mag vielleicht auch der nicht ganz so ernst gemeinte Tipp aus dem Repertoire Otto Waalkes weiter geholfen haben; die Gangstergeschichte aus Chicago, „von Al Capone und seiner Schwester Alka Seltzer ...!“ Auf dem richtigen Lösungsweg war Dr. Jan Gensler aus Melrichstadt.

Was für eine Flasche?!

Das Leben eines Rätselautors ist nicht selten durch immer wiederkehrende Fragen gekennzeichnet. „Wie viele Menschen kennen wohl das gesuchte Ereignis, die Person oder das Objekt? Sind es mehrere Hundert, Tausend oder gar Millionen?“ Bei dem heute beschriebenen Gegenstand darf sich der Autor getrost zurücklehnen; denn dieses Objekt kennt wahrlich jeder; von Kiel bis Konstanz, von Köln bis Cottbus. Viele mögen es erst heute in der Hand gehabt haben, im Kühlschrank oder im Keller lagern und zwei, zwölf oder zwanzig Stück davon besitzen. Die Rede ist von einer Flasche. Aber nicht irgendeine Flasche, sondern ein ganz besonderes und für wahr einzigartiges Stück. Einzigartig ist die, für ein weltweit bekanntes Erfrischungsgetränk konzipierte Flasche vor allem durch ihre ausgefallene Form, die (und jetzt Achtung!) jeder, wirklich jeder (von Kiel bis Konstanz, von Köln usw.) mit verbundenen Augen, in dunkelster Nacht allein durch Tasten erkennen würde. Manch einer mag sich wohl fragen, wie es wohl zu der eigentümlichen Form kam; stand hier, bei ihrem Entwurf in der zweiten Hälfte des letzten Jahrhunderts, ein orientalisches Gebäude Modell? Oder ist die in der oberen Hälfte leicht bauchige und darunter auffallend taillierte Flasche ein abstraktes Abbild einer Frau (oder einer antiken Vase)? Wie auch immer, das Magazin der „Süddeutsche Zeitung Magazin“ würdigte sie im Frühjahr 2003 in einem „Design special“ als weltweit schönste Flasche ihrer Art und beschrieb, dass Konsumenten deren Form als „lebenslustig“ empfinden. Trotz aller PET-Behälter, Einweg-Flaschen und Dosen, trotz aller undurchsichtigen Einwegpfandsysteme, die Flasche hat sie alle überlebt und kann heute noch als Symbol für das Getränk bezeichnet werden, für das sie entwickelt wurde. Ein Getränk, das in weit über hundert Ländern der Erde bekannt (und erhältlich) ist. Es gibt sogar nachweislich Kenner, die behaupten, sie würden die Marke des weltberühmten Durstlöschers, trotz optischer Übereinstimmung mit anderen Marken, allein am Geschmack erkennen. Die einen bevorzugen es eisgekühlt, die anderen direkt aus der Flasche, andere aus dem Glas; etwa in Lokalen, wo es – warum auch immer – zuweilen mit einem Zitronenscheibchen garniert wird; bei weltbekannten großen Fastfood-Ketten kommt es in Pappbechern daher (ohne Zitronenscheibchen), auf Wunsch mit oder ohne Eiswürfel, Strohhalme und Deckel.

Doch zurück zu unserer Flasche, deren derzeitige weltweite Stückzahl von fachkundigen Stellen in Milliarden (!) beziffert wird und die, wie auf der Internetseite eines führenden Getränkeverbundes zu erfahren ist, aneinander gereiht zweimal um den Erdball reichen würde. II

Welches Fassungsvermögen hat die Flasche in ihrer geläufigen Größe?

Schreiben Sie die Lösung auf eine Postkarte und schicken Sie diese an

Oemus Media AG
Stichwort: Holzweg

Holbeinstr. 29
04229 Leipzig

Einsendeschluss:
5. November 2004

Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

