

Vollservice für Praxis- und Qualitätsmanagement

Da die zahnärztliche Ausbildung keinerlei unternehmerische Fähigkeiten zu erlangen hilft, muss zunächst in den meisten Fällen in diesem Bereich angesetzt werden, nämlich diese Fähigkeiten zu entwickeln und als Teil dieses Prozesses das Team einzubinden. Deshalb ist es wichtig, inwieweit das Angebot auch diesen Aspekt berücksichtigt. Ein von vielen modernen Unternehmen gewählter Ansatz, dies sicherzustellen, ist das EFQM (European Foundation for Quality Management) Business Excellence Modell (www.efqm.org), welches auf die Zahnarztpraxis übertragen werden kann, um zu einem ergebnisorientierten Total Quality Management zu kommen.

Von Volker Scholz

Grundsätzlich muss sich jede/r Praxisinhaber/in über seine individuelle Zielsetzung im Klaren sein. Man kann dabei der Einfachheit halber drei Grundüberlegungen annehmen:

- Die aktuelle wirtschaftliche Situation der Praxis zwingt zu einer Neuorientierung.
- Die sich abzeichnenden Auflagen zur Teilnahme an der vertragszahnärztlichen Versorgung sollen sichergestellt werden.
- Die Praxis sucht Wege, aus sich selbst heraus zu wachsen und regionale Marktführung zu erreichen bzw. zu behaupten.

Wieso Dental Excellence?

Das Dental Excellence Konzept bietet

- erfolgreiche Praxisentwicklung,
- professionelles Praxismanagement,
- gesicherte Qualität und ein anerkanntes Gütesiegel, beruhend auf kontinuierlicher Verbesserung in den Bereichen Gesunderhaltung, Patienten- und Mitarbeiterzufriedenheit.

Das Konzept ist so aufgebaut, dass durch externe Experten wertvolle Impulse gegeben werden und in Gruppen von maximal 10 Praxisteams über mehrere Workshops hinweg konkrete Schritte zur Umsetzung entwickelt werden. Externe Experten bringen ihr „Know-how“ aus dem Bereichen Zahn/arztpraxen, Industrie, Dienstleister und Krankenhaus ein und helfen die „Scheuklappen“ aufzubrechen. Durch moderierte Workshops wird der relevante Praxisbezug zur Zahnarztwelt sichergestellt. Konkrete Unterlagen für die Praxis erhalten Sie im Dental Excellence Navigator. Der Dental Excellence Navigator besteht aus 3 Teilen:

1. Notwendiges Hintergrundwissen und Tipps aus der Praxis für das Praxismanagement mit dem „praxisCoach Dental Start-up“, einem Ringbuchordner mit CD-ROM; ca. 220 Seiten; über 100 Abbildungen.
Der „praxisCoach Dental Start-up“ bietet eine Anleitung für erfolgreiches Praxismanagement in 20 Schritten.

Die Autoren erläutern nicht nur die formalen Voraussetzungen einer Praxisgründung, sondern beleuchten auch alle Themen, die für nachhaltigen Erfolg entscheidend sind: vom richtigen Kommunikationskonzept, über sinnvolle Investitionen bis zur Steuerung des Praxisaufbaus durch Controlling.

Aus dem Inhalt des „praxisCoach Dental Start-up“

- Die Praxisgründung/-management in 20 Schritten
- Formale Voraussetzungen
- Erfolgsfaktoren
- Das richtige Kommunikationskonzept
- Sinnvolle Investitionen
- Steuerung des Praxisaufbaus durch Controlling
- Erfolgreiche Abrechnung
- CD-ROM mit Musterberechnungen, Vorlagen und Checklisten



2. Das „Dental Excellence Analyse Paket“ bestehend aus:
a) „PraxisvitalitätsProbe“ – Eine kritische Bewertung Ihres Praxismanagements mit Vergleich zu anderen
b) Patientenzufriedenheit. – Anleitung und Fragebogen für eine anonyme Befragung inklusive statistischer Auswertung

c) Mitarbeiterzufriedenheit – Anleitung und Fragebogen für eine anonyme Befragung inklusive statistischer Auswertung

3. Controlling mit TOWER Software – Aufbau eines betriebswirtschaftlichen Controllings mit Planungsvorgaben für alle Leistungsbereiche, zahnärztliche Behandler (einzeln!), Prophylaxe-BehandlerInnen (einzeln!), Eigenlabor-Techniker (einzeln!)

Was bedeutet Dental Excellence

Dental Excellence bedeutet, gezielte, systematische Weiterentwicklung der Praxis, Benchmarking und Lernen vom Besten, Aufbau gesicherter Daten zur Entwicklung von praxisindividuellen Verbesserungsstrategien, Beratung und Unterstützung durch erfahrene Trainer und Berater, mit denen eine kontinuierliche Zusammenarbeit ermöglicht wird.

Wer ist Dental Excellence

Die Dental Excellence GmbH ist ein auf Zahnärzte spezialisierter Dienstleister für Managementberatung, Training und kontinuierliche Verbesserung. Dental Excellence arbeitet mit strategischen Partnern zusammen. Jeder dieser Partner bringt seine besonderen Kernkompetenzen ein. Die Dental Excellence GmbH ist im Dentalbereich exklusiver Vertragspartner der EFQM in Brüssel und organisiert auf Wunsch die Gruppenvalidierung der Praxen für die Urkunde „Committed to Excellence“. Diese ist zum ersten Mal in Europa für 10 Dental Excellence Partner Praxen verliehen worden.

Der Nutzen für die Praxen

Dental Excellence Praxen wenden professionelle Managementtechniken an und entwickeln sich damit erfolgreich und zielstrebig. Sie differenzieren sich im Markt durch Qualität, Professionalität, Patientenorientierung und motivierte Praxisteams. Dies wird von den Patienten wahrgenommen und durch regelmäßige Befragungen gemessen. Wenn die Qualität als Nutzen erkannt werden kann, lassen Patienten auch über Selbstzahler-Leistungen mit sich reden.

Dauerhaft gesichert wird dies durch

- regelmäßige Selbstbewertung mit Analyse durch Dental Excellence
- Kontinuierlicher Entwicklung und Verbesserung der Prophylaxe
- Teilnahme an Patienten- und Mitarbeiterzufriedenheitsanalysen
- jährliche Benchmarking-Workshops nach dem „best-practice“-Prinzip oder „Lernen vom Besten“

Mit der Herausnahme des Zahnersatzes aus der Standard-GKV-Leistung wird der Wettbewerb um den dann noch nachgefragten Zahnersatz härter. Die Praxis, die sich für den Weg „preisgünstig“ entscheidet, hat den Wettbewerb dank EU-Gesetzgebung und EU-Erweite-



rung nach Osten, aber auch mit der „Praxis um die Ecke“ bereits verloren.

Der Vorteil kann eben nur im mehr an vom Patienten erlebter Qualität liegen. Und die wird dem Prinzip folgen „Jeder Zahnersatz ist nur so gut, wie die Dienstleistung Gesunderhaltung zwischen Zahnarzt und Patient erfolgreich ist.“

Für den Verbraucher oder den Patienten ist die Urkunde der Validierung nach dem EFQM-Standard ein „Leuchtturm“ bei der Suche nach einem Zahnarzt mit hoher Behandlungsqualität und exzellentem Service für gesunde und schöne Zähne.



Volker Scholz

Dental Excellence GmbH
Europaplatz 1
88131 Lindau
Tel.: 0 83 82/2 75 83-0
Fax: 0 83 82/2 75 83-19
E-Mail:
info@dentalexcellence.de
Internet:
www.dentalexcellence.de

Gerichte bestätigen die Abrechenbarkeit dentinadhäsiver Restaurationen

Nachdem der Bundesgerichtshof (BGH) in seiner vielbeachteten Entscheidung vom 23.01.2003 (III ZR 161/02) zur Frage der analogen Abrechnung von dentinadhäsiven Restaurationen noch kein abschließendes Votum abgeben konnte, haben nunmehr in kurzem zeitlichen Abstand zwei Gerichte mit wichtigen Urteilen die von der Zahnärzteschaft vertretenen Positionen bestätigt und damit zugleich den von den privaten Krankenversicherern eingenommenen Standpunkt verworfen.

Von Emil Brodski und Frank Ihde

Ausgangspunkt des seit Jahren schwelenden Streites ist die Frage, ob zahnärztliche Leistungen, die nach der Dentinadhäsivtechnik erbracht werden, nach den GOZ-Nummern 215 bis 217 analog abrechenbar, oder – wie viele Privatversicherer meinen – nur mit den GOZ-Nummern 205, 207, 209 und 211 zu liquidieren sind. Gegen die analoge Heranziehung der höher bewerteten Nummern 215–217 haben die Privaten bislang den Einwand erhoben, dass für eine Analogie gar kein Bedarf bestünde. Ihre Begründung: Die Dentinadhäsivtechnik sei bereits bei Inkrafttreten der GOZ im Jahre 1988 durchaus bekannt gewesen und daher ohne Heranziehung von Analogieziffern abzurechnen. Analogien könnten nur dann gebildet werden, wenn eine zahnärztliche Leistung erst nach dem In-Kraft-Treten der GOZ zur Praxisreife gelangt ist.

Der umstrittene Dreh- und Angelpunkt dieser Argumentationslinie ist die Behauptung, dass die Dentinadhäsivtechnik dem Verordnungsgeber bereits 1988 bekannt war. Obwohl sachlich unzutreffend, haben die Privaten diesen Einwand über Jahre gegenüber Patienten und Zahnärzten aufrechterhalten und die ärztlichen Behandler immer wieder zu wirtschaftlichen Eingeständnissen genötigt. Damit sollte jetzt – eigentlich – Schluss sein.

In bemerkenswerter Klarheit haben sowohl das LG Frankfurt/Main (Urteil vom 24.11.2004, Az.: 2-16 S 173/99) und das OLG München (Urteil vom 07.12.2004, Az.: 25 U 5029/02) die Fehlerhaftigkeit der Argumentation der Versicherer offen gelegt. So heißt es in dem Urteil des OLG München:

„Die essentiellen wissenschaftlichen Arbeiten zum Dentinverbund und zur Entwicklung der Praxisreife wurden erst nach Erlass der GOZ durchgeführt. Wissenschaftlich abgesicherte, brauchbare Materialien lagen erst mit der dritten Generation von Adhäsiven nach Erlass der GOZ vor. Daneben kamen im Seitenzahnbereich wegen der hohen Kaubelastung (und meist größeren Defekten) weitere essentielle Probleme bei den Materialien hinzu, wie ausreichende Frakturfestigkeit und Abrasionsfestigkeit etc., die bei Erlass der GOZ klinisch nicht geklärt waren und somit nicht in Betracht gezogen werden konnten. So durften Kompositfüllungen noch Anfang der 90er Jahre im Seitenzahnbereich nicht verwendet werden, weil sie nicht als praxisreif (wissenschaftlich anerkannt und erprobt) eingestuft wurden.“

Und weiter:

„Die nunmehr klinisch geprüfte Methode bringt nach den gut nachvollziehbaren Ausführungen des Sachverständigen dem Patienten bei geringstmöglicher invasiver Behandlung den meisten Nutzen. Die multiadhäsive (dentinadhäsive) Kompositrestauration kann die minimalinvasiven, substanzschonenden medizinischen Ansprüche in vielen Fällen besser erfüllen als indirekte Restaurationen (Inlays).“

Beide Gerichte haben schließlich auch die Vergleichbarkeit der Dentinadhäsivtechnik zu den in den Gebührensatznummern 215–217 genannten Leistungen bejaht. „Nach den überzeugenden Ausführungen des Sachverständigen Prof. Dr. A.“, so das LG Frankfurt/Main, „ist eine mittels Dentin-Adhäsiv-Bonding-Mehrschicht-Technik gelegte Restauration auf Grund der Komplexität und des Aufwandes mit einem Inlay (Einlagenfüllung) vergleichbar, das nach den Gebührensatznummern 215–217 abgerechnet wird.“ Und einen weiteren nicht unerheblichen Aspekt hat das OLG München unterstrichen: „Der Sachverständige hat in diesem Zusammenhang zutreffend darauf hingewiesen, dass eine bestmögliche, minimalinvasive substanzschonende Versorgung in der täglichen Praxis nur dann umgesetzt werden wird, wenn das Verfahren auch adäquat honoriert wird. Im Falle einer Ablehnung bestünde die Gefahr, dass auf Grund unzureichender Honorierung die weniger invasive, substanzschonende Direktmethode seltener praktiziert wird und nach wie vor wesentlich häufiger invasive und noch teurere indirekte Restaurationen (z.B. Kronen etc.) zum Einsatz kommen. Nach den überzeugenden Ausführungen des Sachverständigen, die sich der Senat zu eigen macht, sind der Aufwand und das Verfahren den adhäsiven (direkten) Inlays sehr ähnlich, sodass eine analoge Abrechnung nach Inlaypositionen GOZ 215–217 als gerechtfertigt angesehen werden muss, ebenso die analoge Abrechnung nach GOZ 214.“ Klartext: Der Fortschritt der Zahnmedizin kann ohne Anreize nicht vorangetrieben werden.

Was tun, wenn ein privater Krankenversicherer ungeachtet dieser eindeutigen Urteile weiterhin meint, an seiner falschen Auffassung festhalten zu müssen, und damit letztlich auch einen Keil zwischen dem Patienten und seinem Zahnarzt treibt?

Natürlich sollte der Zahnarzt seinen Patienten zunächst,

unter Hinweis auf die obergerichtlichen Urteile, über die richtige Sachlage aufklären. In einem zweiten Schritt allerdings wäre einem Patienten, der nicht sofort einen Rechtsanwalt beauftragen will, die Einschaltung der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) anzuraten.

Was wenige wissen

Der staatlichen BaFin obliegt auch die Versicherungsaufsicht. Zu ihren ausdrücklichen Aufgaben und Zielen gehört es im Sinne eines effektiven Verbraucherschutzes die Belange der Versicherten ausreichend zu wahren. Nur wer sich wehrt, kann zu seinem Recht kommen! Die Anschrift der BaFin lautet:
Graurheindorfer Straße 108, 53117 Bonn

Kontakt:

Brodski und Lehner Rechtsanwälte

Rechtsanwalt Emil Brodski
Leopoldstraße 50
80802 München
Tel.: 0 89/3 83 67 50
www.brodski-lehner.de

Ihde & Andrae Rechtsanwalts- und Notariatspraxis

Rechtsanwalt und Notar Frank Ihde
Ferdinandstr. 3
30175 Hannover
Tel.: 05 11/33 65 09-0
www.ra-ihde.de

Zahnärzteforum e.V.

Unsere Antwort auf die Verteuerung beim Factoring

Factoring zu Sonderkonditionen + Partnerabrechnung

Einstiegscondition: **3,2 %** + 1,99 € pro Abrechnungsfall
bei 100 % Ausfallschutz und Sofortauszahlung

Seit Januar 2005 hat das Zahnärzteforum e.V. mit der BFS health finance GmbH (einem Tochterunternehmen des Bertelsmann-Konzerns) einen zuverlässigen und zukunftsorientierten Kooperationspartner gefunden, der Ihnen bei der **Abwicklung Ihres Honorar- und Forderungsmanagements** ein umfassendes und überzeugendes Dienstleistungspaket anbietet – für Mitglieder im Zahnärzteforum e.V. zu Sonderkonditionen.

Die BFS sorgt für eine vollständige, effiziente und schnelle Abwicklung Ihrer Privatliquidation, garantiert Ihnen Honorarsicherheit, reduziert Ihren Verwaltungsaufwand und erhöht Ihre Liquidität. Ferner unterstützt Sie die BFS durch **flexible Teilzahlungsmöglichkeiten für Ihre Patienten** (bis zu 72 Monate zu einem effektiven Jahreszins von 7,8%) und Beratungsangebote rund um das Thema Abrechnung.

Auf der **Homepage** des Zahnärzteforums e.V., unter **www.zahnaerzteforum.de** oder **www.zaef.net**, finden Sie bei **Leistungen/Zahnarztpraxis** weitere Informationen.



Zahnärzteforum e.V.

AUFNAHMEANTRAG per Fax an: **08 00/8 211 000 200** (gebührenfrei)

Hiermit beantrage ich die Mitgliedschaft im Zahnärzteforum e.V.

Titel, Vor- und Zuname

Geburtsdatum

Praxisanschrift:

Telefon (Praxis)

Telefax (Praxis)

E-Mail-Adresse @

Ich bin Mitglied der Zahnärztekammer (Bundesland):

Für den Fall der Aufnahme in das Zahnärzteforum e.V. erkläre ich mich damit einverstanden, dass die obigen Daten in einem Mitgliederverzeichnis des Vereins geführt und veröffentlicht werden dürfen.

Es gilt die Vereinssatzung in der jeweils gültigen Fassung.

Der jährliche Mitgliedsbeitrag beträgt zurzeit 120,- € jährlich. Änderungen der Beitragshöhe unterliegen der Beschlussfassung durch die Mitgliederversammlung.

Bankverbindung: Sparkasse Fürstenfeldbruck, BLZ: 700 530 70, Konto-Nr.: 167 19 16

Ort, Datum, Unterschrift

Ermächtigung zum Einzug von Forderungen mittels Lastschrift

Hiermit ermächtige ich Sie widerruflich, die von mir zu entrichtenden Zahlungen bei Fälligkeit zu Lasten meines Kontos mittels Lastschrift einzuziehen. Wenn mein Konto die erforderliche Deckung nicht aufweist, besteht mittels des kontoführenden Kreditinstituts keine Verpflichtung zur Einlösung. Teileinlösungen werden im Lastschriftverfahren nicht vorgenommen.

Name und genaue Anschrift des Zahlungspflichtigen:

Konto-Nr. des Zahlungspflichtigen

bei Kreditinstitut

Bankleitzahl

Zahlung wegen (Verpflichtungsgrund, evtl. Betragsbegrenzung)

Mitgliedsbeitrag in Höhe von 120,- € jährlich.

Ort, Datum, Unterschrift

Zahnärzteforum e.V. – Herzog-Wilhelm-Straße 70 – 38667 Bad Harzburg – Fon: 0 53 22/55 31 56, Fax: 0 53 22/5 42 79
Vereinsregister beim Amtsgericht Hamburg – VR 15939 – vom 03.11.1998, Finanzamt Goslar, Steuernummer 21/215/90239

Zukunft nach Plan

Die Zahnarztpraxis der Zukunft – wie wird sie aussehen? Und sind Sie fit für das was kommt? Mit dem Blick auf aktuelle Trends lässt sich eine Menge voraussagen und wer das Zukunftsszenario erkennt, ist der Konkurrenz einen großen Schritt voraus.

Kristin Pakura

Unabhängig von den wirtschaftlichen Bedingungen, sorgen medizinisch-technischer Fortschritt, gesellschaftliche Veränderungen und veränderte Patientenerwartungen für einen Wandel. Aber in welche Richtung?

Die Zukunft fragen

Kann man sehen oder erkennen, was sich in der Zukunft ereignen wird? Ja, denn viele Entwicklungen lassen sich prognostizieren, auch wenn die Zukunft nicht im Detail vorhersehbar ist. Moderne Zukunftsforschung kann anhand von kühlen Fakten und rationalen Überlegungen diese Trends und Entwicklungen erkennen. Ein Trend ist nichts anderes als eine strukturelle Veränderungsbewegung. Er steht als Synonym für die Zukunftsrichtung. Dabei gibt es einige Trends, die so stark und so lang anhaltend sind, dass sie wesentliche Lebensbereiche verändern. Sie werden als Megatrends bezeichnet.

Prof. Dr. Norbert Bolz, Professor für Medienwissenschaften an der Technischen Universität Berlin, gilt in Deutschland als „König der Trendforscher“. Er weiß, wo es lang geht und sieht derzeit vier solcher Megatrends. Auf dem High-Tech-Sektor seien das die Kommunikation und die individuelle Mobi-

lität. Die anderen beiden Megatrends bezeichnet er mit Spiritualität und Wellbeing. Ein unverkennbares Beispiel ist die Handyindustrie, die sowohl Kommunikation als auch individuelle Mobilität vereint und regelrechten Suchtcharakter besitzt. Das ist weit mehr als nur die Lust am Kommunizieren.

Individuelle Mobilität ist sowohl Individualisierung als auch Flexibilisierung. Heute in New York arbeiten und morgen ein Wochenende in Paris verbringen, das ist längst nicht mehr ungewöhnlich. Mit Individualisierung ist in erster Linie eine Intensivierung der Beziehung des Menschen zu sich selbst gemeint. Der Einzelne denkt in seinem Streben nach Einzigartigkeit vornehmlich an sich. Dazu gehört, dass die Menschen zunehmend mobil leben, aber auch allein.

Der Megatrend Spiritualität hat übrigens nichts mit Spiritismus zu tun. Ganz im Gegenteil, der Trend weist eher weg vom religiösen Denken. Sondern, dahinter verbirgt sich, dass der Kunde vom Konsum mehr erwartet als die Befriedigung seiner Bedürfnisse. Er sucht darin eine Lebensphilosophie. Ebenso ist Wellbeing oder Wellness mehr als nur Gesundheit und Wohlfühlen, sondern umfasst sämtliche Angebote, um das körperliche Leben zu optimieren.



Kristin Pakura, Volljuristin,
Redaktion ZWP

Megatrend Wellbeing

Schönheits- oder Gesundheitssendungen im Fernsehen oder Fitness- und Ernährungsratschläge in Zeitschriften sind nicht zu übersehen. Wellnessprodukte füllen die Regale, von der Marmelade bis zur Salami. Das Angebot wirkt zum Teil übertrieben, denn alle Anbieter wollen auf der Wellnesswelle mitschwimmen. Der Trend hat Jung und Alt, Frauen und Männer gleichermaßen erfasst. Aber woher kommt dieses neuartige Gesundheitsbewusstsein?

Dahinter steckt der Wunsch eines jeden gesund und lange zu leben, die Lebensqualität zu steigern und einfach länger jung zu bleiben. Das ist mehr als nostalgische Kindheitssehnsucht, sondern der Wunsch nach einem sorgenfreien und unbeschwerten Leben. Eine gute körperliche und geistige Leistungsfähigkeit bis ins hohe Alter wird zukünftig die Norm sein. Die Möglichkeiten dabei sind groß und die technischen Fortschritte rasant. Es geht längst nicht mehr nur um Medizin, sondern um Lifestyle. Um die Gesundheit herum entsteht ein riesiger Sektor von Dienstleistungen und Technologien. In diesem Zusammenhang bekommt der Begriff Gesundheit eine neue Bedeutung. Es ist mehr als nur die Abwesenheit von Krankheiten, sondern Lebenssinn und wird zum Synonym für ein ideales und glückliches Leben. Dabei weist der Weg vom passiven Gesundheitsverständnis hin zu einem aktiven Teilhaben und Vorgehen. Aber auch Wellness ist mehr als gesundes Essen und Entspannung. Matthias Horx, Trend- und Zukunftsforscher, übersetzt Wellness mit einem „allgemeinen und kulturellen Wohlfühlen oder einer psychosozialen Gesundheit im Einklang von Körper und Geist. Dazu zählen ein stabiles Selbstwertgefühl und ein positives Verhältnis zum eigenen Körper.“ Nach Ansicht von Prof. Bolz wird der Luxus der Zukunft daher immaterieller Art sein und vor allem in der persönlichen Aufmerksamkeit liegen. Das führe zu einer regelrechten „Attention Industry“ in der der Mensch selbst das eigentliche Produkt werde. Grund dafür sind gesellschaftliche Umbrüche und Neubewertungen, die das Medienzeitalter mit sich bringt. Als Reaktion darauf suchen die Menschen nach neuen Wegen, ihre Persönlichkeit auszuleben. Prof. Peter Wippermann, Trendforscher und Gründer des Trendbüros Hamburg, formuliert es so: „Die Idee der Solidargemeinschaft weicht zunehmend dem Konzept der Ich-AG. Der Einzelne bewertet sein Leben und begreift sich als Unternehmer in eigener Sache, der kontinuierlich auf der

Suche nach einer Optimierung seiner Verhältnisse ist.“

Auch Prof. Bolz sieht die Grundlage der Wellnessbranche in der Suche des Menschen nach Halt und Sinn und dem Chaos der Wünsche und Erwartungen: „Der Mensch ist mit der Komplexität des Lebens schlichtweg überfordert.“ Gesellschaftlich bedingt erwarten wir heute weder geistliche Unterstützung von der Kirche, noch eine starke Führung von der Politik. Jeder Mensch muss sich selbst Sinn und Richtung geben, ist für sich verantwortlich und hat alles in seiner Hand. Das empfinden wir auf der einen Seite als gut. Die Kehrseite ist aber, dass viele Menschen von dieser Freiheit überfordert sind. Bei all unserem Suchen nach Identität, Lebenssinn und Harmonie brauchen wir Muster der Lebensphilosophie. Und genau hier setzt die Wellnessindustrie an. „Das lässt sich am besten dort anpacken, wo es fassbar ist, nämlich am menschlichen Körper als Präsentation der eigenen Identität“, resümiert Bolz.

Warum erst jetzt?

Man kann sich fragen, warum sich der Megatrend Wellbeing gerade jetzt durchsetzen kann. Die Menschen haben sich doch auch schon vorher dafür interessiert, schön auszusehen und Geld für Kosmetikartikel ausgegeben.

Prof. Bolz erklärt den jetzigen Megatrend mit der historisch bedingten Veränderung der Kundenerwartung. Früher gab es das System der Bedürfnisse, bei dem es schlichtweg darum ging, grundlegende Bedürfnisse zu befriedigen, die des Käufers und des Verkäufers. Der Eine bekam Lebensmittel und Kleidung, hatte es warm und etwas zu essen, der Andere Geld, um das Geschäft zu betreiben und seinerseits davon zu leben. „Mit der Wohlstandswelt von heute hat das jedoch nichts mehr zu tun“, findet Bolz. An die Stelle des Systems der Bedürfnisse sei dann die Wunschökonomie getreten. Im Unterschied zu Bedürfnissen kann man über Wünsche nicht rational Rechenschaft ablegen, sie sind unbewusst und unerfüllbar. Dazu gehört Konsum, obwohl wir eigentlich alles haben. Stellen Sie sich selbst die Frage: Wie viele Jahre können Sie mit der Kleidung auskommen, die im Augenblick in Ihrem Schrank hängt? Sicher mehr als zehn Jahre. Und trotzdem kommen Sie an dem tollen Pullover im Schaufenster nicht vorbei. Shopping ist weit mehr als einkaufen, man kommt voll beladen nach Hause mit Sachen, die man gar nicht unbedingt braucht. Auf der anderen Seite sind klassische Besitz-

tümer heute out, denn die elementaren Grundbedürfnisse der Konsumenten sind längst befriedigt. Der entmaterialisierte Konsum stellt stattdessen Erlebnis und Wertekonsum in den Vordergrund.

Entmaterialisierung bedeutet auch, dass der eigentliche Wert nicht mehr der Gebrauchswert ist. Konsum ohne Zusatznutzen ist passé. Ein Produkt muss einfach mehr bieten als schlichtweg zu funktionieren. Dazu gehört Eventmarketing, bei dem Erlebniswelten geschaffen werden ebenso wie die Vermarktung von Produkten, die für ein Lebensgefühl stehen. Von der Financial Times wurde dazu der Begriff „Philosophie Brands“ geprägt: Eine Lebensphilosophie wird verkauft und das Produkt gibt es gratis dazu. Die Philosophie bildet die Eintrittskarte in eine neue schönere Welt, die sich jeder erträumt. Deshalb haben wir zunehmend auch ein Interesse an immateriellen Gütern. Der Trend der Zukunft geht also weg von der Quantität des Besitzes hin zur Qualität des eigenen Lebens.

In den letzten Jahren ist nach Erklärung von Bolz daher noch eine weitere Entwicklung hinzugekommen: Die kritische Selbstbeurteilung. Bolz formuliert es so: „Eigentlich möchten die Menschen jemand ganz anderes sein.“ Angesichts der täglichen Medienpräsenz und des technischen Fortschritts verwundert es nicht, dass auch kleinste Fehler nicht akzeptiert werden und jeder perfekt sein möchte. „Es ist möglich!“ – diese Botschaft verfolgt uns täglich und vieles ist mittlerweile auch bezahlbar.

Die Zahnmedizin der Zukunft

In der Zahnmedizin liegt zweifellos Zukunftspotenzial. Dazu gehört aber auch die Erkenntnis des Wandels des Zahnarztes. Reparaturmedizin war gestern. Vorsorge und Ästhetik sind heute und morgen. Der moderne Zahnarzt wird in der Zukunft mehr als nur Zahnmediziner sein. Er wird zum Experten rund um den Mund, denn wer kennt sich mit diesem Thema besser aus als er? Ähnlich wie auch die Schönheitschirurgie wird die Zahnheilkunde der Nachfrage nach einem jugendlichen und schönen Aussehen

entsprechen können und müssen. Neben den rein medizinischen Behandlungen zur Wiederherstellung oder Verbesserung der funktionalen Verhältnisse im Mund wird sie sich darüber hinaus auch der kosmetischen Verbesserung des Gesichtsbereichs widmen – der Zahnarzt als Ästhet. Schon jetzt zeichnet sich dieser Cosmetic Dentistry-Trend deutlich ab. Dazu gehören Bleaching und unsichtbare Zahnspangen ebenso wie die Implantologie und Antifaltenbehandlungen. Die ästhetisch-kosmetische Behandlung sichert vor allem aber auch ein zweites Standbein. Denn, wer die täglichen gesundheitspolitischen Diskussionen verfolgt, dem ist schon jetzt klar, dass die Zukunft nicht in der Kassenzahnheilkunde liegt.

Darüber hinaus sollte der Zahnarzt es auch verstehen, den Wellnesstrend zu nutzen und ihn mit der Zahnmedizin kombinieren, damit der Kunde sich rundum wohl fühlt. Den gleichen Stellenwert wie ein angenehmes Ambiente hat dabei auch die individuelle Betreuung. Immerhin verlangen die Kunden, dass sie individuell behandelt werden und der Zahnarzt sich entsprechend Zeit nimmt. Viel Unterstützung kann der Zahnarzt dabei durch technische Hilfsmittel bekommen: intraorale Kameras, interaktive Medien im Wart- und Behandlungsraum und einen professionellen Internetauftritt. Schließlich wird sich dadurch auch die Patientenkommunikation ändern. E-Mail-Kommunikation und E-Mail-Newsletter oder ein SMS-Recall-System gehören für einige heute schon zum Standardprogramm.

Bei all diesen Entwicklungen sollten Sinn und Zweck der auch ästhetischen Zahnheilkunde jedoch nicht verloren gehen. So geht der Trend beispielsweise bei einem Zahnspezialisten aus New York zu weit, der seinen Kunden per Prothese das Lächeln ihrer Star-Idole verschafft.

Nichtsdestotrotz hilft der Blick in das mögliche Morgen, das Heute besser zu verstehen und sich schon jetzt auf die Herausforderungen einzustellen. Die Konkurrenz schläft nicht, da kann man es sich nicht erlauben, aufs falsche Pferd zu setzen. ■

K.S.I.-Bauer-Schraubenimplantat

„Der klassische Einteiler für alle Fälle“



- primärstabil
- sofortbelastbar
- minimalinvasiv
- transgingival

CE 0482

K.S.I.-Bauer-Schraube

Eleonorenring 14 · 61231 Bad Nauheim
Tel. 0 60 32 / 3 19 11 · fax 0 60 32 / 4 507

Die Zahnarztpraxis heute

Zahnmedizin verändert sich. Inhaltlich und politisch. Die Einzelpraxis sieht sich immer mehr neuen großen Klinikzentren gegenübergestellt. Netzwerke und Lizenz-Systeme greifen nach den neuen Möglichkeiten am Rechtshorizont. Praxisfilialen bis hin zu MVZs – medizinische Versorgungszentren – entstehen mehr und mehr. Prof. Meyer, Uni Greifswald, mahnt zurecht uns Zahnärzte an, die Medizin in das Diagnostik- und Therapiekonzept der Zahnmedizin zu integrieren. Und dies bitte viel mehr als bisher geschehen. Zahnmedizin wird multidisziplinär.

Piet Troost

Wie soll und kann ich als Zahnarzt darauf reagieren? Was benötige ich für meinen zukünftigen Praxiserfolg? Wo liegen die Chancen? Eine Standortbestimmung.

Unternehmen Zahnarztpraxis

Noch vor wenigen Jahren waren Begriffe wie „Unternehmer Zahnarzt“ und „Praxis-Marketing“ für die Mehrheit der Zahnärzte inakzeptabel. Heute spüren immer mehr Kollegen, dass sie es selbst sind,

die ihre Freiberuflichkeit gestalten. Und damit verantworten sie es auch in erster Linie selbst, von der Kassenzahnmedizin und womöglich auch von ihrer Bank abhängig zu sein.

Dieses Bild bestätigt sich, wenn man in derselben Stadt zwei völlig entgegengesetzte Entwicklungen beobachtet: in Berlin ruft ein Zahnarzt sein Praxisteam aus dem Ausland an, er habe seine Praxis verkauft. Heute käme sein Nachfolger. Das Praxisteam ist geschockt. Dieser Zahnarzt flüchtet und ist gescheitert. In derselben Stadt baut ein Kollege zum dritten Mal an und investiert in eine innovative Implantatklinik. Beides findet zur selben Zeit statt.

Unternehmen Dentallabor

Auch in der Zahntechnik erleben wir solche starken Kontraste. Den einen Laborleiter haben die Wirren im ersten Quartal 2005 voll erwischt. Er klagt über einen Umsatzrückgang von über 67 Prozent. Das andere Labor kommt mit seinem Procera-Scanner an seine Kapazitätsgrenze und scannt in nur einen Monat über 400 Stümpfe. Das Besondere daran ist: beide Labors befinden sich in derselben Straße ...

Unternehmerische Kompetenz

So wird deutlich, was heute schon viele wissen. Das Prinzip Selbstverantwortung gilt auch in der Dentalbranche. In der rasanten



Behandlungszimmer mit Praxis-EDV.



Professionelle Praxismanagement-Software (hier: Linudent).

Entwicklung der modernen Diagnostik- und Therapiemöglichkeiten ist es absolut zwingend, als Zahnarzt und Laborleiter diese Entwicklung mitzugehen und aktiv zu gestalten. Wer hier den Kopf in den Sand steckt, ahnt nicht, dass in naher Zukunft große strukturelle Veränderungen die Praxislandschaft in Deutschland deutlich verändern werden.

Change Management

Und viele Kollegen wünschen sich genau das. Sie wollen teilhaben an der hochwertigen Zahnmedizin. Sie wollen die vielfältigen, neuen Lösungen auch in ihrer Praxis anbieten und anwenden können. Das hat die IDS in Köln nur allzu deutlich gezeigt. Zahnärzte wollen dabei sein.

Doch vielen fehlt die richtige Strategie. In unzähligen Kollegengesprächen auf unseren Seminaren werden immer wieder dieselben Fragen gestellt: Wie verändere ich meine Praxis? Was muss ich tun, damit ich mit meinem Praxisteam an einem Strang ziehe? Wie vermeide ich, meine langjährigen Patienten nicht mit völlig neuen Methoden und Abläufen zu verprellen? Wie bleibe ich wettbewerbsfähig?

Strategische Praxisführung

Absolut falsch ist es, hier einen blinden Aktionismus zu starten. Oder wie wir in unseren Seminaren gerne verdeutlichen: Management by Dr. Helmut Kopter (seine Freunde nennen ihn „Heli“): landen, Staub aufwirbeln und weiterfliegen.

Der erste Schritt zum langlebigen Praxiserfolg ist immer, eine Vision zu haben. Wie soll meine Praxis mittelfristig (1–2 Jahre) und langfristig (5–10 Jahre) aussehen? Je konkreter man sich am Anfang das Ende vor Augen führt, desto stärker wird auch der innere Antrieb. Das führt zu Erfolgsgewissheit und Mut zur Veränderung.

Der nächste Schritt ist das Mission Statement. Was ist meine Mission? Warum habe ich studiert? Was will ich heute und morgen gerade in meiner Praxis erreichen? Für welche Zahnmedizin steht mein Team und ich? Was ist die Botschaft an meine Patienten? Aus diesen Fragen leiten Sie Ihre persönliche Praxisphilosophie und Ihre Leitsätze ab. In teamorientierten Unternehmen wird dieses Mission Statement gerne in einem repräsentativen Bilderrahmen deutlich sichtbar aufgehängt.

Praxisziele

Sobald Sie als Praxisinhaber wissen, was Sie wirklich wollen – wofür Ihr Herz schlägt –, steht Ihr eigentliches Praxisziel schon fest. Nun werden Sie die zehn wichtigsten Ziele nach Prioritäten sortieren, Sie terminieren und quantisieren diese. Was heißt das? Das heißt, dass eine Bemerkung wie z. B.: „Ich möchte mehr Prophylaxe machen!“ oder „Ich will mit Veneers anfangen“ lediglich Wünsche sind. Sie bleiben unangetastet. Sie werden nicht angepackt. Sie werden vergessen.

Sie als Praxischef haben deshalb Ihre Ziele nach den drei oben genannten Kriterien zu definieren. So entstehen die konkreten Jahresziele wie z. B.: „Unser wichtigstes Jahresziel ist, bis zum 31.12.2005 über 50 Veneers eingegliedert zu haben. Das gesamte Team ist geschult, unsere Patienten wissen von den neuen Möglichkeiten und sind begeistert von unserem neuen Service.“

Praxismanagement

Um nun wirklich diese Ziele zu erreichen, zerlegen Sie Ihr Praxisziel in einzelne kleine Schritte. Für eine neue Disziplin benötigen Sie neue Materialien und Geräte. Ihr Team und Sie selbst müssen geschult werden. Und Ihre Patienten informiert. So gilt es jetzt vor allem, dass Sie Ihr komplettes Team mit einbinden, indem Sie möglichst viele Einzelaufgaben delegieren. Berücksichtigen Sie dabei besonders die Stärken Ihrer einzelnen Angestellten. Sorgen Sie dafür, dass jeder Mitarbeiter das gemein-

same Praxisziel kennt und auch verinnerlicht hat. Dies ist die beste Motivation für Ihre Mitarbeiter.

Jetzt fehlt nur noch die Budget- und Zeitplanung. Legen Sie fest, welche Kosten wann auf Sie zukommen werden. Definieren Sie Meilensteine, welche Einzelschritte Sie wann im laufenden Jahr erreicht haben wollen. So gewappnet haben Sie alles dafür getan, dass Ihr neues Projekt zum vollen Erfolg wird.

Viele hunderte Zahnärzte berichten uns, dass Sie mit dieser professionellen Strategie tatsächlich Ihre Ziele erreicht und manchmal sogar weit übertroffen haben. Interessant ist dabei, dass ein erstes erfolgreiches Praxisziel neue Kräfte freisetzt, seine Zahnmedizin weiter zu verbessern.

Praxisausstattung

Was braucht man nun als Zahnarzt heute und morgen? Was ist wirklich nötig? Aus unserer Sicht und langjährigen Erfahrung in unseren Seminaren können wir Folgendes feststellen:

Der erste Eindruck zählt. Zu einer hochwertigen Zahnmedizin gehört natürlich auch ein entsprechendes Ambiente. Praxisempfang, Corporate Identity, Geschäftspapiere usw. signalisieren Ihren Patienten von Anfang an, mit welcher Detailliebe Sie und Ihr Team vorgehen. Doch neben den Äußerlichkeiten ist viel wichtiger, dass Sie Ihre Zahnmedizin mit Ihrem Team auch selbst leben. Tragen Ihre Helferinnen noch Amalgam? Dann fangen Sie doch an und bieten Ihrem Team eine Versorgung mit Vollkeramik an. Sie werden sich wundern, wie Ihr Team mit dieser eigenen Erfahrung auf Ihre Patienten zugeht.

Strategische Partnerschaften

Unser gemeinsames Ziel ist es, unseren Patienten möglichst viel an den Innovationen der Zahnmedizin teilhaben zu lassen. Dabei ist primär gar nicht entscheidend, dass Sie alles selbst in Ihrer Einzelpraxis anbieten. Dies ist unrealistisch und überfordert die meisten Kollegen. So lautete unsere Botschaft auf der letzten Praxistrend-Tour: bil-

ANZEIGE

Flächendesinfektion
in Bestform:

Mikrocid® AF

Generation 2005
der Erfolgsmarke
Mikrocid®
zur Flächendesinfektion:
**umweltbewusst,
schonend,
wirkungsvoll !**

ICH DENK AN MICH



S&M DENTAL HYGIENE CARE



Gibt für alle:
Aldehydfrei

HOCHLEISTUNGSMARKEN FÜR IHRE PRAXIS

Schülke+Mayr 

www.schulke-mayr.com + mail@schulke-mayr.com + Fon 040 - 521 00-000 + Fax 040 - 521 00-000 + 22840 Norderstedt



Digitales OPG und Fernröntgen (hier Gendex).

den Sie Teams! Suchen Sie sich einen Implantologen, wenn Sie selbst nicht implantieren. Suchen Sie sich einen Endo-Spezialisten. Nicht für alle Wurzelbehandlungen, sondern für die 20 Prozent schwierigen Fälle. Suchen Sie sich des Weiteren einen Kieferorthopäden, der auch erfahren in Erwachsenen-KFO ist. Und schließlich suchen Sie sich ein Partnerlabor, das Sie schon bei der Fallplanung unterstützt. Dazu benötigen Sie einen Zahntechniker, der in Modelldiagnostik und instrumenteller Funktionsdiagnostik (= ARTI-CHECK) fortgebildet ist. Wie der Architekt seinen Statiker bemüht, so ist eine gemeinsame Entwicklung der Patientenlösung für die erfolgreichen Zahnärzte und Labors selbstverständlich: von der Modellanalyse über Wax-up bis hin zu Laborprovisorien und Bohrschablonen für Implantate.

Grundausstattung Einzelpraxis

Ein großes Thema ist dieses Jahr die Praxishygiene. Tatsächlich wurden bereits in NRW einzelne Praxen geschlossen, da die gesetzlichen Bestimmungen nicht eingehalten wurden. In England macht eine Praxiskette damit Werbung, Thermodesinfektoren einzusetzen. Warum? Weil die Mehrheit der englischen Praxen diese nicht besitzen. Somit stellt sich dies als Wettbewerbsvorteil dar: „Tue Gutes und sprich darüber!“, lautet die Devise.

Lupenbrille oder Mikroskop, Digital-Röntgen und Kofferdam sind Lösungen, die

heute in einer modernen Praxis nicht fehlen dürfen. Entscheidend ist auch das gesamte Spektrum der adhäsiven Zahnmedizin. Hochwertige Komposits, Veneers und vollkeramische Inlays, Kronen und Brücken gehören inzwischen dazu. Und auch wenn Sie selbst nicht implantieren: Sie müssen Implantate in Ihrem Angebot haben. Besser heute als morgen.

Patientenberatung heute

All die schönen Lösungen nützen nichts, wenn nicht unsere Patienten diese auch wollen. Entscheidend ist also, wie gut Sie Ihre Patienten über die neuen Möglichkeiten auch informieren. Für die Patientenkommunikation empfehlen wir Ihnen unbedingt, Ihre eigene Praxis-Fotomappe zu gestalten. Aus unserer Erfahrung gelingt Ihnen der größte Beratungserfolg dann, wenn Sie Bilder von Ihren eigenen Arbeiten zeigen. So schön Bildatlanten und Schaumodelle sind (wir setzen diese im Point Center fast nicht mehr ein): Ihre Helferinnen können mit viel mehr Begeisterung beraten, wenn Sie mit Stolz Ihre hochwertigen Arbeiten zeigen dürfen. Was für ein Unterschied! Hunderte Praxen berichten uns, dass Sie damit Ihren Erfolg in der Beratung deutlich steigern konnten. In unserem Seminar „Die Point Beratung“ leiten wir Ihre Helferinnen dazu an, wie sie mit Dentalfotografie, Dental Imaging in wenigen Minuten und professionellen Farbausdrucken zum Ziel kommen.

Mehr Wettbewerb

Der Wettbewerb zwischen den Zahnarztpraxen wird steigen. Mit der richtigen Strategie und einer konkreten Umsetzung in Ihrer eigenen Praxis haben Sie alle Möglichkeiten, nicht nur in Zukunft weiterhin erfolgreich zu sein, sondern neue und größere Therapieerfolge zu erleben. Unabhängig von Kassenlage und Berufspolitik hilft uns allen nur eins: die Konzentration auf die Grundbedürfnisse unsere Patienten. Point definiert diese als langlebig, unsichtbar und bezahlbar. So ist der strategische Ansatz nicht „Qualität um jeden Preis“.

Wir im Point Center stehen für hohe Qualität zu bezahlbaren Preisen für jeden Patienten zugänglich. Dies ist die Zahnmedizin, die wir mit Leidenschaft leben. So wünschen wir auch Ihnen von Herzen viel Erfolg bei der Umsetzung Ihrer persönlichen Praxisziele.

Für die beste Zahnmedizin. Für unsere Patienten. ■

Design in Zahnarztpraxen

Dass die Zufriedenheit des Patienten heutzutage für die moderne Zahnarztpraxis eines der wichtigsten Ziele darstellt, ist unumstritten. Neue wirtschaftliche Rahmenbedingungen auf dem Gesundheitssektor, eine erhöhte Zahlungsbereitschaft und zunehmende Sensibilität in Bezug auf die körperliche Gesundheit und Attraktivität lassen den Patienten immer mehr zum selbstbewussten, kritischen Kunden werden, dessen Bedürfnisse es zu befriedigen gilt.

| Dipl.-Ing. Ina Schönwälder

Um eine nachhaltige Kundenbindung aufzubauen, sollte dem Patienten neben Professionalität, Zuverlässigkeit und sehr gutem Service auch eine gut designte räumliche Situation geboten werden, die Sicherheit, Geborgenheit und Harmonie vermittelt und darüber hinaus die Philosophie des Inhabers kommuniziert.

Wahrnehmung der Patienten

Leider herrscht gerade im privaten Praxisbereich eine totale Unterversorgung an guter Gestaltung. Allenfalls Technikbegeisterung dominiert das Geschehen – Design, Formsprache, Ästhetik und Farbkonzeption werden chronisch vernachlässigt. Dabei nimmt der Patient die gewieften Feinheiten der technischen Ausrüstung gar nicht wahr ... ihn (oder sie) beschäftigen ganz andere Wahrnehmungen: Das Praxisschild an der Fassade ist eine behördenhafte Nullachtfünfte-Lösung. Im Treppenhaus bedrängt ihn unangenehm „medizinischer“ Geruch. Die Rezeption: gespickt mit Notizzetteln, Comic-Kaffeetassen und verstaubten Seidenblümchen. Danach: die abweisende Jämmerlichkeit des Wartezimmers, enge zugestellte Flure, zusammengewürfeltes Mobiliar in allen Ecken. Der Behandlungsraum: Ein kleines Museum mit den zwangsoriginellen Give-aways der Pharma- und Dentalbedarfsbranche – und stereotypes, ambitionsloses Möbeldesign der Praxiseinrichter. Ob Schmerzpatient oder nicht, spätestens jetzt ist die buchstäbliche Schwellenangst Programm.

Die physische Qualität der Umgebung beeinflusst das psychosoziale Wohlbefinden erheblich – diese Erkenntnis ist nicht neu. Immerhin: eine kleine Gruppe von Medizinern hat erkannt, dass heutzutage im Praxisbereich andere Konzepte entwickelt werden müssen, als die Praxiseinrichter sie bisher anbieten. Doch wie können sie aussehen, die neuen Konzepte, lässt sich eine allgemeingültige Strategie entwickeln, ein Leitfaden durch den Dschungel von Gestaltungskriterien?

Voraussetzung ist, dass Qualität und Charakter der gestalteten Umgebung als wirkungsvolles Instrument zur Unterstützung und Verbesserung des Wohlbefindens, sowohl der Patienten als auch des Teams verstanden werden. Die Funktion von Architektur, Kunst und Design besteht darin, unseren Geist herauszufordern. Architektur wirkt sich direkt auf die Sinne aus und steht damit in unmittelbarem Zusammenhang mit Behaglichkeit und Wohlbefinden. Ein Zahnschmerzgeplagter Mensch nimmt seine Umwelt anders wahr, deshalb ist dieses Einbringen emotionaler Faktoren zwingend. Die Sinnlichkeit von Materialien, Oberflächen, Licht, Form und Farbe sind emotional wirksam, stimulieren, entspannen und fördern Vertrauen.

Ein zweiter Fokus liegt auf dem Arzt, seiner „Praxisphilosophie“ und Teamempfinden. Eine Bestandsaufnahme und Diagnose, die ja auch jeder zahnärztlichen Behandlung vorausgeht, klärt Bedürfnisse und Befindlichkeiten zu Beginn des Planungsprozesses. Der Bauherr liefert den Input über Zielrichtung, organisa-

kontakt:

Dipl.-Ing. Ina Schönwälder

Dammstr. 38

31134 Hildesheim

Tel.: 0 51 21/3 39 36

E-Mail: ina_schoenwaelder@web.de

www.ina-schoenwaelder.de



Die Praxis als Raumerlebnis, als die Sinne schmeichelndes Zusammenspiel von Form und Licht, Farbe und Klang: Das von Ina Schönwälder entworfene Prophylaxezentrum Hildesheim.

torische, logistische und finanzielle Rahmenbedingungen. Gemeinsam im Dialog mit dem Architekten muss daraus ein Praxiskonzept entwickelt werden, das die Bedürfnisse der Patienten berücksichtigt, sich an den Besonderheiten der Praxis orientiert und die Persönlichkeit des Praxisinhabers kommuniziert.

Gestaltung der Praxisräume

Die wichtigste Rolle spielt die Gestaltung der Praxisräumlichkeiten. Dabei entscheidet die Wirkung einzelner Formen, Farben und Materialien darüber, ob eine Praxis Vertrauen erweckt oder eher abweisend wirkt und wie weit sich der Patient mit der Praxis identifiziert. Mehr noch: der Patient erkennt unmittelbar und persönlich, wie authentisch die Praxis ihre Philosophie durch ihr Erscheinungsbild ausdrückt. Hochwertige Zahnmedizin und Serviceorientierung benötigen ein adäquates Erscheinungsbild der Praxisräume, um glaubwürdig vermittelt zu wer-

den. Die Art der Gestaltung hängt freilich von der eigenen Praxisphilosophie und letztlich von der auch gewählten Zielgruppe ab: z. B. fühlen sich Kinder in einem anderen Praxisambiente wohler als Senioren. Adjektivpaare wie konservativ/modern, streng/verspielt, repräsentativ/wohnlich, technisch/emotional usw. helfen bei der Erstellung eines ganz individuellen Gestaltungsprofils.

Idealerweise finden sich die Akzente, die in der Praxisgestaltung gesetzt werden, in der Aufmachung weiterer Praxismedien wie Logo, Briefpapier, Terminzettel oder auch Praxiskleidung wieder. Dieser Wiedererkennungseffekt hilft dem Patienten, sich mit der Praxis zu identifizieren, was wiederum zur Stärkung der Praxis als Marke und letztlich zur Schaffung von Vertrauen beiträgt.

Das Hinterfragen von Zielsetzung, Philosophie und Zielgruppe, das Einbringen von persönlichen Erfahrungen und Wertvorstellungen, die Diskussionen und Auseinandersetzungen von Arzt und Architekt werden schließlich in eine möglichst individuelle Architektursprache umgesetzt.

Ein gelungenes Design

Als konkretes Beispiel möchte ich Ihnen das von mir gestaltete Prophylaxezentrum in Hildesheim vorstellen, welches in sehr engem Dialog mit den Bauherren (meinem Ehemann Dr. Andreas Bormann und seine Schwester Dr. Cornelia Bormann) entstand. In diesem Falle musste Vertrauen zwischen Gestalter und Arzt nicht mehr erworben werden, sondern war schon vorhanden, was sich im Planungsprozess deutlich positiv auswirkte – ein nicht unwesentlicher Faktor für gutes, individuelles Praxisdesign. (Fragen Sie nicht den Arzt oder Apotheker, sondern den Architekten Ihres Vertrauens!) Die Praxis war in den 80er Jahren vom Vater gegründet worden, solide eingerichtet von der Dental- Einrichtungsbranche, funktional, konservativ, das Erscheinungsbild austauschbar. Die Bereitschaft der Patienten, sich aktiv um ihre Zahngesundheit zu bemühen, und die zunehmende Nachfrage nach Individualprophylaxe und Bleaching waren in den alltäglichen Praxisbetrieb nur unzureichend zu integrieren. Man entschloss sich zu expandieren und die über der Praxis liegenden Räumlichkeiten anzumieten.

Prophylaxe ist eine von den Versicherungen nicht gedeckte Leistung. Der Patient wird zum Kunden, der sich eine Dienstleistung einkauft. Um eine nachhaltige Kundenbindung aufzubauen, wollte der Bauherr auch Lifestyle vermitteln, der sich unter anderem in einem auf die

Z-Systems Informationstour zum ersten zertifizierten Implantat aus Zirkonoxid

Weltpremiere – Das erste zugelassene Implantat aus Zirkonoxid.

13.06. – 17.06.2005 Leipzig – München – Stuttgart – Frankfurt – Köln

Informieren Sie sich, stellen Sie Fragen und tauschen mit Kollegen Ihre Gedanken und Meinungen zu unserem Z-Lock Implantat aus Zirkonoxid aus. Nach dem großen Interesse auf der IDS in Köln bieten wir Ihnen hierzu auf einer deutschlandweiten Informationstour die Gelegenheit.

Als erster und bislang einziger Hersteller hat Z-Systems auf die hohe Nachfrage von Patienten nach metallfreien Implantaten reagiert. Nach über vierjähriger Forschungs- und Entwicklungsarbeit wurde das Z-Lock Implantat der Firma Z-Systems im Sommer

2004 als das weltweit erste Zirkonoxidimplantat zugelassen und zertifiziert.

Dr. Ulrich Volz aus Konstanz, Entwickler des Z-Lock Implantatsystems, informiert Sie mit eindrucksvollen klinischen Bildern über die Anwendung, die Einsatzgebiete und die Erfolgsquote des Z-Lock Implantates.

Nach dem Vortrag bietet sich in lockerer Atmosphäre die Gelegenheit zu einem kollegialen Gedanken- und Erfahrungsaustausch mit den Referenten und Anwendern, bei Fingerfood und einem Gläschen Wein.

PROGRAMM

19.00 Uhr – 19.15 Uhr

Begrüßung Steffen Kahdemann, Vorstand, Z-Systems AG

19.15 Uhr – 21.00 Uhr

Vortrag Dr. Ulrich Volz, MM Tagesklinik Konstanz

Themen:

- Wissenschaftliche Grundlagen zur Anwendung von Zirkonoxid in der Medizin seit 20 Jahren
- Herkunft, Herstellung und Eigenschaften des Werkstoffs Zirkonoxid
- Implantate aus Zirkonoxid. Biokompatibilität, Stabilität, Osseointegration, Gewebeverhalten
- Das Z-Lock Implantatsystem
- Klinische Erfahrungen, Indikationen und Besonderheiten anhand von Fallpräsentationen
- Von der OP-Planung bis zur Nachsorge und der prothetischen Versorgung
- Kriterien zur Zulassung als zertifizierter Anwender

21.00 Uhr

Gemütliches Beisammensein bei Fingerfood, Bier und Wein

Teilnahmegebühr: 67,- Euro (inkl. MwSt.)

Veranstaltungsorte:

13.06.2005 Leipzig
NH Hotel Leipzig Messe

14.06.2005 München
Center of Dental Education- Gauting

15.06.2005 Stuttgart
Best Western Hotel Ketterer

16.06.2005 Frankfurt am Main
NH Hotel Frankfurt / Mörfelden

17.06.2005 Köln
NH Hotel Köln City

Diese Veranstaltung wird unter Anerkennung der Leitsätze für Fortbildung der DGZMK und BZÄK durchgeführt. Für die Teilnahme erhalten Sie 3 Punkte für Ihren Fortbildungsnachweis.

Anmeldung per Fax oder Post zu Händen an:

Frau Constance Paul, Z-Systems AG, Lohnerhofstr. 2, 78467 Konstanz, Tel.: 0 75 31/81 91 87
Fax: 0 75 31/81 91 88, E-Mail: support@z-systems.de, Internet: www.z-systems.de

- ☐ Leipzig, 13. 06. 2005 ☐ München, 14.06. 2005 ☐ Stuttgart, 15. 06. 2005
☐ Frankfurt, 16. 06. 2005 ☐ Köln, 17. 06. 2005

Name

Vorname

Straße

PLZ/ Ort

Telefon

E-Mail

Stempel

Die Weltneuheit



Implantate aus
100 % Zirkonoxid

www.z-systems.de

systems
Zirkonoxide Solutions

Z-Systems AG
Lohnerhofstraße 2 :: 78467 Konstanz, Germany
Fon +49 7531 819187 :: support@z-systems.de

Klientel abgestimmten Design der Räumlichkeiten äußert. Die Assoziation „Zahnarztpraxis“ sollte sowohl räumlich als auch akustisch und geruchstechnisch vermieden werden. Es galt, eine Atmosphäre zu erzeugen, die mehr als nur Keimfreiheit und solides zahnärztliches Handwerk verspricht. Eine perfekte räumliche Ästhetik, kombiniert mit Wohlgefühl und Geborgenheit, sollte mit der angebotenen Dienstleistung – den makellos sauberen Zähnen, dem strahlend gesunden, weißen Gebiss – korrespondieren. Ausgehend von diesem Gestaltungsanspruch inszenierten wir eine künstliche, introvertierte Welt, die sowohl in ihrer Formensprache als auch in der Wahl der Materialien den Anspruch signalisiert, sich von der herkömmlichen Zahnarztpraxis abzugrenzen. Eine kleine „Wellnessoase“, in der man für eine Weile die reale Welt ausblenden kann.

Um das Gefühl von Geborgenheit zu vermitteln, wählten wir eine organische, von den vielen Kunden mittlerweile oft als „Schneckenhaus“ oder „Embryonalkreis“ assoziierte Form. Ins Zentrum des neu strukturierten Grundrisses rückten wir den Wartebereich, der von einem skulpturalem, kreisförmigem nicht raumhohen Wandsegment umschlossen wird. Dieses fällt spiralförmig von zwei Meter auf einen Meter ab und leitet den Ankommenden ganz selbstverständlich in den Wartebereich im Inneren der Spirale. Die Höhenentwicklung des Raumteilers ermöglicht auch sofort einen Überblick über die räumliche Situation und erleichtert so die Orientierung und damit das subjektive Sicherheits- und Geborgenheitsgefühl. Der Wartebereich hat mit traditionellen Wartezimmern wenig gemein. Intention war vielmehr, eine (neudeutsch:) „Chill-Out-Zone“ zu schaffen, in der die Gefühle der Patienten vor der Behandlung beruhigend beeinflusst werden. Unterstützt wird diese Intention durch ein in die Wand eingelassenes Aquarium. Das beständige Aufsteigen von Luftblasen und die gleitende Bewegung der Fische – intakt wirkende Natur in dieser künstlichen Welt – stimulieren die Sinne positiv.

Wesentliches Gestaltungselement der Praxis ist das Lichtdesign. In der eigenen introvertierten Welt unseres Konzeptes ist der Außenraum weitgehend ausgeblendet. Vor die Außenwand der Behandlungszimmer und der Rezeption wurden raumhohe, mit semitransparenter Projektionsfolie bespannte Rahmen verschiebbliche Rahmen gestellt, die von hinten in farbigem Wechsel beleuchtet werden. Die Lichtfarbe ist für jeden Raum separat steuerbar, sodass unterschiedliche Farb- und Raumstimmungen erzeugt werden können. Abhängig von der von außen einfallenden Lichtintensität verändert sich das Erscheinungsbild, von pastellig dezent an einem hellen Sommertag, bis expressiv blau, grün, gelb oder rot an einem dunklen Wintertag und am Abend. In den Behandlungszimmern wirkt das skizzierte Lichtkonzept pur, da hier das Ambiente auf das absolute Minimum reduziert ist. Ein Behandlungsstuhl – hier wählten wir den grazilsten, der auf dem Markt zu haben ist – objekthaft in der Mitte des Raumes platziert: mehr Zahnarzttechnik braucht kein Mensch! Die Schränke sind in Raumnischen integriert und treten nicht in Erscheinung. Beamer projizieren beruhigende, der Natur entsprungene Bildsequenzen, spielerisch durch das Wasser gleitende Delfine, im Wind wogende Mohnblüten etc. an die Decke über den Behandlungsstühlen. Airfresh verströmt zarten Limonen- oder Lavendelgeruch, auch die Nase wird vom typischen „Zahnarztgeruch“ befreit.

Ein weiterer wichtiger Wohlfühlfaktor ist Musik. Musik beeinflusst aktiv und passiv die Gesundheit und reduziert bei Behandlungen und im Wartezimmer Stress und Angst. Sanfte Jazzklänge, Reiki oder auch Mozart runden die ästhetische Wirkung von Architektur und Design zu einem komplexen und doch eingängigen Ganzen ab. Ein architektonischer Idealfall, konzeptionelle Theorie? Mitnichten. Zweieinhalb Jahre nach der Eröffnung beweisen die stetig steigenden Stammkundenanzahlen, aber auch die Stimmung im Personal, beeindruckend, dass hier ein Konzept aufgegangen ist, das zu Weiterentwicklung und Variation buchstäblich einlädt. ■

PerioChip

Chlorhexidinbis (D-gluconat)

**Das EINZIGE
nicht-antibiotische,
lokal applizierbare
Arzneimittel,
das sich bei
Parodontitis
als Begleittherapie
zu SRP empfiehlt.**



PerioChip



Weil jeder Zahn zählt.

Kostenlose Hotline:

Tel. 0 800 / 2 84 37 42

www.dexcel-pharma.de

DEXCEL
PHARMA GmbH

„Designpreis der Deutschen Zahnarztpraxen“

Zeigt her eure Praxis!

Diesen Sommer wird es zum vierten Mal in Folge heißen: Die ZWP vergibt den „Designpreis der Deutschen Zahnarztpraxen“. Im Frühjahr des Jahres 2002 rief Verleger und Vorstandsvorsitzender der Oemus Media AG Torsten Oemus erstmals den „Designpreis der Deutschen Zahnarztpraxen“ aus und seitdem wird er jährlich an eine Zahnarztpraxis verliehen und im ZWP spezial veröffentlicht.

| Carla Schmidt

Jeder Zahnarzt muss sich neben der Standortwahl seiner Praxis, den Räumlichkeiten und der gewünschten Zielgruppe auch Gedanken zur Praxiseinrichtung machen. Aber, was ist Design?

Was ist Design?

Okay, wir sehen ein, dass eine Zahnarztpraxis freundlich, hell und hygienisch sein muss – aber was spricht für hygienische Tristesse und gegen Individualität? Sterilität und Anonymität sollten nicht die Beschreibungsmerkmale Ihrer Praxis sein, sondern eine gelungene Symbiose aus Funktionalität und Design. Patienten gehen seit der Einführung der Praxisgebühr seltener zum (Zahn-)Arzt, sodass viele (Zahnarzt-)Praxen deutliche Umsatzeinbußen zu beklagen haben, doch da (Zahn-)Ärzte immer auch Unternehmer sind, müssen sie sich nun öfter etwas einfallen lassen, um Patienten, die immer auch Kunden sind, an sich zu binden oder neu zu gewinnen. Immer öfter wird daher in eine Umgestaltung der (Zahnarzt-)Praxis investiert, um sich durch stilvolle Räumlichkeiten einen Vorsprung vor der Konkurrenz zu verschaffen. Überzeugen müssen Sie natürlich mit Ihrer sozialen und fachlichen Kompetenz als Zahnarzt, aber gegen ein geschmackvolles Ambiente in der Praxis gibt es nichts einzuwenden. Das Wohlfühlambiente, das dem Patienten die Angst vor der medizinischen Behandlung nimmt und gleichzeitig Ihre Praxisabläufe optimiert, wird sich in vielerlei Hinsicht positiv auswirken. Die erste Begegnung Ihrer Patienten mit der Praxis ist

mit den Augen – und diese Begegnung muss dem Patient gefallen! Ihre Kompetenz kommt dann danach.

Bewerben Sie sich!

Wie freuen uns über die große Resonanz zu unserem Designpreis, die sich das ganze Jahr in Form von Anfragen, Interessenten und Einsendungen widerspiegelt. Vom ersten ZWP spezial „Praxiseinrichtung“ 2002 zum „Chill out beim Zahnarzt“ 2003 bis hin zu „Lounges in der Zahnarztpraxis“ 2004, sind wir auf Ihre Einsendungen in diesem Jahr gespannt.

Ihr Gewinn ist ein hochwertiges Praxis-schild mit der Aufschrift: „Designpreis 4“ mit dem Namen der Praxis und des Architekten. Als weitere Gewinne locken Abonnements und Veranstaltungsgutscheine aus unserem Haus. Der Preisträger und weitere herausragende Praxen werden in unserer Publikation ZWP spezial 6-2005 vorgestellt. II

bewerbung:

Schicken Sie uns bis zum 3. Juni
2005 Ihre Unterlagen an:

Oemus Media AG
ZWP Redaktion

Stichwort: Designpreis 2005
Holbeinstr. 29, 04229 Leipzig

Bei Fragen rufen Sie uns unter Tel.:
03 41/4 84 74-130 an.

Was wir brauchen:

- **Eckdaten:** Praxisgröße, Grundriss (wenn möglich), Anschrift, Telefon, E-Mail und Website des Designer/Architekt, Anschrift, Telefon, E-Mail und Website des Möbelausstatters, Name der Behandlungseinheit
- **Konzept:** kurze Beschreibung des Praxisdesigns und der Praxisphilosophie („innenarchitektonischer Lebenslauf“)
- **Fotos:** aussagekräftiges Bildmaterial (als Ausdruck und in digitaler Form), die Bilder müssen für eine eventuelle Veröffentlichung vom Fotografen freigegeben sein.

The Dental Key Look – Die Internetbrücke zum Patienten

Das Medium Internet ist eine ideale Plattform, auf die Patienten immer öfter zugreifen. Im Vergleich zu anderen Medien besteht nicht nur die Chance einer Multi-Media-Präsentation, sondern auch die interaktive Nutzbarkeit. Aufmerksamkeitsstarkes Web-Design wird den User mehr als einmal einen Blick durchs Schlüsselloch werfen lassen.

| Ursula und Bernd Wenzlaw



Ursula Wenzlaw



Bernd Wenzlaw

kontakt:

**ARTE WebDENTector –
Dent Web-Design & Marketing**

Bernd Wenzlaw

Ewald-Sträßer-Weg 1

51399 Burscheid

Tel.: 0 21 74/76 87 22

Fax: 0 21 74/76 87 22

E-Mail: Info@dentector.com

www.dentector.com

Die Auswahl der Instrumente und eine gelungene Komposition machen Eyecatcher aus, der dann auch im Gedächtnis hängen bleibt. Der Internetauftritt ist ein Marketing- und Kommunikationsinstrument, das eine Praxis zum gewünschten Erfolg führt. Der erste Mutige, der sich dieses Werkzeug zu Nutze machte, war Dr. Michael Vorbeck aus Trier, der sich 1996 mit der Landes Zahnärztekammer auseinander setzte und mit Erfolg den Grundstein legte. Trotzdem nutzen fast zehn Jahre später nur 10 % der Zahnarztpraxen dieses einmalige Forum – eine magere Auslese.

Neue Medien nutzen

Viel zu oft ist noch zu hören: „Nein danke“, „Brauche ich das wirklich?“, „Viel zu kostspielig“. Spiegeln sich hier die üblichen Einwände der eigenen Patienten, die auch „nie Geld haben“, wider? Seien wir doch mal ehrlich, das ist selten der wahre Grund. Der fortlaufende Konkurrenzdruck ist auch bei Zahnärzten nicht zu dementieren. Wettbewerb ist eine tagtägliche Begleiterscheinung unseres Alltags und bietet jedem eine reale Chance sich zu profilieren. Die Annahme, dass hier ausschließlich neue Patienten gewonnen werden sollen, ist unzureichend. Die Maßnahme einer Internet Offensive bedeutet, ein Service und Informationsportal auch für den Stammpatienten einzurichten.

Die Mehr-Wert-Praxis

Der Wert einer Praxis misst sich immer an dem Wert, der dem Patienten beigemessen wird. Auch im Unternehmen Zahnarztpraxis

muss der Patient es wert sein, Informationen über eine Internet-Performance anzubieten. Der „Neue Patient“ erwartet dabei auch informiert zu werden, um kausale Erkrankungen besser verstehen zu können. Erst dann, wenn er Nutzen und Notwendigkeit verstanden hat, wird er dafür Geld investieren. Intuitive Wertschätzung (Qualität) basiert auf Emotionalität, und nicht auf rationaler Ebene.

Kompetente User

Etwa 50 % der Bevölkerung verfügen über einen Internetanschluss und es werden täglich mehr und glauben Sie nicht, hier nur junge, dynamische Männer anzutreffen. Rentner gehen nicht mehr nur im Park spazieren, Frauen können sehr wohl mit Technik umgehen und auch auf dem Land ist „Computer“ kein Fremdwort.

Bei 6,6 Millionen Behinderten in Deutschland wird auch das in den letzten zwei Jahren aufgekommene Thema „Barrierefreies Internet“ immer wichtiger für den Gesundheitsbereich werden.

Globale Vernetzung

Die heutige Zeit bietet weltweite Präsentations- und Kommunikationsmöglichkeiten, die Zeit sparend, kostengünstig und schnell sind. Die E-Mail-Adresse auf dem Anamnesebogen sollte zur Selbstverständlichkeit werden für Recall-Systeme und diverse andere schriftliche Mitteilungen. Die digitale Verbindung zu professionellen Partnern, wie das Dentallabor, Depots und Kollegen wird unsere Zukunft sein. Bildmaterial, Röntgen-

bilder und Laborergebnisse treten die Reise nicht mehr auf dem konventionellen Weg an. Der immer wieder diskutierte Wunsch nach mehr kollegialer Zusammenarbeit (Networking), um den Patienten als Ganzheit zu erfassen, kann durch die kommunikative, effiziente Vernetzung realisiert werden. Noch ist dies ein Datenschutzproblem mit der Befürchtung um den „gläsernen Patienten“. Aber im orwellischen Zeitalter sind wir davon nicht mehr weit entfernt.

Patientenbindung mal anders

90 % der klassischen Werbung landen erst in der Tasche und dann unbeachtet im Papierkorb. Wer eine Homepage besucht, hat jedoch von vornherein Interesse. Sie bietet die Möglichkeit für den Patienten, die Zahnarztpraxis aus einer anderen Perspektive zu betrachten.

Das Medium Internet unterscheidet sich von den üblichen aber auch insofern, dass es in der Lage ist, zu kommunizieren. Die richtige Einstellung zu modernen Marketingstrategien bedeutet: Kontinuierliche Patientenkommunikation schafft Vertrauen und stabilisiert die Beziehungsebene zwischen Behandler und Patient.

Konzept und Timing müssen dabei natürlich stimmen. Das klare Schema dazu heißt AIDA – Attention, Interest, Desire and Action. Die Kunden sollten aber nicht mit Reizen überflutet werden. Newsletter sind sinnvoll, wenn ein oder maximal zwei interessante Themen herausgefiltert werden. Kündigen Sie eventuell zusätzlich einen praxisinternen Workshop an, indem sie ausführlich zu diesem Thema Stellung nehmen. Das schafft Nähe und die Mundpropaganda ist garantiert.

Praxis-Profilierung

Geben Sie Ihrem Unternehmen ein Gesicht, ein Profil und machen Sie sich einzigartig. Übrigens: nur Ihre eigene Begeisterung wird auch den User infizieren. Visualisieren Sie Ihre Besonderheit auch über Ihren Internetauftritt. Kernpunkt ist unter anderem, nicht nur das anzubieten, was alle anderen Kollegen auch schon vermitteln, sondern eine Ergänzung zum Standard-Leistungsangebot, in der Menüleiste des PCs unter „Extras“ zu finden. Fokussieren Sie Ihre „Extras“, denn sie sind die Schokoladenseite Ihres Unternehmens.

Internet ja, aber wie?

Fakt ist, dass es wie in jeder anderen Branche auch hier „schwarze Schafe“ unter den

Agenturen gibt, die gegen viel Geld wenig Leistung bringen. Suchen Sie sich Anbieter, die sich auf Ihrem Spezialgebiet auskennen, dann stimmen auch Inhalte und die Umsetzung. Bei einem seriösen Anbieter steht zu Beginn in der Regel ein meist kostenfreies „Briefing“. Hier werden Kosten, Inhalte, Zeitpläne und Abnahmetermine besprochen. Je mehr Eigenleistung Sie vorweisen, umso stärker beeinflusst dies Ihre Liquidation.

Das Web wird täglich schneller und spannender. Flash Technologien (Animationen mit Sound und Musik) sind dabei zu selbstverständlichen Darstellungsmitteln geworden. Bereits 98% der Web-User benutzen das zum Abspielen notwendige Flash-Plugin und Flash lässt sich mit „normalen“ HTML-Seiten problemlos verknüpfen. Diese Technik steigert den Aufmerksamkeits- und Unterhaltungswert. Die Tage langweiliger Homepages sind damit gezählt.

Sicherheit planen

Um das interne Netzwerk vor unzulässigen Zugriffen Dritter zu schützen, muss man sämtliche Zugriffsmöglichkeiten in das und vom Internet kanalisieren. An diesem zentralen Punkt sollte eine so genannte Firewall installiert werden, die unerwünschte Anfragen zurückweist. Eine Firewall alleine reicht aber nicht aus. Zusätzlich müssen ankommende Daten auf Viren untersucht werden. Dafür sind entsprechende Virens Scanner zu verwenden, die regelmäßig auf den neuesten Stand gebracht werden müssen.

E-Mails werden normalerweise ungeschützt versendet. Um expliziten Schutz vor dem „Mitlesen“ durch Dritte zu erhalten, müssen die Dokumente bzw. E-Mails verschlüsselt werden. Die Nachricht kann dann nur mit dem privaten Schlüssel vom Empfänger entschlüsselt werden.

Pflege nicht vergessen

Wie bei vielen anderen Projekten auch, gehört regelmäßige Pflege mit zum langfristigen Erfolg. Dazu gehört nicht nur das regelmäßige Beantworten der E-Mails, sondern auch die Themen-Aktualisierung und Statistik-Kontrollen. Ein wichtiger strategischer Punkt, um Sequenzen der Site zu optimieren. Sprechen Sie Ihre Patienten auch auf Ihre Präsentation an, fragen Sie nach dem Eindruck. Sie wecken das Besucherinteresse und haben parallel direkte Resonanzbilanzen in Bezug auf Qualität, Nutzerbedienbarkeit und Informationsumfang. ■

Zahnärzte im Internet

Eine eigene Website bietet bekanntermaßen viele Vorteile für Zahnärzte und ihre Patienten. Leider lassen sich viele Ärzte durch vermeintlich undurchsichtige rechtliche Rahmenbedingungen verunsichern und verzichten aus Angst vor rechtlichen Konsequenzen auf die Vorteile einer eigenen Online-Praxis. Doch gerade in Zeiten der Gesundheitsreform, in denen der Zahnarzt als eigenverantwortlicher Unternehmer propagiert wird, sollten solche Bedenken einer erfolgreichen Praxis nicht im Wege stehen.

| **Andreas Schulz**

Auch in Zeiten, in denen das Internet so alltäglich ist wie Radio und Fernsehen, sehen manche Ärzte und Zahnärzte immer noch davon ab, die Vorteile dieses Mediums zu nutzen. Dies liegt jedoch meist nicht daran, dass sie die Vorteile für ihre Praxis und ihre Patienten nicht sehen, sondern an einer tiefen Verunsicherung was die rechtlichen Grundlagen angeht. Jeder Zahnarzt weiß, dass ihm eine werbende Selbstdarstellung nicht gestattet ist und fragt sich, ob eine Website nicht auch diesen Tatbestand erfüllt.

Um ein wenig Licht in das Dunkel aus Gesetzen und Paragrafen zu bringen, möchte ich Ihnen die wichtigsten Punkte auf dem Weg zu einer rechtlich abgesicherten und serviceorientierten Website aufzeigen. Es ist leichter, als Sie vielleicht denken, Ihren Patienten auch außerhalb Ihrer Geschäftszeiten eine Plattform zu bieten und ihnen mit Rat und Tat zur Seite zu stehen.

Richtlinien, Gesetze, Verordnungen

Die Grundlage eines Internetauftritts von Ärzten und Zahnärzten ist immer das so genannte Sachlichkeitsgebot. Das heißt, dass alle Informationen, die über die eigene Website zugänglich sind, jeglicher Wertung durch den Arzt entbehren müssen. Dies gilt auch für Links, die auf externe Inhalte verweisen. Jeder Arzt ist schon per Definition eine unabhängige Vertrauensperson und darf diesen Status nicht zum eigenen Vorteil missbrauchen. Wenn Sie sich bei der Gestaltung der Inhalte Ihrer Website auf sachliche und wertungsfreie Informationen beschränken, sind Sie nicht nur auf der rechtlich sicheren Seite, Sie bestärken darüber hinaus auch das in Sie gesetzte Vertrauen Ihrer Patienten.

Die wichtigsten Gesetze und Verordnungen in Bezug auf die Präsentation der eigenen Praxis im Internet sind:



der autor:

Andreas Schulz

novusMedicus –

Produktentwicklung

E-Mail:

andreas.schulz@novusMedicus.de

www.novusMedicus.de

- Berufsordnung der zuständigen Kammer,
- das Teledienstgesetz (TDG) inkl. des Gesetzes für den elektronischen Geschäftsverkehr (EGG).

Der Umfang dieser Liste macht deutlich, dass die Rechtsgrundlage doch recht überschaubar ist. Schon die Berufsordnung regelt sehr genau die Art und Weise, wie sich ein Arzt oder Zahnarzt nach außen präsentieren darf, auch in Hinsicht auf die elektronischen Medien.

Ihr digitales Praxisschild: Website

Laut der Berufsordnung der Kammern gehört es zu einer Ihrer „besonderen Berufspflichten“ an der Förderung der Gesundheitserziehung mitzuwirken. Und welches Medium eignet sich hierfür besser als das Internet? Wenn Sie also dessen Möglichkeiten nicht nur zur Darstellung der eigenen Person oder der eigenen Praxis nutzen, sondern aktiv wertvolle Inhalte vermitteln, die der Aufklärung und dem Verständnis Ihrer Patienten dienen, erfüllen Sie damit einen wichtigen Anspruch Ihrer Berufsordnung.

Gerade was die Darstellung Ihrer Praxis und Ihrer Person angeht, unterliegen Sie gewissen Beschränkungen. Da Ihnen als Zahnarzt jegliche Art der Werbung verboten ist, sollten Sie in diesen Bereichen besondere Vorsicht walten lassen. Zulässige Angaben zu Person, Praxis und Tätigkeitsschwerpunkten sind in den jeweiligen Berufsordnungen unmissverständlich aufgeführt.

In jedem Fall sollten Sie Ihre Website über eine einfach gestaltete Startseite zugänglich machen. Diese Startseite sollte folgende Inhalte enthalten:

- Name und Titel des Zahnarztes
- Angaben zu Tätigkeitsschwerpunkten lt. BO
- Anschrift der Praxis
- Telefon, Fax, E-Mail
- Öffnungszeiten
- Link auf Impressum
- Link auf die eigentliche Website.

Der Einsatz einer solchen Startseite stellt sicher, dass der Besucher Ihrer Website keine Informationen erhält, die er nicht ausdrücklich anfordert. Die Inhalte entsprechen den Vorgaben der Berufsordnung und stellen es dem Patienten frei, weitergehende Informationen abzurufen. Einfach ausgedrückt handelt es sich bei dieser Seite um ein digitales Praxisschild, das sich in-

haltlich an den Richtlinien für normale Praxisschilder orientiert.

Werbung verboten!

Ein weiterer sehr wichtiger Punkt ist die Werbung. Sie ist jedem Zahnarzt laut Berufsordnung verboten und sollte auch auf einer Praxis-Homepage unterbleiben. Beachten Sie jedoch, dass auch bildliche Darstellungen vom Zahnarzt selbst in Berufskleidung oder bei Ausführung seiner Tätigkeit als Eigenwerbung angesehen werden. Verzichten Sie daher lieber auf solche Bilder.

Auch bei Veröffentlichungen mit medizinischem Inhalt sollten Sie unbedingt darauf achten, dass Sie sich und Ihre Praxis nicht werbend herausstellen. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist der Umgang mit Informationen über Arzneimittel oder Medizinprodukte. Auch hier ist Ihnen als Zahnarzt eine werbende Herausstellung untersagt. Das bedeutet jedoch nicht, dass Sie vollkommen auf deren Nennung verzichten müssen. Gerade technologische Neuentwicklungen wie Laser oder digitales Röntgen sind für Ihre Patienten oft von großem Interesse. Und natürlich haben sie ein Recht darauf, über neue Behandlungsmethoden und Technologien informiert zu werden. Achten Sie bei der Präsentation neuer Medikamente oder Medizinprodukte daher auf einen neutralen Standpunkt. Unterlassen Sie wertende Formulierungen, und informieren Sie sachlich über Vor- und Nachteile neuer Produkte oder Verfahren.

Die beste Möglichkeit dem Sachlichkeitsgebot nachzukommen, ist der Verweis auf entsprechende unabhängige Studien, die die Wirksamkeit einer Arznei oder einer neuen Technologie bestätigen oder widerlegen.

Allgemeine Informationspflichten

Unabhängig von den rechtlichen Regelungen der Berufsordnung unterliegen Sie mit einer eigenen Website auch den Bestimmungen des Teledienstgesetzes (TDG), welches die Rahmenbedingungen für die Nutzungsmöglichkeiten elektronischer Medien festlegt.

Für den konkreten Fall einer Online-Praxis für Zahnärzte sind jedoch nicht allzu viele Dinge zu berücksichtigen. Im Wesentlichen geht es dabei um bestimmte Informationen, die Sie als Anbieter einer „kommerziellen“ Website bereitstellen müssen. Da diese In-

formationen „unmittelbar erreichbar“ und „ständig verfügbar“ sein sollen, ist die beste Möglichkeit ein so genanntes Impressum, welches Bestandteil der Menüstruktur und damit von jeder Einzelseite aus erreichbar ist.

Folgende Informationen müssen Sie laut TDG im Impressum Ihrer Website veröffentlichen:

- Name sowie Anschrift Ihrer Praxis
- Ihre gesetzliche Berufsbezeichnung inkl. des Staates, in dem diese verliehen wurde
- Angaben für eine schnelle elektronische Kontaktaufnahme (Telefon, Fax)
- Eine E-Mail-Adresse, unter der Ihre Praxis erreichbar ist
- Angabe der zuständigen KZV
- Ihre Zulassungsnummer
- Angabe der zuständigen Zahnärztekammer
- Einen Link zur jeweiligen Berufsordnung

- Ihre Umsatzsteueridentifikationsnummer, sofern vorhanden.

All diese Informationen dienen der Transparenz kommerzieller Angebote im Internet. Wenn diese Angaben fehlen oder schlecht zugänglich sind, können laut Gesetz Geldstrafen bis 50.000 EUR verhängt werden.

Zusammenfassend kann man sagen, dass Sie nur drei Dinge beachten müssen, um die gesetzlichen Anforderungen an eine Online Praxis zu erfüllen. Das wichtigste ist das von der Berufsordnung geforderte Sachlichkeitsgebot in allen veröffentlichten Informationen. Darüber hinaus sollte Ihre Website nur über ein „digitales Praxischild“ erreichbar sein, um Missverständnisse zu vermeiden.

Der letzte wichtige Punkt ist das Impressum, das den Bestimmungen des Telemediengesetzes entsprechen muss, und schon steht einer erfolgreichen Online-Praxis nichts mehr im Weg. **II**

ANZEIGE

Tätigkeitsschwerpunkt ENDODONTIE

FORTBILDUNGSPROGRAMM

Curriculum der endoplus Akademie



endoplus Akademie

Neue Kurse 2005/06 jetzt in

Malnz _____	ab 24. Juni 2005*
Hamburg _____	ab 08. Juli 2005*
München _____	ab 15. Juli 2005*
Berlin _____	ab 12. August 2005*
Dresden _____	ab 02. September 2005*

*Anschlussmodule jeweils monatlich

Weitere Besonderheiten des Programms:

- Qualitätssicherung durch erfahrene und erprobte internationale Referenten aus Deutschland und Europa
- Übersichtliche Gliederung der endodontischen Ausbildung in 10 Modulen
- Vielfältige Präsentationstechniken: Vorträge, Seminare, viele praktische Übungen in kleinen Gruppen
- Praxisorientierte Übungen und Test aktueller Systeme und Materialien
- Fortbildungspass nach Punktebewertung von BZÄK und DGZMK

Einzelheiten zum Programm und Anmeldeformulare unter www.endoplus.de

Endoplus Akademie Seminar und Verlags GmbH Nidegger Str. 21 50937 Köln
Tel. +49-221-94 20 30 50 Fax +49-221-94 20 30 20 Email info@endoplus-akademie.de



Das multimediale Wartezimmer

Fachkompetenz alleine stellt den Erfolg einer Zahnarztpraxis längst nicht mehr sicher. Der Zahnarzt ist heute auch als Unternehmer und professioneller Kommunikator gefragt. Zahnärzte, die Selbstzahlerleistungen aktiv anbieten wollen, finden in „TV-Wartezimmer“ eine Plattform.

| Ruth Edel

Auf der IDS 2005 haben sich neben dem etablierten Anbieter aus Freising gleich zwei Neue Marken präsentiert. Unisono erklären alle Anbieter, dass in wenigen Jahren Multimedia im zahnärztlichen Wartezimmer eher Normalfall als Ausnahme sein wird. Die Zukunftspraxis ist multimedia! Infotainment heißt dabei das Schlagwort in dem rasant wachsenden Multimediemarkt, das ist Unterhaltung und Information in einem. Trockene Informationen, verloren wirkende Fakten, bei denen niemand hinhört, das ist passe. Aufgepeppt in kleinen Filmen, zu Selbstzahlerleistungen und dazu ergänzend kurze Filme aus der Natur- und Tierwelt – im Medium Fernsehen lassen sich viele Informationen leicht verständlich darstellen. Und fernsehen tun fast alle gerne. Das ist mittlerweile auch in den Wartezimmern der Zahnarztpraxen möglich. Die Installationszahlen allein des Marktführers belegen diesen Trend. Obwohl TV-Wartezimmer nicht nur Zahnarztpraxen mit seinen edlen Großbildschirmen ausstattet, sondern auch solche von Human- und Tiermedizinern, finden gleichwohl bereits gut die Hälfte aller Installationen im Dentalbereich statt.

tieren und die wirtschaftlich notwendigen Selbstzahlerleistungen seiner Praxis anschaulich, industrieneutral und juristisch sowie medizinisch einwandfrei näher bringen kann. Markus Spamer, Geschäftsführer von TV-Wartezimmer, konkretisiert das Konzept an einem Beispiel aus der Praxis: „Für Zahnmediziner ist TV-Wartezimmer vor allem deshalb interessant, weil sie gezielt, effizient und anschaulich auf eigene Leistungen wie etwa Bleaching, Implantate oder Inlays filmisch hinweisen.“ Aktuelle Studien belegen: Rund 55 % der Nachfragen nach einzelnen Produkten oder Behandlungen führen Mediziner ausschließlich auf ein Infotainment-System in ihrem Wartezimmer zurück. Nur 19 % hingegen entfallen beispielsweise auf Patientenbroschüren.

Hochmodern und kostenneutral

Die hochmoderne Hardware aus einem 42"-Plasma-Markenbildschirm (alternativ 30" LCD), einem ultraflachen und flüsterleisen Pentium 4 PC, das Rahmen-Programm mit preisgekrönten Tier- und Naturfilmen, tagesaktuellen Nachrichten und die Selbstdarstellung der Praxis ist durch das Konzept von TV-Wartezimmer für den Zahnarzt dabei sogar völlig kostenneutral. TV-Wartezimmer finanziert sich quasi auf Erfolgsbasis aus geringen Sendegebühren für die optional buchbaren Filme zu Selbstzahlerleistungen. Diese sind so bemessen, dass ein einziger Patient im Monat, der die Leistung nachfragt, diese bereits mehr als amortisiert. Dass heute bereits durchschnittlich 6,4 dieser Filme pro Standort kontinuierlich laufen, belegt, dass sich dieses System für den Zahnarzt auf jeden Fall rechnet. ■

kontakt:

TV-Wartezimmer

Gesellschaft für
moderne Kommunikation
MSM GmbH & Co. KG
Erdinger Straße 43b
85356 Freising

Tel.: 0 81 61/54 77 23

Fax: 0 81 61/54 77 30

E-Mail:

info@TV-Wartezimmer.de

www.TV-Wartezimmer.de

Der Grund für den Erfolg

Der Grund für diesen Erfolg von TV-Wartezimmer ist einfach. TV-Wartezimmer bringt Unterhaltung zu ärztlichen Leistungen in filmischer Darstellung, Information sowie optisch ansprechende Medien-Technik in das Wartezimmer: Patienten empfinden die „gefühlte“ Wartezeit verkürzt. Aber der Zahnarzt erhält gleichzeitig auch ein hochwertiges Kommunikationsmittel, mit dem er seinen Patienten, seine Praxis und sein Team präsen-

Buch:

Prognose der Zahnärztezahl und zahnärztliche Leistungen

Im Dezember 2004 aktuell erschienen ist der Band 29 der IDZ-Materialienreihe mit dem Titel „Prognose der Zahnärztezahl und des Bedarfs an zahnärztlichen Leistungen bis zum Jahr 2020“. Diese Prognose-Studie knüpft an die bereits im Jahre 1990 (vgl. IDZ-Materialien, Band 9) und 1997 (vgl. IDZ-Information vom 26.02.1997) vorgelegten Vorausschätzungen zur Zahl und Struktur der Zahnärzte in Deutschland in „mittlerer“ Zukunft an. Für die aktuelle Prognoseschätzung wurden sämtliche Datenquellen aktualisiert

und durch weitere neue Informationen ergänzt, gleichzeitig wurden erstmals so genannte Arbeitszeitäquivalente berechnet und der so zahlenmäßig gefasste Manpower-Ansatz einem ebenfalls prognostizierten zahnmedizinischen Behandlungsbedarf in der Bevölkerung gegenübergestellt. Aus einem Abgleich beider Parameterabschätzungen können Fragen der Über- bzw. Unterversorgung auf ein konsequentes zahlenmäßiges Fundament gestellt werden. Im Hinblick auf die mutmaßliche Zahl der Zahnärzte im Jahre 2020 werden in der vorliegenden Arbeit drei Prognosevarianten in Anschlag gebracht, die sich im Kern durch alternative Ansätze der jährlichen Approbationsquoten unterscheiden. Das Forschungsprojekt wurde in wissenschaftlicher Zusammenarbeit mit dem Institut InFor-Med/Ingolstadt durchgeführt.

J. G. Brecht, V. P. Meyer, A. Aurbach, W. Micheelis
IDZ-Materialienreihe Band 29
ISBN 3-934280-64-1
Bezugspreis: 39,95 EUR



Zahnlos im Weltall

Seit längerem ist bekannt, dass Aufenthalte außerhalb der Erdatmosphäre zu Verlusten an Knochenmasse und Knochendichte führen. Die Schwerelosigkeit des äußeren Weltraums verursacht einen zehnfach höheren Knochenverlust als auf der Erdoberfläche. Je länger der Weltraumaufenthalt dauert, umso größer ist logischerweise dieser Abbau. Auf der letzten Jahrestagung der Mars Society berichtete nun Commander William Stenberg, ein Parodontologe im US Public Health Service, dass auch Zähne im Weltraum eine Art von Osteoporose erleiden. Im Hinblick auf längere Weltraumflüge, z.B. zum Mars, sind die gesundheitlichen Konsequenzen bezüglich des Allgemeinbefindens der Astronauten beträchtlich. Da die körpereigene Reparaturfähigkeit im All stark reduziert ist, nehmen die Knochendichte und der Kalziumgehalt rapide ab. Während aber alle anderen Knochen nach der Rückkehr zur Erde wieder aufgebaut werden, bleibt der Alveolarknochen geschwächt und die Zähne damit gefährdet.

Unsere Produktneuheiten:



1 Maxcem™

Universelles Befestigungsmaterial in der Automischspritze

2 KerrHawe CompoRoller™

Das erste Modellierinstrument mit rollenden Aufsätzen

3 KerrHawe OptiDam™

Der erste dreidimensionale Kofferdam mit Noppen-Design und anatomischem Rahmen

4 KerrHawe OptiView™

Innovativer Lippen- und Wangenhalter

5 Premise™

Trimodales Nano-Kompositmaterial

Stiftung Warentest: Aktualisierter Ratgeber zu Vorsorge, Behandlung und Kosten



Der Ratgeber „Zähne“ der Stiftung Warentest bietet einen Überblick über die Vor- und Nachteile klassischer und moderner Behandlungsmethoden sowie über die aktuellen Erkenntnisse zur Vorsorge. Der aktualisierte Ratgeber verschafft

auf 192 Seiten einen kompakten und verständlichen Überblick über Zahngesundheit und Behandlungsmethoden sowie über Zahnersatz und -kosmetik. Antworten auf Fragen wie nach der Eignung verschiedener Zahnersatzprodukte, für die Korrektur von Fehlstellungen oder nach potenziellem Eigenleistungsanteil bieten eine wichtige Grundlage für das spätere Beratungsgespräch mit dem Zahnarzt. Auch für Konfliktfälle nach einer Behandlung gibt es konkrete Empfehlungen.

Das Buch kostet 12,90 Euro und ist seit 22. März 2005 im Buchhandel erhältlich oder zu bestellen über Tel. 0 18 05/00 24 67 (12 Cent/Minute) oder im Internet unter www.stiftung-warentest.de

Aktuelle Online-Technologie: Telematik praktisch

Bestes Beispiel für rasant wachsende Telematik-Potenziale ist derzeit die sichere Online-Kommunikation zwischen Zahnarztpraxis und KZV über die KZBV-Plattform „Zahnärzte Online Deutschland“ (ZOD). Die KZV Nordrhein bietet hier z. B. das Abrechnungs-Portal www.mykzv.de, das bereits auf Grundlage der ZOD-Spezifikationen realisiert wurde. Mit dem Deutschen Zahnarzt-Netz (DZN) präsentiert das Dienstleistungsunternehmen DGN Service dazu passend die ideale Telematik Plattform, um in der zahnärztlichen Praxis einfach und sicher an der Online-Abrechnung und weiteren eBusiness-Diensten teilzunehmen. Denn die ausschließlich akademischen Heilberuflern zugängliche Intranet-Technologie des DZN schützt die Anwender und deren Praxissysteme konsequent vor den Online-Risiken herkömmlicher Internet-Zugänge. Hinzu kommen zahlreiche berufsstandesspezifische Inhaltsangebote im DZN wie zum Beispiel aktuelle zahnmedizinische und wirtschaftliche Fachinformationen, ergänzt um attraktive Hardwarepakete und qualifizierte technische Hotlines. Das andere Passstück zum Einstieg in die Telematik-Welt liefert die medisign Card. Als erste und bisher einzige digitale Signaturkarte ist sie nach ZOD-Standard zertifiziert und damit als entscheidender Zugangsschlüssel zur Online-Abrechnung für Zahnärzte verfügbar. Dabei bringt die HPC-kompatible medisign Card alle weiteren wichtigen Telematik-Anwendungen für die zahnärztliche Praxis gleich mit: Von den eBusiness-Lösungen der APOBank über die Online-Privatliquidation der PVS bis zur sicheren Kommunikation via E-Mail, VCS, ELSTER usw.

www.dgnservice.de, www.medisign.de

Großstudie: Wie gesund sind die Zähne der Deutschen?

Im Auftrag der Kassenzahnärztlichen Bundesvereinigung (KZBV) und der Bundeszahnärztekammer (BZÄK) startete im März eine bundesweite Großstudie zum Stand der Zahngesundheit in der Bevölkerung. Die „Vierte Deutsche Mundgesundheitsstudie (DMS IV)“ nimmt bei einem repräsentativen Querschnitt der Bevölkerung die Verbreitung von Zahnkaries und Erkrankungen des gesamten Zahnhalteapparates (Parodontopathien), die Mundhygiene und Ernährungsgewohnheiten, die Inanspruchnahme zahnärztlicher Dienstleistungen und die mundgesundheitsbezogene Lebensqualität nach international vergleichbaren Maßstäben unter die Lupe. Ziel ist es, die Daten über die Mundgesundheit und zum zahnärztlichen Versorgungsgrad in Deutschland auf einen aktuellen Stand zu bringen.

Das von KZBV und BZÄK getragene Institut der Deutschen Zahnärzte (IDZ) in Köln ist für die Gesamtstudie verantwortlich. Wissenschaftliche Unterstützung erhält die Studie darüber hinaus durch die Universitätszahnkliniken in Dresden, Köln und Hamburg.

Die bundesweite Untersuchung ergänzt drei Großstudien aus den Jahren 1989, 1992 und 1997, bei denen erstmals genaue Daten über die Mundgesundheit der Deutschen ermittelt wurden. Ziel der beteiligten Wissenschaftler ist es, durch die aktuelle Untersuchung Veränderungen erkennen und auswerten zu können, der Öffentlichkeit und den Zahnärzten selbst fundierte medizinische Orientierungsdaten an die Hand zu geben, um das System der zahnärztlichen Versorgung in Deutschland den wechselnden Herausforderungen anzupassen.

VDDS-RZ: Sicherer Versand von Abrechnungsdaten

Der Verband Deutscher Dental-Software Unternehmen e.V. (VDDS) hat in Zusammenarbeit mit den zahnärztlichen Rechenzentren die Schnittstelle VDDS-RZ neu konzipiert: ab dem 1. Juli 2005 werden die Rechnungsdaten verschlüsselt übergeben. Somit sind die sensiblen Abrechnungsdaten erstmals rundum vor Datenmissbrauch geschützt. Denn nur Rechenzentren, die assoziierte Mitglieder des VDDS sind, können die Daten entschlüsseln.

Mit Erscheinen der neuen Version VDDS-RZ 2.0 Schnittstelle werden die Vorgängerversionen eingestellt. Mit der neuen Version 2.0 können nur noch die Stellen Daten auslesen, die den passenden Dekodierungs-Schlüssel dazu ha-

ben. Gelänge ein Dritter an die Daten, so wären sie für ihn nicht lesbar und somit wertlos.

Die Schnittstelle VDDS-RZ regelt seit 1998 den Austausch der Rechnungsdaten zwischen Praxis und Rechenzentrum. Alle Zahnärzte, die eine Praxissoftware einer der VDDS-Mitgliedsfirmen in ihren Praxen einsetzen, können mittels dieser standardisierten Schnittstelle Abrechnungen über zahnärztliche Verrechnungsstellen abwickeln.

Auf der IDS in Köln wurde die neue Schnittstelle erstmals von den Mitgliedshäusern des VDDS vorgestellt. Zum dritten Quartal wird die VDDS-RZ 2.0 dann den Zahnärzten zur Verfügung gestellt.

www.vdds.org

Laserbehandlung bei endodontischen Problemen

Wesentliche Voraussetzung einer gelungenen endodontischen Behandlung ist die anschließende Keimfreiheit von Wurzelkanal und Wurzeldentin. Denn die den Wurzelkanal besiedelnden Keime können ins apikale Gewebe übertreten, in deren Folge sich ein Abszess, ein Granulom oder eine radikuläre Zyste entwickeln können.

Dr. Matthias Fezer

Da sich die Bakterienbesiedelung nicht nur auf den Wurzelkanal selbst beschränkt, sondern auch die Dentintubuli mit einschließt, besteht die Gefahr, dass trotz bester mechanischer Kanalaufbereitung und -desinfektion genügend virulente Keime im apikalen Drittel verbleiben und die apikale Parodontitis aufrechterhalten. Je weiter die Infektion fortgeschritten ist, desto größer ist die Gefahr, dass diese Keime entlang der Dentintubuli ins Dentin eindringen. Zwar wird je nach Aufbereitungsgrad dieses infizierte Dentin abgetragen, doch setzt die Dentindicke der Aufweitung des Kanals Grenzen. Sind Bakterien nur weit genug eingewandert, verbleiben sie im Wurzeldentin und können zu einer Reinfektion führen. Die

Gewebsdegeneration geht weiter und kann bis zur Osteolyse führen. Aus dem bisher Gesagten ergibt sich für die eigene Praxis quasi zwangsläufig der Wunsch, möglichst jede Chance zu nutzen, um die Keimbesiedlung im infizierten Kanal zu reduzieren. Entscheidet doch das Ergebnis dieser Therapie ganz wesentlich über den Fortbestand oder Verlust natürlicher, „eigener“ Zahnschubstanz und damit verbunden über das Wohlbefinden des Patienten. Bei der Suche, die Prognose unserer endodontischen Behandlung zu verbessern, fiel die Aufmerksamkeit schon sehr früh auf die Lasertechnik, zumal auch immer mehr Studien die Wirksamkeit dieses neuen und fremden Instruments belegten (z. B. Gutknecht et al. 1991, 1997). Angesichts der Tat-

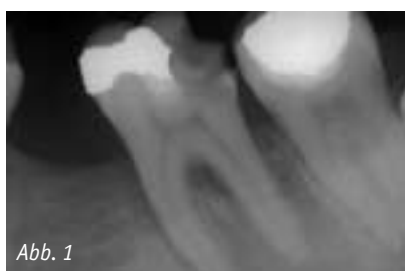


Abb. 1



Abb. 2



Abb. 4



Abb. 5



Abb. 3

Abb. 1: Apikale Aufhellung an Zahn 36. – Abb. 2: Die Kanallänge wird auf Laserfaser markiert.

Abb. 3: Nach drei Wochen. – Abb. 4: Legen der Wurzelfüllung nach zehn Wochen. – Abb. 5: Kontrollaufnahme nach zwölf Monaten.



Abb. 6: Der LDS 200 von MeDys wurde speziell für die Dekontamination konzipiert.



Abb. 7: Kontrollaufnahme nach zwölf Monaten.

Literatur

- ZWR 1991; 100: Gutknecht, Behrens „Die Bearbeitung der Wurzelkanalwände mit dem Nd:YAG-Laser“, S. 748–752.
- Endodontie 1997; 3: Gutknecht, Moritz, Conrads und Lampert: „Der Diodenlaser und seine bakterizide Wirkung im Wurzelkanal – eine In-vitro-Studie.“
- Lasers in Dentistry VI, Featherstone, Rechmann, Fried(eds) Proceedings of SPIE VOL 3910 (2000) G. Bach, C. P. Neckel: Eine vergleichende 5-Jahres-Studie zu konventioneller und laserunterstützter Periimplantitis- und Parodontose-Therapie.

kontakt:

Dr. Matthias Fezer
Steingrubenstr. 15
73312 Geislingen

sache, dass man als niedergelassener Zahnarzt in einer schwäbischen Kleinstadt die Kosten-Nutzen-Regeln nicht ganz außer acht lassen kann, dauerte es dann doch einige Zeit bis wir unseren Patienten ein solches System anbieten konnten.

Dioden-Dekontaminationslaser

Vor zehn Jahren kamen die ersten Dioden-Dekontaminationslaser auf den Markt: Ein angemessener Preis um die 7.000,- Euro, eine Leistung mit ca. 2 Watt verbunden mit einem kompakten Äußeren und geringem Gewicht zeichnet z.B. den LDS200 von MeDys aus. Hinzu kommt, das Gerät ist spezialisiert auf die Dekontamination in Endodontie, PA und Periimplantitis. Damit bietet es auch jemandem, der nicht gleich „Lasierzahnheilkunde“ betreiben, sondern einfach „nur“ seine Zahnheilkunde verbessern will, ein vernünftiges Preis-Leistungs-Verhältnis. Wann, wie und wieso dieser Laser bei uns eingesetzt wird, verdeutlicht folgendes Fallbeispiel: Eine 28-jährige weibliche Patientin besuchte unsere Praxis am 28.7.2003 (Abb. 1) mit akuten Schmerzen am pulpatoten Zahn 36. Die röntgenologische Untersuchung zeigte eine apikale Aufhellung und einen interradikulären Abszess. Beide Entzündungsherde waren manifest. Hier kamen zwei Symptome zusammen, von denen schon jede einzelne als für den Zahn kritisch zu bewerten ist. Hätte die Patientin an diesem Tag nach einer Prognose gefragt, so wäre die passende Antwort in etwa so ausgefallen: „Wir werden alles tun, um den Zahn zu erhalten, doch im Moment ist eine fundierte Voraussage schwer zu treffen!“

Wurzelkanal

Im ersten Schritt wurde Zahn 36 trepaniert, die anschließende, maschinelle Aufbereitung erfolgte mit ProTaper-Instrumenten in Wechselfspülung mit 3%igem H_2O_2 und 5 % NaOCl. Nach elektronischer und radiologischer Längenbestimmung (Abb. 2) wurden die Kanäle danach mit Papierspitzen getrocknet und die Laserdesinfektion vorbereitet: Die Arbeitslänge wird mittels Gummistopp auf die Glasfaser übertragen. Dann wird die Faser mit knapp über 200 μm Durchmesser bis fast zum Apex eingebracht. Der Laser (MeDys LDS200) wurde mit 1 W für 5 Sek. ausgelöst, wobei die Glasfaser langsam nach oben geführt wird. Der Vorgang wurde je Kanal dreimal wiederholt. Wichtig dabei ist, insbesondere beim

Diodenlaser, zwischen den Behandlungen die Faserspitze auf abgelagertes, karbonisiertes Gewebe zu kontrollieren. Verunreinigungen am Faseraustritt absorbieren fast die gesamte Laserenergie in der Spitze. So bleibt weniger Energie zur Verfügung, um in die Dentintubuli einzustrahlen und die verbliebenen Bakterien zu eliminieren. Um die mit der Laserdesinfektion erreichte Keimarmut abzusichern und eine Neukolonisierung zu erschweren, wurde der endodontische Eingriff durch Einbringen einer medikamentösen Einlage mit Ledermix abgeschlossen.

Parodontium

Im nächsten Schritt ging es jetzt darum, auch die Situation im Periodont von 36 zu verbessern. Zunächst durch eine Inzision des bukkalen Abszesses. Der eine oder andere Kollege führt diesen Schritt sicher auch mit einem Laser aus. Angesichts der vorhandenen Palette chirurgischer Instrumente erschließt sich der zahnärztliche Sinn einer solchen Maßnahme nur äußerst zögerlich. Die Inzision wurde daher in der vestibulären Tasche mit einem Skalpell durchgeführt, die anschließende interradikuläre Reinigung mit den gängigen Handinstrumenten. Genauso wie im Wurzelkanal ging es auch hier darum, das infektiöse Material abzutragen, um eine weitgehend keimfreie Umgebung zu schaffen. Das ist trotz allen Bemühens allein durch manuelle Reinigung nicht sicherzustellen. Wie bei der Endodontie wird die Laserstrahlung zusätzlich zu konventionellen Maßnahmen eingesetzt. Den sinnvollen Einsatz des Diodenlasers bei bakteriellen Veränderungen des Parodontiums wiesen u.a. Bach und Neckel 2000 im Rahmen ihrer vergleichenden 5-Jahres-Studie nach. Mit einer Einstellung von 1W wird mit der Laserfaser in Kontakt 20 Sekunden lang die Zahnwurzel abgefahren. Zahnwurzel und Faserende bilden dabei einen Winkel von ca. 45°, was eine Bestrahlung nicht nur am Kontaktpunkt, sondern auch um die Kontaktfläche herum garantiert. Nach der Laserdesinfektion wurde die Naht verschlossen.

Verlauf

Angesichts der komplexen Symptomatik wurde der Wurzelkanal nach drei Wochen am 19.08.03 erneut wechselfgespült. Abbildung 3 zeigt die apikale Situation. Hinzu kam, wie beim ersten Mal, die Ledermixeinlage, um die Keimarmut zu erhalten. Zwar hätte auch eine zusätzliche Laserdesinfek-

tion nicht geschadet, doch da die Abheilung wie vorgesehen komplikationslos verlief, war eine solche auch nicht notwendig. Im Gegensatz zur medikamentösen Einlage wirkt sie ja nur momentan auf die Keimbeseidung. Sie verbesserte zwar die Voraussetzungen für die Ledermixeinlage, soll und kann sie aber nicht ersetzen. Etwa vier Wochen später (17.09.03) wurde die Wurzelfüllung (Abb. 4) mit ThermoSeal gelegt, als Sealer kam RoekoSeal Single Dose zum Einsatz. Die Kontrollaufnahme (Abb. 5) nach zwölf Monaten zeigt, dass die apikale Aufhellung verschwunden und die interradikuläre Aufhellung zurückgegangen ist. Sämtliche Entzündungsherde sind abgeheilt; Zahn 36 ist wieder fest. Die Patientin ist zufrieden damit, dass ihr Zahn erhalten wurde. Sie konnte nachvollziehen, dass wir alles unternommen haben, um ihren eigentlich verlorenen Zahn zu erhalten. In diesen Fällen spielt auch die Tatsache keine Rolle, dass für den BEMA die Position „Laserdesinfektion“ nicht existiert und sie deshalb auch nicht als Sachleistung abgerechnet werden kann. Der Patient – auch der Privatpatient – zahlt diese Leistung selbst, nachdem vorab eine „freie Vereinbarung“ abgeschlossen wurde. Hier werden Kosten und Eingriff benannt und vom Patienten akzeptiert. Denn – so zynisch ist die Logik unsere Abrechnungssystematik, die Extraktion wäre wahrscheinlich auch eine medizinisch ausreichende Versorgung, aber der wirtschaftlichere Weg gewesen. Der Laser bzw. die Laserdesinfektion bietet in diesem Rahmen eine Möglichkeit, die aufwändigen Versorgungen eines solchen Zahnes zu vereinfachen. Auf Basis der erreichten Keimarmut greifen unsere therapeutischen Maßnahmen einfach besser und schneller. Das spart Zeit und ermutigt mich auch als niedergelassener Zahnarzt, der auf „seine“ Kosten achten muss, Fälle konservativ zu behandeln, deren Prognose zunächst zweifelhaft erscheint.

Der LDS 200

Das kompakte Gerät mit nur 2,7 kg Gewicht findet in der Endodontie, Parodontologie und bei der Behandlung der Periimplantitis seinen Einsatz. Die keimtötende Wirkung der 810 nm Diode basiert auf der thermischen Reaktion des Laserlichts im Gewebe. Mit einer Leistung bis 2 Watt cw verspricht der LDS 200 Sicherheit bei den wesentlichen und sinnvollen Anwendungen dieser Wellenlänge. Dabei garantiert die Einhaltung klinisch gesicherter Werte den gewünschten Effekt, ohne Gefahr für das umliegende Gewebe. Wirksame Einstellungen zur Bakterienreduktion bei der Periimplantitis, der Parodontologie und Endodontie bewegen sich ca. um 1 Watt. ■

mectron

modern – zuverlässig – preiswert

Knallhart kalkuliert!!!
Netto-Aktionspreis 690,- €
*ab 200,- € zzgl. 22% MwSt...

starlight pro 2

Lichtpolymerisation
– flexibel und preiswert

3 JAHRE GARANTIE

auf Gerät und Akku
*ab 200,- € zzgl. 22% MwSt...

LVP 990,00 €
zzgl. gesetzl. MwSt.

Mobile Lichtpolymerisation leicht gemacht

Ultraleicht – nur 105 g
Geräuschfrei, da ohne Ventilator
Glatte Oberfläche ohne Kühlschlitze, einfach zu reinigen
Härtet eine Schicht von 2 mm zuverlässig in 10 sec aus
Kapazität von 480 Zyklen à 10 sec pro Akku-Ladung
Nur 90 min Ladezeit
Abgleichslichtleiter mit Ø 8 mm, optional auch
Ø 4,5 mm verfügbar
2 Modi: „Fast-Curing“ und „Slow Rise“ wählbar
Sicher dank integrierbarem Radiometer

smile, we like it!

mectron Deutschland
Vertriebs GmbH

Költening 17
D-82043 Oberhaching
Tel: +49 89 63 86 69 0
Fax: +49 89 63 86 69 79
info@mectron-dental.de

Gingivale Retraktion ohne Faden

Für die Passgenauigkeit und den Langzeiterfolg von festsitzenden prothetischen Restaurationen nimmt die Abformung eine ganz entscheidende Schlüsselrolle ein. Ungenauigkeiten oder Defekte können bei der Abformung zu fehlerhaften Modelldimensionen führen.

Prof. DDr. Herbert Dumfahrt

Die laborgefertigte, präzise Arbeit passt zwar gut auf dem Modell, doch die Passung am präparierten Zahnstumpf ist unbefriedigend. Moderne Abformmaterialien wie additionsvernetzende Silikone weisen exzellente physikalische Eigenschaften auf, sodass der Abformnahme, als Hauptfehlerquelle, größte Beachtung geschenkt werden muss. Im Besonderen ist hier das Gingiva-Management in Bezug auf Feuchtigkeitskontrolle und Gingiva-Verdrängung zu erwähnen, die über Erfolg oder Misserfolg entscheiden. Equigingival und speziell

subgingival gelegene Präparationsgrenzen müssen vor dem Aufbringen des Abformmaterials erst dargestellt werden. Für die Verdrängung des Weichgewebes bzw. das Eröffnen des Sulkus kommen heute grundsätzlich folgende drei Methoden zur Anwendung:

- 1) mechanische Verdrängung
- 2) chemomechanische Verdrängung
- 3) elektrochirurgische Reduktion

Das chemomechanische Vorgehen ist wohl am meisten verbreitet und ist eine Kombination aus mechanischer und chemischer Verdrängung. Dabei wird ein Retraktionsfaden,



Abb. 1: Präparierter Zahn 23 mit 1–2 mm subgingivaler Präparationsgrenze.



Abb. 2: Einprobe Comprecap anatomic.



Abb. 3: Applizieren von Magic FoamCord auf Präparation und Gingiva.



Abb. 4: Ausgehärteter Magic FoamCord mit Comprecap anatomic.



Abb. 5: Ausgehärtete AFFINIS PSS-Abformung mit Magic FoamCord.



Abb. 6: Situationen nach Entnahme der Vorabformung – schonende Verdrängung der Gingiva.



Abb. 7: Definitive Abformung mit AFFINIS (regular und heavy body Coltène/Whaledent AG) – die subgingivalen Präparationsgrenzen sind klar abgeformt.



Abb. 8: Galvanisch hergestelltes Silbermodell.



Abb. 9: Exakt sitzende Vollkeramikkrone auf dem Modell.



Abb. 10: Krone bei der Einprobe, die Ränder liegen insgesamt subgingival.

mit oder ohne chemischen Adstringens, im Sulkus platziert. Neben der mechanischen Verdrängung der Gingiva durch den Faden soll auch die chemische Substanz (z.B. Epinephrin, Aluminiumchlorid oder Eisensulfat) zu einer zeitlich begrenzten Kontraktion des Weichgewebes führen. Nachteil der Applikation des Fadens ist, neben dem erheblichen Zeitaufwand, auch das Auftreten von Rezessionen der Gingiva durch die Traumatisierung. Seit ca. einem Jahr steht uns im klinischen Versuch ein völlig neues Material für diesen Zweck zur Verfügung. Das Material Magic FoamCord gewährleistet eine zufrieden stellende Gingivaverdrängung, ist dabei leicht zu applizieren und führt zu keiner Traumatisierung des Gewebes. Das Material ist ein additionsvernetzendes Silikonelastomer, das während der Vernetzungsreaktion aufschäumt und dadurch eine temporäre Verdrängung der Gingiva bewirkt.

Klinisches Vorgehen

Vor der Anwendung erfolgte eine optimale Blutstillung (Abb. 1) sowie die Einprobe des anatomisch geformten Kompressionshütchens (Comprecap anatomic, Roeko) (Abb. 2). Anschließend wird der Silikonschaum aus der 50-ml-Standard-Kartusche mit statischem Mischer um die Präparation und angrenzende Gingiva appliziert (Abb. 3). Eine Applikation in den Sulkus ist lediglich bei sehr tiefen subgingival gelegenen Präparationsrändern erforderlich. Bei Einzelzähnen wird der Silikonschaum Magic FoamCord mit Kompressionshütchen in den Sulkus gedrückt, in situ gehalten und verdämmt (Abb. 4). Dadurch wird die aufschäumende, erweiternde Wirkung des Silikonschaums optimal genutzt. Sind mehrere präparierte Zähne abzuformen, wird anstelle der Kompressionshütchen ein schnell-abbindendes, geschmeidiges Knetsilikon

kontakt:

**Coltène/Whaledent
GmbH & Co. KG**

Raiffeisenstraße 30

89129 Langenau

Tel.: 0 73 45/8 05-0

Fax: 0 73 45/8 05-2 01

E-Mail:

productinfo@coltenewhaledent.de

www.coltenewhaledent.de

(z.B. AFFINIS putty super soft, Coltène/Whaledent) (Abb. 5) in einem konfektionierten Abformlöffel (z.B. President-Abformlöffel) angewendet, um den Silikonschaum im Sulkus zu fixieren.

Während der Silikonschaum aushärtet, kommt es zu einer erheblichen Volumenzunahme durch Blasenbildung, dies führt zur gewünschten Verdrängung der Gingiva. Nach einer kurzen Mundverweildauer von fünf Minuten werden entweder die Kompressionshütchen oder die Vorabformung entnommen. Vorteilhaft ist die Tatsache, dass der Silikonschaum sowohl bei den Kompressionshütchen als auch am Abformmaterial gut haften bleibt und somit der auspolymerisierte Schaum sich einfach, schnell und rückstandslos entfernen lässt. Dabei ist nicht, wie häufig bei der Entnahme eines Retraktionsfadens, mit einer Verletzung von kleinen Blutgefäßen und einer nachfolgenden Blutung zu rechnen (Abb. 6). Die präparierten Stümpfe werden noch leicht getrocknet und anschließend die definitive Abformung (z.B. mit AFFINIS regular-, light- und heavy body, Coltène/Whaledent AG) vorgenommen (Abb. 7).

Klinische Erfahrung

Die bisherige klinische Erfahrung an mehr als 170 abgeformten Stümpfen, bei 43 Patienten, hat gezeigt:

Die Anwendung des Silikonschaums führt nicht nur zu einer schonenden Erweiterung des Sulkus, es wird sogar die Gingiva insgesamt auch etwas nach apikal verdrängt. Durch die leichte Gewebekompression kommt es offensichtlich auch zu einer zeitlich begrenzten, geringeren Gingiva-Durchblutung und reduzierten Blutungsneigung.

Bei allen Abformungen, bei denen der Silikonschaum als Vorabformmaterial eingesetzt wurde, zeigte sich eine ca. 96%ige Erfolgsrate (der definitiven Abformung). Dieses Ergebnis entspricht in etwa den Resultaten, die beim herkömmlichen Gingiva-Management an über 1.500 Stümpfen an unserer Klinik erhoben wurde. Durch die einfache Anwendung und die erhebliche Zeitersparnis – besonders bei der Abformung mehrerer Stümpfe – sowie die gewebeschonende Retraktion, hat dieses Material das Potenzial, die vorbereitenden Maßnahmen bei der Abformung deutlich zu verbessern. ■

ANZEIGE



ACP FÖRDERT DIE REMINERALISIERUNG!

Nite White ACP

**...falls Sie immer noch glauben
Zahnaufhellung schadet dem Schmelz**

Klinische Studien zeigen, dass amorphes Kalziumphosphat (ACP) unter der Oberfläche liegende Schmelzläsionen remineralisiert.¹ Nite White ACP ist das einzige "Take Home" Zahnaufhellungsmaterial mit patentierter ACP Technologie.² Eine neue Studie zeigt, dass Nite White ACP nicht nur die Zähne Ihrer Patienten aufhellt, es verleiht ihnen auch ein strahlenderes, gesünderes Lächeln.³

Preise, Infos, Angebote?
Wir sind direkt für Sie da

0800 - 422 84 48

Nur im
Direktvertrieb!

DECUS DENTAL
www.decusdental.com

Decus Dental Europe B.V., Zweigniederlassung Deutschland, Phoenixstraße 128a, 10715 Berlin
E-mail: deutschland@decusdental.com, Tel.: +49 (0) 17 43 32 43 0, Fax: +49 (0) 17 43 32 43 29

1. Jorg, E. et al., Amorphes Calcium Phosphat in tooth bleaching, Carper, September 2004.
2. Amorphes Calcium Phosphat als patentierte Technologie, bei der Decus Dental, Inc. die Echtheit der in der Klinik in einem Spezialgebiet vor der ACP-Remineralisation hat.
3. Gloger, M. et al., Dental, Tel.: Decus Dental, Inc. (USA) und Decus Dental, Inc. (Deutschland) sind die einzigen Anbieter von Amorphem Calcium Phosphat. Journal of American Dental Association, März 2005.
Übergebe nur auch relevanten Informationen.

Erfahrungsbericht

Erfolg mit einem Prophylaxekonzept

In der jüngeren Vergangenheit berichteten bereits viele Fachzeitschriften über das effiziente und in der Praxis erprobte goDentis-Prophylaxekonzept. Im folgenden Beitrag berichtet Dr. Pietsch über seine Erfahrungen damit.

Dr. Albert Pietsch



der autor:

Dr. Albert Pietsch

Praxis Dr. Pietsch und Partner
Bischof-Ketteler-Str. 31-33
63165 Mühlheim am Main

tipp:

Mehr Informationen erhalten
Sie mithilfe unseres
Faxcoupons auf Seite 6.

In unserer Praxis bieten wir den Patienten seit Jahren ein umfassendes Vorsorgeprogramm für gesunde Zähne an. Die professionelle Zahnreinigung steht für das Ziel: Gesunde Zähne – ein Leben lang. Durch regelmäßige Schulungen und den Besuch von entsprechenden Seminaren sind unsere Prophylaxemitarbeiterinnen immer mit den neuesten Entwicklungen vertraut und können die Patienten optimal betreuen.

Das Prophylaxekonzept

Um das Qualitätsniveau der Prophylaxe zu sichern, die Diagnosemöglichkeiten zu erweitern und modernste technische Geräte einzusetzen, haben wir uns als eine der ersten Praxen bereits im vergangenen Jahr entschlossen, das Prophylaxekonzept der goDentis GmbH in unsere Praxisphilosophie zu integrieren. Das gemeinsame Ziel ist es, durch strukturierte Zahnprophylaxe auf hohem Niveau möglichst ein Leben lang die eigenen Zähne zu erhalten.

Zur Basisschulung, welche im Rahmen der Mitarbeiterfortbildung für goDentis-Partnerpraxen verbindlich ist, reisten wir nach Stuttgart mit drei zahnmedizinischen Fachhelferinnen und zwei Zahnärzten.

Aus den Vorgesprächen hatten wir noch in Erinnerung:

„Mit goDentis ist der Fortschritt der Mundgesundheit am professionell betreuten Patienten objektiv messbar! Es handelt sich dabei um Zahnprophylaxe mit System!“

Im Vorfeld des Seminars stellten wir uns dazu noch einige Fragen:

- Wie können reproduzierbare Messwerte über den Zustand der Zahnfleischtaschen, unabhängig von der untersuchenden Person, dargestellt werden? (Natürlich hatten wir die Unterlagen über die Florida-Probe-Sonde gelesen. Jedoch: Sind die Daten wirklich objektiv?)
- Ist die OHManager-Software im Praxisalltag praktikabel? (Mit diesem Softwareprogramm wird ein individuelles Risikoprofil des Patienten aus den erhobenen Befunddaten ermittelt und erforderliche Hinweise für die Wiederherstellung einer optimalen Mundgesundheit gegeben.)
- Wie verlässlich ist das Diagnodent-Gerät? (Dieses Gerät ermöglicht mithilfe von Laser-Fluoreszenz-Messungen die Früherkennung von Karies in Fissuren und Grübchen.)

Die Basisschulung

In Stuttgart erwarteten uns helle und sehr ansprechende Räumlichkeiten. Durch die intensive und persönliche Betreuung durch die goDentis Prophylaxemitarbeiterinnen und Zahnärztinnen fühlten wir uns bald wie in der eigenen Praxis. Die Arbeitsabläufe sind perfekt organisiert und die routinemäßige Nutzung von Checklisten ist selbstverständlich. Auch hier haben wir auffallende Ähnlichkeiten mit unserer Praxis festgestellt. Auf näheres Befragen erfuhren wir, dass das goDentis-Kompetenz- und Entwicklungscenter in Stuttgart, wie unsere Praxis auch, seit einiger Zeit nach den Qualitäts-

Standards der EFQM zertifiziert ist. Im Rahmen der praktischen Übungen wurde uns bewusst, wie wichtig die messbaren Ergebnisse für Patient, Mitarbeiter und Zahnarzt sind. Der Patient kann den aktuellen Stand und die Verlaufskontrolle seiner Mundgesundheit auf dem Bildschirm verfolgen und erhält eine anschauliche und verständliche Darstellung seiner Mundgesundheit. Die Fortschritte der danach eingeleiteten Maßnahmen lassen sich somit eindrucksvoll dokumentieren. Zugegeben: Die ersten Übungsstunden mit der Florida-Probe-Sonde waren nicht ganz einfach und nicht ganz schmerzfrei (alle Teilnehmer des Seminars sondierten sich gegenseitig die Taschentiefen).

Fragen wie „Ist der Messwinkel richtig?“, „Mit welcher Fußtaste kann ich den Vorgang wiederholen?“ oder „Kann ich Taschentiefen und Rezessionen gleichzeitig messen?“ wurden durch den kompetenten und kollegialen Mitarbeiterstab des Stuttgarter goDentis-Centers zielgerichtet beantwortet. Wir konnten uns viele Tipps und Tricks notieren, wie die Behandlungsabläufe reibungslos in den Praxisalltag zu integrieren sind. Es war zu erkennen, dass die Referenten der Basis-

schulung klar hinter ihrem Konzept stehen und auf Grund ihrer Erfahrung ein ausgewogenes Verhältnis zwischen theoretischem Wissen und praktischen Übungen gefunden haben.

Integration in die Praxis

In unserer Praxis hat sich der Zeitbedarf für eine Untersuchung durch den geschilderten Geräteeinsatz stark reduziert. Auf Grund der konsequenten Standardisierung erhalten wir nun reproduzierbare und bildhafte Messergebnisse, die nicht nur die Patienten beeindrucken.

Für uns Praktiker ist es wichtig, dass die Behandlungen standardisiert werden können und dabei nicht noch mehr Bürokratie und Papierflut entsteht. Hier hatten wir anfänglich Bedenken, die rasch beseitigt wurden: Das Konzept ist praxisnah und praktikabel – individuelle Wünsche können erfüllt werden.

Die computergestützte Diagnostik und Befunderhebung ist zwischenzeitlich voll in unser Praxiskonzept und in die Behandlungsabläufe integriert. Unsere „Prophys“ arbeiten damit routiniert und selbstverständlich – professionelle Prophylaxe mit System! **II**

ANZEIGE



Ein starker Partner stellt sich vor

<p><u>Unsere Leistungen für die Zahnärzte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Internetauftritt: Wir bieten Ihnen ein Baukastensystem für Ihre Internetpräsenz zu Sonderkonditionen • Praxiscoaching: Verbesserung der Rentabilität • Fachfortbildungen zu: Implantologie, ästhetischen Versorgung mit Vollkeramik, Marketingstrategien und Abrechnungen 	<p><u>Unser Service für Zahnärzte und Patienten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Bundesweite Präsenz mit über 70 Meisterlaboren • Angebot aller Systeme im Bereich Vollkeramik und Implantologie • CAD/CAM-Kompetenzbündelung im Technologiezentrum Leipzig • Implantatsicherheit durch Planung mit SimPlant®
---	---



Unsere Leistungen für den Patienten

- 5-jährige-Garantie
- PayDent Zahnersatzfinanzierung
z.B. 0 % Zinsen bei 6-monatiger Laufzeit

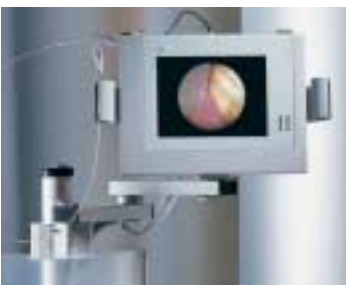


Mehr Infos unter www.Flemming-Dental.de
oder telefonisch unter 0800 353 664 64



Schöne Zähne.

Exklusivprodukte für die moderne Zahnarztpraxis



DentalView



OralCDx



OPMI® pico



OPMI® PROergo

pluradent bietet nun auch eine Reihe fein selektierter Exklusivprodukte als weitere Dienstleistung an, die die moderne Zahnarztpraxis auf dem Weg zum Erfolg unterstützen. Denn wer als Zahnarzt oder Dentallabor auch in Zukunft erfolgreich sein will, muss neue Wege gehen und offen sein für innovative Entwicklungen und Produkte.

Redaktion

OralCDx – der einfache Bürstenbiopsietest zur Früherkennung von Mundhöhlenkrebs, ist eines dieser deutschlandweit nur bei pluradent erhältlichen Produkte. Mit ihm kann bestimmt werden, ob orale weiße oder rote Schleimhautveränderungen potenziell gefährliche präkanzeröse oder karzinomatöse Zellen enthalten. Statistisch gesehen ist damit zu rechnen, dass in der Zahnarztpraxis pro Woche zwei unklare Mundschleimhautläsionen bei Patienten zu sehen sind, die abklärungsbedürftig sind. Der OralCDx-Test identifiziert harmlos erscheinende Formen von Vor- und Frühstadien des Mundhöhlenkarzinoms (sog. dissimulierende Karzinome) und eliminiert das Risiko des „Beobachtens und Wartens“. Die Bürstenbiopsie-Methode beinhaltet eine interne Qualitätskontrolle und ist minimalinvasiv, eine Lokalanästhesie ist nicht nötig.

Die Dentalmikroskope OPMI® pico mit MORA Interface und OPMI® PROergo von Carl Zeiss gehören ebenfalls seit neuestem zu den exklusiv von pluradent angebotenen Produkten: Das neue OPMI® pico mit MORA Interface kann mit nur einer Hand in beliebige Arbeitspositionen gebracht werden, ein schneller Wechsel von der Gesamt- zur Detailansicht wird möglich. Es ermöglicht so dem Zahnarzt ein komfortables Arbeiten in aufrechter Sitzposition während der gesamten Behandlungszeit. Bereits installierte Dentalmikroskope OPMI® pico können mit dem MORA Interface nachgerüstet werden. Das OPMI® PROergo bietet bestechende Brillanz, exzellente Lichtstärke und überzeugt mit seinem 1:6-Zoom-System durch geniale Technik: Bei hoher Vergrößerung wird langsam,

bei niedriger Vergrößerung schnell fokussiert – die Helligkeit wird automatisch angeglichen. Das Varioskop ermöglicht perfekte Ergonomie am Arbeitsplatz. Das OPMI® PROergo lässt sich durch das Free Float Magnetic System ganz ohne Kraftaufwand bewegen, denn präzises und stufenloses Positionieren sowie bequemes Feinregulieren sind auch mit einer Hand möglich. Ein weiteres Exklusivprodukt ist das Endoskopiesystem DentalView, das mithilfe einer hochauflösenden Spezialkamera es jetzt ermöglicht, direkt auf die Wurzeloberflächen eines Zahnes zu schauen, ohne dass das Zahnfleisch aufgeklappt werden muss. Nicht nur Ablagerungen können so sicher entdeckt, sondern auch feine Wurzelrisse sicher diagnostiziert werden. Die DentalView-Kamera zeigt Ablagerungen und Konkrementen, die so unter Sicht des Zahnarztes oder der Dentalhygienikerin entfernt werden können. Technisch möglich wird dieser präzise Blick unter das Zahnfleisch durch eine dünne Faseroptik mit eigener Lichtquelle. Damit die Sicht unter dem Zahnfleisch optimal ist, säubert ein dünner Wasserstrahl das Untersuchungsgebiet. Zurückgelassene und nicht vollständig entfernte Ablagerungen auf den Wurzeloberflächen werden in bis zu 48-facher Vergrößerung auf einem Monitor angezeigt. So steht dem parodontologisch orientierten Zahnarzt nun erstmals eine zuverlässige Therapiemöglichkeit unter dem Zahnfleisch zur Verfügung, ohne chirurgisch vorgehen zu müssen. Wünschen Sie weitere Informationen zu den Exklusivprodukten oder auch zu anderen Themen, fordern Sie diese einfach über Ihren pluradent-Fachberater oder direkt bei pluradent an. ■

kontakt:

pluradent AG & Co KG

Kaiserleistraße 3

63067 Offenbach

E-Mail: offenbach@pluradent.de

www.pluradent.de

Laserheilkunde

Die neue Generation Diodenlaser

Zur IDS 2005 stellte DENTEK Medical Systems aus Bremen den neuen LD-15 i vor. In diesem Jahr wurde das erste Mal eine Ausstellungskoope-ration mit DKL – dem derzeit innovativsten Behandlungsstuhlhersteller aus Göttingen – eingegangen. Die Kooperation hat für beide Seiten neue Besucher angezogen.

Auf der IDS wurden viele neue Vertriebsvereinbarungen mit internationalen Händlern geschlossen. Ein großer Erfolg waren für DENTEK weitere Verträge mit der arabischen Welt. Somit werden jährlich fast einhundert LD-15 i in die arabische Welt geliefert. Auch der asiatische Markt war von dem neuen LD-15 i begeistert. Hier wurden bestehende Verträge erweitert. Aber auch der eigentlich

durch die Gesundheitsreform totgesagte deutsche Markt hat ein reges Interesse an dem neuen Laser gezeigt. Innovative Zahnärzte haben sich spontan für den LD-15 i entschieden. Viele bestehende LD-15 Anwender haben sich auf der Messe für einen Umstieg auf die neue Generation Diodenlaser entschieden. Der LD-15 i verbindet die bekannten Vorteile des seit 10 Jahren bewährten, aber stetig verbesserten LD-15, mit vielen neuen Innovationen. Somit ist der LD-15 i seiner Zeit wieder Schritte voraus. Für die bekannten Einsatzgebiete Parodontie, Endodontie, Chirurgie, Bleaching, Aphthen, Herpes, Biostimulation u.v.m. wurden wesentliche Neuerungen entwickelt. Ein vergrößertes farbiges Touchscreen-Display mit 16



Speicherplätzen, die eine differenziertere Belegung mit verschiedenen Applikationen durch den Anwender erlaubt. Das neue um 360° drehbare Handstück erleichtert den Zugang in den oralen Bereich und reduziert somit stark die Ermüdung der führenden Hand. Auch das neue Non-Kontakt-Handstück mit neuem Optiksyst-tem sorgt für eine bessere Fokussierung auf das zu behandelnde Gewebe oder die Zahnoberfläche (z.B. Bleaching). Die größte Innovation am LD-15 i für alle chirurgischen Applikationen

ist das optionale Luft/Wasserspray. Der Anwender kann für den jeweiligen Einsatz eine individuelle Einstellung des Sprays vornehmen.

Die Vorteile des Luft/Wassersprays liegen auf der Hand:

- noch geringerer bis kein Einsatz von Anästhetikum
 - nach dem Eingriff kein/sehr geringer Wundschmerz
 - sehr viel bessere Wundheilung
- Der DENTEK LD-15 i mit seiner Wellenlänge von 810 nm ist der einzige fasergestützte Laser der Welt mit einer FDA-Zulassung für Parodontie, Endodontie, Chirurgie und seit kurzem auch Bleaching. Auch das vielfach ausgezeichnete innovative Design des LD-15 i hebt sich von den anderen Lasern im Industriedesigngehäuse stark ab.

DENTEK Medical Systems GmbH
www.dentek-lasers.com

Endodontie

Innovative Wurzelkanalinfektion

Debris und Krankheitskeime lassen sich jetzt effektiver als bisher aus Wurzelkanälen entfernen – mit dem neuen Endodontie-System Rins-Endo von Dürr Dental. Seine



Wirkung reicht selbst bei ungünstigen anatomischen Verhältnissen, zum Beispiel bei starker Kurvatur oder geringem Durchmesser, bis zum Apex. So schafft Rins-Endo auf der Basis einer innovativen Druck-Saug-Spülung unter Einsatz von Natriumhypochloritlösung beste Voraussetzungen für eine

langfristige Erhaltung des behandelten Zahns.

Die Installation des Rins-Endo-Handstücks erfolgt denkbar einfach: Es wird an den Turbinenanschluss gekoppelt, wobei Dürr Dental für alle gängigen Kupplungen (z.B. von KaVo und Sirona) den passenden Anschluss bereithält.

Dürr Dental ist damit in ein komplett neues Tätigkeitsfeld, die Endodontie, vorgestoßen und hat dabei gleich eine deutliche Verbesserung des möglichen Behandlungserfolges erzielt. Rins-Endo stellt eine effektive Alternative zur Reinigung und Spülung mit Handinstrumenten oder zu Ultraschall-Verfahren dar.

Dürr Dental GmbH & Co. KG
www.duerr.de

Nanoverstärktes Self-Etch-Bond für hohe Randdichtigkeit

Kreativ in der Forschung: Sichere Haftung einfach gemacht – mit seinen exzellenten Haftwerten hat Futurabond NR, das neue Self-Etch-Bond aus der VOCO-Forschung, schon in der Easy-Drop-Bottle für Aufsehen gesorgt. Jetzt begeistert das neue Futurabond NR SingleDose mit einer noch einfacheren Anwendung. Die neu entwickelte, innovative SingleDose-Verpackung stellt einen komfortablen Weg zur sicheren Haftung dar. Optimale Haftung und Randdichtigkeit: Das mit Nanopartikeln verstärkte Futurabond NR SingleDose zeigt mit 30,2 MPa an Humanschmelz und 30,9 MPa an Humandentin hervorragende Haftwerte, die auch moderne Total-Etch-Bondings nicht übertreffen. Selbst unter Extrembelastungen überzeugt Futurabond NR in Kombination mit dem Nanohybrid-Composite Grandio durch exzellente Randdichtigkeit. Leichte Anwendung: Der neue SingleDose-



Blister sorgt für einen schnellen Mischvorgang und garantiert ein optimales Mischverhältnis. Weil Futurabond NR SingleDose nur ein einziges Mal aufgetragen wird, gelingt die Applikation in wenigen Sekunden. Das Bond ist zudem sehr tolerant gegenüber dem Feuchtigkeitsgrad des Dentins. Das neue Futurabond NR SingleDose wurde auf der IDS 2005 vorgestellt und ist ab Anfang Mai lieferbar.

VOCO GmbH
www.voco.de

Diese Beiträge basieren auf den Angaben der Hersteller und spiegeln nicht immer die Meinung der Redaktion wider.

Aufbauen

Implantatversorgung einfach wie konventionelle Prothetik

Einfaches Handling und ein überschaubares Equipment bei besten ästhetischen Ergebnissen – dies sind die Merkmale des neuen Implantatsystems von Dentegris. Das System „Logic-Natura“ zeichnet



sich durch einen hochbelastbaren Klebeverbund zwischen dem Implantat und den prothetischen Aufbaukomponenten aus. Damit sind Ratsche und Drehmoment zu vergessen. Die anatomischen Zirkonoxid-Keramikaufbauten sind ähnlich den beschliffenen natürlichen Zähnen vorgeformt. Dadurch kann der Zahntechniker die Keramikmasse zur Gestaltung der individuellen Krone ohne Zwischenschritte unmittelbar aufbrennen. Somit sind für eine gesamte kronenprothetische Versorgung nur zwei Komponenten,

Implantat und eine individuell anatomisch gestaltete Keramikkrone, als Kronenbasis notwendig. Es entfällt nicht nur das lästige Einschrauben diverser Teile, sondern auch das komplizierte Prozedere von Aussuchen und Bestellen zahlreicher Komponenten. Was bleibt, ist höchste Stabilität, beste Ästhetik, minimierte Spalträume und größtmögliche Biokompatibilität. Logic-Natura kann jeder Zahnarzt völlig ohne Hilfsmittel – wie Schraubendreher, Abdruckpfosten, dicke Kataloge etc. – prothetisch versorgen. Das System „Logic-Natura“ verzichtet darüber hinaus auf Wegwerfteile, die zu einer zusätzlichen finanziellen Belastung der Patienten führen und logistische Probleme für die Praxis bergen.

Die Haltbarkeit dieser „verklebten Prothetik“ wurde durch wissenschaftliche Untersuchungen zur Verbundproblematik Titan und Zirkonoxid etc. belegt. Untersucht wurden Druck-/Scherfestigkeit sowie Zug- bzw. Torsionsfestigkeit. Alle drei Untersuchungen ergaben absolut überzeugende Ergebnisse. Weitere Untersuchungen sind derzeit in Vorbereitung bzw. in Durchführung.

Dentegris medical GmbH & Co. KG
www.dentegris.de

Implantologie

Im Dienste der Prothetik

Über 30 Jahre Entwicklungs- und Produktionskompetenz von feinmechanischen Konstruktionselementen und Implantaten, 14 Jahre Vertriebskompetenz für diese Produkte – die Partnerschaft von Servo-Dental und m&k dental.



Teil der Produktionsanlage.

Zahnmedizinische Präzisionsteile sind eine Grundlage exakter Funktion und höchster Ästhetik einer prothetischen Versorgung. Qualität durch anspruchsvolle Materialien, innovative Ideen, modernste Produktionsmittel und fachkompetente Beratung, gewonnen aus Erfahrung und kontinuierlicher Produktschulung.

Dieser Anspruch wird mit dem neuen ixx2-Implantatsystem umgesetzt. Bewährte technische Standards wurden mit nahezu unbegrenzten prothetischen Möglichkeiten kombiniert. Qualifizierte Beratung gibt dem Anwender Sicherheit für die Patientenbetreuung.

m&k dental GmbH Jena
www.mk-dental.de

Dentalhygiene

Exklusive Prophylaxeprodukte für die Praxis

Das breite Prophylaxesortiment unter dem Namen mira dent präsentierte Hager & Werken anlässlich der IDS in Köln erstmals an einem eigenen Stand.

Herzstück des Prophylaxekonzeptes sind zum einen professionelle Produkte, die es exklusiv beim Zahnarzt und in der Apotheke gibt. Zum anderen wird das Konzept abgerundet durch Unterlagen und Materialien, die die Praxis bei der Beratung und Kommunikation mit dem Patienten unterstützen. Eine Beratung über die optimale häusliche Zahnpflege kann, muss aber nicht den

Verkauf der entsprechenden Produkte einschließen. Die Zahnarztpraxis, die ihren Patienten Mundpflegeprodukte direkt anbieten möchte, kann alle mira dent-Produkte über den Dentalhandel beziehen. Allen anderen Praxen steht die Möglichkeit offen, mit einer Apotheke in der Nähe zusammen zu arbeiten, wie es vielfach erfolgreich geschieht. In diesem Fall kann die Praxis dem Patienten ein mira dent-Informationsblatt an die Hand geben, mit dem er in der Apotheke das empfohlene Mundpflegeprodukt erhält.



Hager & Werken GmbH & Co. KG
www.hagerwerken.de
www.miradent.de

Diese Beiträge basieren auf den Angaben der Hersteller und spiegeln nicht immer die Meinung der Redaktion wider.

Wurzelbehandlung

Erweiterte Indikation für die Endodontie

KaVo ist es gelungen, das Anwendungsspektrum des HealOzone zu erweitern und sich die desinfizierende Wirkung des Ozons nicht nur in der Kariestherapie, sondern auch der Endodontie, zur schnellen und kompletten Desinfektion des Wurzelkanals nach der Aufbereitung, zu Nutze zu machen. In nur einer Sitzung kann so eine komplette endodontische Behandlung durchgeführt werden. Zur Desinfektion des Wurzelkanals werden die speziellen Endo-Kanülen (25 mm Länge, 0,4 mm Durchmesser) aus sehr flexiblem Stahl einfach in das Röhrchen am Handstückkopf eingesetzt.

Der Anwender führt die Kanüle für die Behandlung in den Wurzelkanal ein und setzt das bekannte Gummikäppchen am Handstückkopf auf den Zahn bzw. die Gingiva auf.

Sobald das Gerät ein Vakuum erzeugt hat, erfolgt der Ozonausstoß. Die Einstellung der speziellen Durchflussrate für die Wurzelkanal-desinfektion erfolgt einfach und problemlos mittels einer im Gerät integrierten Software. Nach der Ozonbehandlung erfolgt die Applikation der Remineralisationslösung zur Beschleunigung der Einlagerung von Mineralien und zur Absenkung des pH-Wertes.

Mithilfe eines speziellen Patientenkits kann der Patient von zu Hause aus die ausreichende Zufuhr von remineralisierenden und katalytischen Stoffen gewährleisten. Das HealOzone-Gerät ist mobil und einfach zu handhaben. Die verkürzte Dauer einer Wurzelbehandlung ist ein wichtiger Aspekt, besonders für Angstpatienten und Kinder.



Diese Beiträge basieren auf den Angaben der Hersteller und spiegeln nicht immer die Meinung der Redaktion wider.

ANZEIGE

www.implantologie-international.com

SYMPOSIUM FÜR MKG-CHIRURGEN, ORALCHIRURGEN, ZAHNÄRZTE



30. September – 02. Oktober 2005 | Palma de Mallorca
Lindner Golf & Wellness Resort Portals Nous

Dr. K. Dawirs/Essen, Dr. E. Ewer/Mailand,
Dr. R. Glauser/Zürich, Prof. Dr. A. Hüls/Göttingen,
Dr. A. Kirsch/Filderstadt, Dr. T. Langer/Mönchengladbach,
Prof. N. Meredith/Newcastle, Dr. St. Neumeyer/Eschlikam,
Priv.-Doz. Dr. M. Yildirim/Aachen etc.

Astra Tech GmbH, Camlog Vertriebsgesellschaft mbH,
Dentegris medical GmbH & Co. KG, Geistlich Biomaterials
Vertriebsgesellschaft mbH, med3D GmbH, neoss GmbH,
New Tom Deutschland AG, Nobel Biocare Deutschland
GmbH, Piezosurgery Rocker & Narjes GmbH

Kongressgebühr für Frühbucher bis zum 31. Mai 2005 | 290,-€

Infos auf unserer Homepage bzw. bei office & more Essen | Schöne Aussicht 27 | 45289 Essen

Fax: 02 01 4781829 | E-Mail: info@office-more-essen.de / mail@ruz-klinik-essen.de

Cosmetic Dentistry

WHITEsmile Bleaching-Produkte

Das WHITEsmile Home-Bleaching

Home-Bleaching mit individuellen Schienen bietet für Patienten und Praxis viele Vorteile. Die individuell angefertigten Zahnschienen haben einen hohen Tragekomfort und können je nach Belieben nachts oder tagsüber stundenweise getragen werden. WHITEsmile verwendet eine spezielle Rezeptur, die Sensitivitäten weitestgehend vermeidet. Das Gel gibt es in verschiedenen Konzentrationen: 10 %, 16 % und 22 % Carbamid-Peroxid. Der Patient kann die Behandlung jederzeit wiederholen.

Home-Bleaching bedeutet zunächst nur das Nehmen einer Abformung. Die Zahnschienen können vom Labor oder direkt in der Praxis hergestellt werden. Bei den höherprozentigen Konzentrationen empfiehlt WHITEsmile die Modelle auszublocken und so ein Reservoir für das Gel in den Zahnschienen anzulegen.

WHITEsmile Office-Bleaching

Wenn Zahnschienen für den Patienten angefertigt wurden, können Sie die Behandlung im Wartezimmer mit 35%igem Carbamid-Peroxid Gel beginnen. Das

kann die Gesamtbehandlungsdauer bei starken Verfärbungen reduzieren. Bei krankhaften Verfärbungen kann man mit



WHITEsmile auf der IDS mit Live Power Bleaching.

diesem Material die Behandlung gezielt in Gang setzen.

Manchmal ist es dem Patienten angenehmer, die erste Anwendung in der Praxis unter ihrer Obhut durchzuführen. Auch die kurze Tragezeit der Schienen wird

vom Patienten begrüßt. Für dieses Material ist kein Gingivaschutz erforderlich. Die Folgebehandlung führt der Patient als Home-Bleaching zu Hause durch.

WHITEsmile Power-Bleaching Plus

WHITEsmile Power-Bleaching Plus kann z.B. direkt nach einer professionellen Zahnreinigung angeboten werden sowie vor prothetischen Maßnahmen. Für den Patienten werden so notwendige Maßnahmen um einen echten Spaßfaktor ergänzt. In weniger als einer Stunde ist der Patient von seinen schönen weißen Zähnen begeistert.

WHITEsmile Power-Bleaching Plus ist optimal einsetzbar, mit oder ohne zusätzliche Aktivierung. Für den Erfolg sind so keine speziellen Geräte erforderlich. Die zusätzliche Aktivierung mit einer herkömmlichen Polymerisationslampe ist ausreichend, um die Behandlung etwas zu beschleunigen. Natürlich kann man auch spezielle Zahnaufhellungslampen oder Laser verwenden.

WHITEsmile GmbH
www.whitesmile.de

Endodontie

Füllung des Wurzelkanals auf Knopfdruck

Sekundenschnelle, saubere und dauerhaft dichte Abfüllung von Wurzelkanälen mit BeeFill! BeeFill ist die innovative und preisgünstige Alternative zum Einstieg in die thermoplastische Obturation mit Guttapercha. Das BeeFill-Gerät ist intuitiv und besitzt ein ergonomisches Handstück mit 360-Grad-Bedienung, das die taktile Kontrolle des Füllvorgangs erlaubt. Mit BeeFill kann die Füllung des Wurzelkanals auf Knopfdruck erledigt werden. Es muss nur noch nachgepluggert werden. Damit werden Zeit und Kosten effizient für eine perfekte Füllung eingesetzt. Sauberer und schneller Kartuschenwechsel wird durch das einzigartige Drop-in/Drop-out-Design einfach gemacht. Eine Kartusche reicht für 4–6 Wurzelkanäle aus. BeeFill: Schneller und sauberer komfortabel Abfüllen.



Weitere Produktfeatures:

- Individuell regulierbare Temperatur und Fließgeschwindigkeit
- übersichtliche und einfache Bedienung der Tastatur und des Handstücks

- präzise mikromotorgesteuerte Guttapercha-Abgabe ermöglicht ermüdungsfreies Arbeiten
- klare Sicht auf den Wurzelkanal auf Grund des schlanken Handstücks und extra langer Kanüle (30 mm)
- flexibel verformbare, wärmespeichernde Silberkanüle, auch für gekrümmte Wurzelkanäle geeignet
- zwei Kanülengrößen lieferbar: 20 Gauge (Ø 0,8 mm) und 23 Gauge (Ø 0,6 mm)
- Wurzelkanalfüllung mit einem standardisierten und langerprobten Material: guttaperchgefüllte Kartuschen
- auch als Einstiegsgerät für General Practitioners geeignet

VDW GmbH
www.vdw-dental.com

Diese Beiträge basieren auf den Angaben der Hersteller und spiegeln nicht immer die Meinung der Redaktion wider.

herstellereinformation

KONS

Zweite Generation mobiler LED-Powerspots



Anlässlich der diesjährig stattgefundenen IDS in Köln präsentierte der Lupenbrillenspezialist DCI-Dental Consulting GmbH aus Kiel die zweite Generation kopfgetragener LED-Powerspots mit deutlich verbesserten technischen Werten und Adaptionmöglichkeiten. Das bruch- und stoßresistente

eloxierte Alugehäuse des Powerspots wiegt federleichte 15 g und ist vollständig desinfizierbar und somit OP-tauglich! Ein patentierter Batterie- oder Akkubetrieb ermöglicht einen ungehinderten mobilen Einsatz. Fünf unterschiedliche LED-Tragevarianten stehen zum Angebot:

- der neue DCI-Universal-Clip – ideal für Lupenbrillen vieler Hersteller
- der Spezial-LED-Adapter für die federleichte Merident-Lupenbrille
- der Spezial-LED-Adapter für große Zeiss-Lupenbrillen (Kepler)
- für Nichtbrillen Träger das leichte LED-Brillengestell
- das bequeme LED-Kopfband

Die LED-Lichtsysteme der DCI sind bereits ab EUR 89,- erhältlich.

DCI-Dental Consulting GmbH
www.dci-dental.com

Prophylaxe

Natürliche Süßkraft im Dienste der Zahngesundheit

Forschungen der letzten Jahrzehnte über nichtkariogene Zuckerersatzstoffe haben gezeigt, dass der im menschlichen Körper natürlich vorkommende Zuckeralkohol Xylit am besten geeignet ist, die Zahngesundheit des Menschen zu erhalten. Die Ergebnisse von zahlreichen weltweit unabhängig durchgeführten Studien beweisen, dass eine Langzeiteinnahme von Xylit geeignet ist, die unerwünschten Wirkungen der kariesauslösenden Bakterien der Streptokokkus mutans-Gruppe und deren zahn-schädigende Stoffwechselprodukte signifikant zu senken. Es konnte gezeigt werden, dass die Säure- und Plaquebildung durch regelmäßige Einnahme von Xylit gehemmt und die Remineralisation gefördert werden. Xylit hat zwar einen anderen Wirkansatz, aber eine ähnlich zahn-schützende Wirkung wie Fluor. Mit der Entwicklung von XYLIX100 Kaugummi und Pastillen hat Top Caredent® die aus den Studien gezogenen Schlüsse in die Praxis umgesetzt und mit XYLIX100 Produkte geschaffen, die die natürliche Süßkraft von Xylit zu 100 % in den Dienst der Zahngesundheit stellen. XYLIX100 ist



klinisch getestet und mit dem Qualitätssiegel der „Aktion zahnfreundlich“ ausgezeichnet. XYLIX100 gibt es als Kaugummi mint, tropic und lemon und als Pastillen mint und mixed berries. Die Einnahme von 6 bis 7 XYLIX100 Kaugummi oder Pastillen pro Tag genügt,

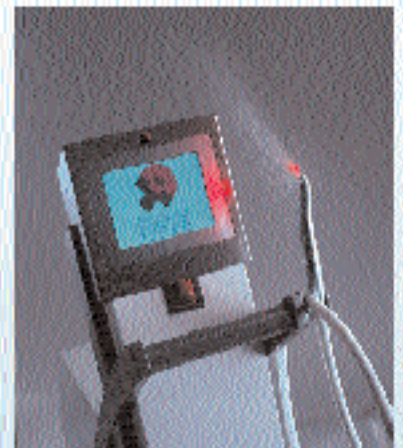
um von den wissenschaftlich erwiesenen Vorteilen von Xylit zu profitieren. Die Einnahme von XYLIX100 Kaugummi oder Pastillen soll wie die Zahnreinigung mit der Bürste oder Interdentälbürste 3 x täglich nach den Hauptmahlzeiten erfolgen und zwischendurch je nach Bedarf. Um maximal von den Vorteilen von Xylit zu profitieren, wird die regelmäßige und langzeitliche Einnahme von XYLIX100 Kaugummi und Pastillen empfohlen. Bei einer Unterbrechung der regelmäßigen Einnahme bleibt die positive Wirkung aber erhalten und das Programm kann ohne große Wirkungseinbuße wieder neu gestartet werden. XYLIX100 wird für die Langzeiteinnahme im 3-Monats-Display zu 6 Dosen à 90 Kaugummi angeboten.

Top Caredent AG, Tel.: +41-43/343 30 60
Top Caredent GmbH, Tel.: 0 77 31/82 78-0
www.topcaredent.com

Diese Beiträge basieren auf den Angaben der Hersteller und spiegeln nicht immer die Meinung der Redaktion wider.



D E N T E K



Die neue Generation Diodenlaser

DENTEK LD-15 i

DIODENLASER 810 nm

Einsatzgebiete

Parodontologie (FDA zugelassen)
Endodontie (FDA zugelassen)
Chirurgie (FDA zugelassen)
Überempfindliche Zahnhälse

Implantologie
Aphthen-Herpes

Biostimulation

Bleaching

Bieten Sie Ihren Patienten mehr Behandlungskomfort und steigern Sie Ihren Anteil an Privatliquidationen.



D E N T E K
Medical Systems GmbH

Obernauer Heerstraße 83 F
28355 Bremen

Tel.: 04 21/24 28 96 24

info@dentek-lasers.com

www.dentek-lasers.com

Bitte senden Sie mir:

- ☐ mehr Informationen über den Diodenlaser LD 15
☐ Termine für Laser-Einsteigerkurse

Praxisbeispiel:

Fax: 04 21/24 28 96 25

kurz im fokus

Implantologie auf dem Petersberg in Bonn

Vom 15. bis 17.9.2005 trifft sich die ganze Implantologie im Hotel Petersberg in Königswinter/Bonn zum 9. BDIZ EDI Symposium. Das Motto in diesem Jahr: „Der neue Zahn – Implantologie in Europa“. Veranstalter ist der BDIZ EDI / Bundesverband der implantologisch tätigen Zahnärzte in Europa e.V. Das Programm setzt sich aus Workshops, ganztägigen Röntgenkursen, Abrechnungsseminare für Zahnärzte und Helferinnen, Europäischen Fortbildungsthemen, der Mitgliederversammlung und Abendveranstaltungen zusammen. Informationen und Anmeldung per E-Mail: office@bdiz.de

DENTICIO 2005 in Prag

Die erste Mitteleuropäische Zahnärztetagung Berlin-Prag-Wien findet vom 25. bis 26. November 2005 in Prag statt. Das Thema der Veranstaltung ist „Zahnmedizin ist Medizin“; der Präsident ist Dr. Wolfgang Schmiedel. Informationen und Anmeldung unter Tel. 05 11/55 44 77/5 33 16 93, E-Mail: org@raiman.de.

Amerikanischer Zahnarzt referierte in Greifswald

Mitte März hielt der renommierte und auf seinem Fachgebiet führende Zahnmediziner Prof. Dr. Andrew Pulling von der University of California Los Angeles einen wissenschaftlichen Vortrag über Zusammenhänge zwischen Kaufunktionsstörungen und Kiefergelenkerkrankungen bis hin zur Bissperre und daraus resultierende Gesichts- und Kopfschmerzen in der Universität Greifswald. Interessant für den US-Wissenschaftler ist der ganzheitliche Ansatz der Greifswalder Zahnmediziner, die eine fächerübergreifende Kooperation mit der Allgemeinmedizin praktizieren. Einer der entscheidenden Arbeitsschwerpunkte liegt in der Untersuchung von zahnmedizinischen und kieferorthopädischen Aspekten bei Kopf- und Gesichtsschmerzen sowie hormonellen, genetischen und kardiologischen Faktoren.

Anwendertreffen: Mehr Wissen – mehr Erfolg

Über 300 Teilnehmer aus dem gesamten Bundesgebiet folgten der Einladung der solutio GmbH Anfang März zum diesjährigen Anwendertreffen nach Wiesbaden. In hochkarätigen Vorträgen boten ihnen renommierte Referenten wie der Unternehmer und Politiker Prof. Dr. h.c. Lothar Späth, Finanzanalytiker und FAZ-Autor Volker Looman, Prof. Dr. Christoph Müller von der Universität Hohenheim, Verkaufs- und Managementtrainer Jürgen Schäfer sowie Dr. Walter Schneider, Zahnarzt und Geschäftsführer der solutio GmbH Wissen, das sich in konkrete und sofort anwendbare Lösung für mehr Erfolg umsetzen lässt.

Kursprogramm 2005 der XO ACADEMY

Die Gesundheit von Behandler und Team sowie die effiziente Arbeitsweise sind auch im neuen Kursprogramm 2005 der XO ACADEMY, neben weiteren interessanten fachlichen Themen, der Schwerpunkt. In den angebotenen Kursen lernen Sie, wie Sie Ihre Gesundheit und die Ihres gesamten Teams fördern und so eine höhere Effizienz Ihrer zahnärztlichen Tätigkeit erzielen. In fachlichen Vorträgen und praktischen Kursen stellen Ihnen

Kollegen ihre Konzepte vor – in kleinen Gruppen und in kollegialer Atmosphäre. Für die Teilnahme erhalten Sie Fortbildungspunkte. Erstmals erscheint das XO ACADEMY Programm als Jahresprogramm, für eine langfristige Planung Ihrer Fortbildungsmaßnahmen.

Programm-Bestellung unter: AgenturEventia e. K. – Dental Dialog, Tel.: 0 40/94 36 65-32, Fax: 0 40/94 36 65-43, E-Mail: academy@xocare.de



Das Fortbildungsprogramm der XO CARE für 2005.

Ärztliche Fortbildung:

Karte, Punkte und Konto

„Unser Ziel ist eine inhaltlich und zeitlich optimale Nachweisführung erworbener Fortbildungs-Punkte“, sagte Dr. H. Hellmut Koch, Präsident der Bayerischen Landesärztekammer (BLÄK). Daher plane die BLÄK gemeinsam mit den anderen deutschen Landesärztekammern noch für 2005 die Herausgabe einer Fortbildungskarte für Ärztinnen und Ärzte. Da für niedergelassene Vertragsärzte und für Krankenhausärzte der Nachweis kontinuierlicher ärztlicher Fortbildung gesetzlich vorgeschrieben sei, müssten die Landesärztekammern die Verwaltung und die Doku-

mentation von ärztlicher Fortbildung organisieren. Dies soll künftig mit Karten, Punkten und Konten funktionieren. „Daher führen die Landesärztekammern kostenlos Fortbildungspunkte-Konten für die Ärztinnen und Ärzte ein“, erklärte Bayerns Ärzte-Chef weiter. Für die künftige „Buchung“ von Fortbildungspunkten auf Konten käme bei der BLÄK ein Scheckkarten großer Fortbildungsausweis zum Einsatz, der einen Barcode mit einer – für jede Ärztin und jeden Arzt – einheitlichen Fortbildungsnummer (EFN), die bundesweit identisch aufgebaut ist, aufgedruckt haben.

DGZPW-Symposium in Gotha

Auf den Fachtagungen der DGZPW werden neue wissenschaftliche Erkenntnisse, prothetische Brennpunkt-Themen und praxisrelevante Zusammenhänge in unterschiedlichsten Foren behandelt. Das Symposium in Gotha am 20. und 21.5.2005 bietet diesmal ein attraktives, ganz auf die aktuellen Änderungen der gesundheitspolitischen Rahmenbedingungen ausgerichtetes Programm. Am Freitag werden NEM-Legierungen in der Kronen-Brücken-Prothetik verhandelt und am Samstag lautet das Thema provokant „Regelversorgung versus wissenschaftliche Evidenz“. Hierzu werden Prof.



Dr. Wöstmann und Priv.-Doz. Dr. Heydecke aus Sicht der DGZPW und Dr. Buchholz als Mitglied des KZBV-Vorstandes vortragen und mit den Teilnehmern diskutieren. Gerade für die niedergelassenen Kolleginnen und Kollegen bietet die diesjährige Themenauswahl wissenschaftlich fundierte Hilfestellung für eine fachlich kompetente Handhabung der neuen ZE-Regelwerke.

Info und Anmeldung: Prof. Dr. Böning Fetscherstr. 74, 01307 Dresden

Fax: 03 51/4 58 53 14, www.dgzpw.de

E-Mail:

Klaus.Boening@uniklinikum-dresden.de

Fortbildung auf hohem Niveau

Die Initiative wissen-schafft-erfolg bietet zahnmedizinische und zahn technische Fortbildung auf hohem Qualitätsniveau. Die Veranstaltungen werden von der Initiative wissen-schafft-erfolg und Partnerunternehmen organisiert. Hochkarätige Wissenschaftler und Praktiker, allesamt Spezialisten in ihrem Bereich, bringen Zahnärzte hier auf den aktuellen Stand der unterschiedlichsten Fachgebiete.

So fand beispielsweise in Zusammenarbeit mit der Firma Hager & Werken in der Charité in Berlin das Seminar „Komposite und Adhäsivsysteme – der aktuelle Stand der Dinge“ statt. Die Vortragenden Prof. Dr. Thomas Attin vom Universitätsklinikum Göttingen und OA Dr. Uwe Blunck von der Charité-Universitätsmedizin Berlin gaben einen anschaulich und durch wissenschaftliche Studien fundierten Überblick über Komposit-Füllungs-materialien und Adhäsivsysteme bis hin zu Füllungstherapien mit Kompositen im Front- und Seitenzahnbereich. Die Atmosphäre des Seminarsaals in der Charité unterstrich dabei

den wissenschaftlichen Hintergrund dieser Veranstaltung.

Weitere Seminare zu dieser Veranstaltungsreihe bietet die Initiative wissen-schafft-erfolg zu verschiedenen Terminen in unterschiedlichen Städten an. Themen sind dabei:

- *Workshop Hochfrequenz-Zahnheilkunde*
- *Workshop Kofferdamtechnik*
- *Workshop Intraorale Reparatur*
- *Workshop Keramik für Einsteiger*
- *Workshop Keramik für Fortgeschrittene*

Mehr Informationen zu der Veranstaltungsreihe und den einzelnen Seminarangeboten erhalten Sie unter www.wissen-schafft-erfolg.net oder unter:

wissen-schafft-erfolg

Postfach 10 06 54

47006 Duisburg

Tel./Fax: 07 00/99 92 22 92

E-Mail: info@wissen-schafft-erfolg.net

4. Unnaer Implantologietage waren ein voller Erfolg



Bereits zum vierten Mal fanden die Unnaer Implantologietage statt. Mit mehr als 150 Teilnehmern war der Tagungssaal im Hotel Park Inn am Kamener Kreuz bis auf den letzten Platz besetzt. Die Unnaer Implantologietage haben sich mit ihrem Konzept der Verbindung von Wissenschaft und Praxis zu einem festen Bestandteil in der implantologischen Fortbildungslandschaft in Nordrhein-Westfalen entwickelt. Alleiniger Grund dafür ist das durch die beiden Organisatoren Dr. Klaus Schumacher, Leiter der DGZI-Studiengruppe Westfalen, und Dr. Christof Becker (beide Unna) zusammengestellte Programm der Extraklasse: Das vielschichtige Programm reichte von Fragen der Osseointegration (Prof. Joos/Münster)

über die Implantatversorgung bei parodontal Erkrankten (Prof. Kleber/Berlin), Therapieentscheidungen im Zusammenhang mit Extraktionen (Prof. Tetsch/Münster), Autologe Knochentransplantate in der zahnärztlichen Implantologie (Prof. Wangerin/Stuttgart), implantologischen Einzelzahn ersatz im Oberkiefer (Prof. Jacobs/Göttingen), experimentelle und klinische Erfahrungen mit TiUnite™-Implantaten (Prof. Wagner/Mainz), Implantate bei Kinder und Jugendlichen (Prof. Wember-Matthes/Nürmbrecht), Implantate bei schwierigen Ausgangssituationen (Prof. Zenk/Jena), Navigation (Prof. Haßfeld/Dortmund) bis zu Fragen der Implantatoberflächen (Prof. Szmukler-Moncler/Basel). Ergänzt wurde das zahnärztliche Programm erstmals durch diverse Hands-on-Kurse zu verschiedenen Implantatsystemen, Lasern und Knochenersatzmaterialien. Ebenfalls viel Resonanz fand das Helferinnenprogramm zu Abrechnungsfragen rund um die Implantologie. Trotz der Fülle der Vorträge wurde die Zeit zur Diskussion mit den Referenten rege genutzt. Die 5. Unnaer Implantologietage finden am 24./25. Februar 2006 an gleicher Stelle statt.



"Let's talk about Endo II" Die orthograde Revision

2-Tages Hands-on-Kurs mit Mikroskop
10.-11. Juni, München
Dr. Thomas Glauder
16 Fortbildungspunkte

Professionelle Prävention für alle Altersgruppen

praktischer Arbeitskurs
16.-17. September, München
Prof. Dr. Ch. Bplieth
16 Fortbildungspunkte

concept

Gesellschaft für
zahnärztliche Dienstleistungen mbH

Industriest. 31
D- 82194 Grebenzell
Tel. +49 (0) 8142 - 44 42 83
Fax. +49 (0) 8142 - 65 06 294

info@conceptdental.de
<http://www.conceptdental.de>

**Gerne senden wir Ihnen
weitere Informationen zu**

**Bitte senden Sie mir weitere
Informationen zum
Kursprogramm 2005!**

Vorname, Name
Strasse
PLZ Ort
Tel.
Fax
E-Mail

concept GmbH
Industriest. 31
D- 82194 Grebenzell

Fax. +49 (0) 8142 - 65 06 294

Einstieg in die Implantologie

Lange Jahre war der „Einsteiger“ Stiefkind der Implantatfirmen – zu langes Return of Investment und damit zu teuer und zu aufwändig in der Akquise. Vermeintlich leichter schien es, Heavyuser zu gewinnen und mit wenig Aufwand schnell hohe Stückzahlen zu erreichen.

| Priv.-Doz. Dr. Dr. Steffen G. Köhler



Das Handbuch „Implantologie“ erhält jeder Teilnehmer des IEC.

Nun ist die Zahl der Heavyuser limitiert und damit eine wirkliche Steigerung der Zahl der verkauften Implantate nur in gewissen Grenzen möglich, außerdem haben es alle Firmen versucht und sich den Markt mit immer günstigeren Konditionen oder Sonderbenefits selbst kaputt gemacht. Ergo sehen sich die Implantatanbieter zunehmend genötigt, auch den potenziellen Neukunden aus der bisher implantologisch wenig erfahrenen Klientel zu erreichen und so bieten derzeit nahezu alle Firmen Seminare oder jetzt sogar Symposien für sogenannte Einsteiger an. Das Niveau reicht dabei von Mogelpackungen der Kategorie „Verkaufsveranstaltung“ bis hin zu Highend-Veranstaltungen mit Spitzenreferenten. Tatsache aber ist, dass die meisten „Einsteiger“-Veranstaltungen einfach zu sehr darauf orientiert sind, dem Teilnehmer von vornherein das „eine“ Implantatsystem zu verkaufen, und da liegt auch das Problem. Kein Mensch würde z. B. eine Küche, ein Auto, eine hochwertige Audioanlage oder sonstige kapitalintensive Investitionen tätigen, ohne sich vorher neutrale Informationen einzuholen, Produkte zu testen und vor allem Preise und Leistungen der Anbieter zu vergleichen. Also sollte man dies auch bei einer so hohen Investition wie der eigenen implantologischen Tätigkeit tun. Denn Implantologie ist nicht nur die Investition in ein Implantatsystem, sondern auch in implantologisches Equipment, in ein Praxiskonzept und -Marketing und vor allem eine Investition in die eigene Fort- und Weiterbildung bis hin zur Spezialisierung oder gar zum Master-Titel. Natürlich ist Implantologie auch Teamwork und so ist es unabdingbar das Praxisteam in diesen Prozess zu integrieren. All das kostet Geld.

Fazit: Drum prüfe wer sich ewig bindet, ob sich nicht vielleicht was Besseres findet!

Implantologie mit Konzept

Es gibt seit zwölf Jahren aus meiner Sicht nur eine Veranstaltung auf dem Gebiet der Implantologie, die neutrale Informationen über die fachlichen Basics auf wirklichem „Einsteiger“-Niveau, über nahezu alle gängigen Implantatsysteme und Knochenersatzmaterialien bis hin zu praxisorganisatorischen, abrechnungstechnischen, rechtlichen und berufspolitischen Fragen bietet und das an nur einem Wochenende inklusive einem, die kompletten Informationen des Kongresses enthaltenden Handbuches „Implantologie“ für jeden Teilnehmer – das ist der IEC Implantologie-Einsteiger-Congress. Seit zwölf Jahren ist er unangefochten so erfolgreich, weil anerkannte Spezialisten aus Wissenschaft und Praxis produktneutral die fachlichen Basics vermitteln, jeder Teilnehmer die Möglichkeit hat, die Implantatsysteme, Knochenersatzmaterialien und das implantologische Equipment in Form einer großen begleitenden DentaAusstellung kennen zu lernen und im Rahmen der mehr als 50 Hands-on-Kurse praktisch zu testen. Es gibt ein separates Programm für Zahntechniker und Zahnarthelferinnen. Die Teilnehmer werden nach diesen zwei Tagen zwar noch nicht implantieren können, aber sehr gut über die fachlichen Basics und den Markt Bescheid wissen. Um bei der Stange zu bleiben und als Ansporn gibt's obendrein noch ein Gratis-Jahresabo für die Fachzeitschrift Implantologie Journal. Das Ganze zu einem unschlagbaren Preis-Leistungs-Verhältnis. Also: Köln, 27./28. Mai 2005, Maritim-Hotel – ich hoffe, wir sehen uns. ■



Priv.-Doz. Dr. Dr. Steffen G. Köhler, Implantologe

CAD/CAM-Kooperation: BEGO Medical und etkon kooperieren



Christoph Weiss, Vorstandsvorsitzender BEGO Medical AG, Stephan Holzner, Vorstandsvorsitzender der etkon AG, Axel Klarmeyer, Prokurist BEGO Medical AG, Dr. Helmut Laschütz, Vorstand Technik BEGO Medical AG (v.l.n.r.).

Eine neue CAD/CAM-Kooperation ist unter Dach und Fach und der neue Umfang der kundenorientierten Zusammenarbeit zwischen der BEGO Medical und der etkon AG, München, umfasst:

- BEGO Medical- und etkon-Labore haben ab sofort ein erweitertes Leistungsangebot gratis.
- Das Leistungsangebot enthält Einzelkäppchen oder Brückengerüste aus EM-, EMF-Legierungen, Titan und verschiedene vollkeramische Materialien.
- Jedem CAD/CAM-Neu-Einsteiger-Labor von BEGO Me-

dical oder etkon steht das komplette Leistungsprogramm zur Verfügung. BEGO Medical ermöglicht mit dem einzigartigen Laser-Sinterverfahren nun auch Kunden von etkon die Gerüsterstellung aus EM- und EMF-Legierungen. etkon wird den Speedscan-Anwendern verschiedene vollkeramische Materialien und auch Titan zur Verfügung

stellen. Mit diesem Schritt haben beide Partner ihre CAD/CAM-Netzwerke komplettiert.

Weitere Infos zu den Leistungsumfängen unter:
www.bego-medical.de und
www.etkon.de

Acteon Germany: Mobile Einheit für Behandlung Drogenabhängiger

Vor ihrer Leistung ziehe er den Hut, sagte Acteon Germany Geschäftsführer Hans J. Hoof, als er Zahnärztin Marion Bracht die Möglichkeiten des neuen Behandlungskoffers Transcare Max mit der perfekt ausgerüsteten mobilen Einheit demonstrierte. Das Unternehmen hat die Koffereinheit dem Berliner Hilfswerk Zahnmedizin zur Verfügung gestellt, das neben weiteren humanitären Aufgaben auch die Arbeit von Marion Bracht und die von ihr geleistete zahnärztliche Behandlung Drogenabhängiger seit langem aktiv unterstützt.

Bei der täglichen Arbeit im Bus, der als mobile Zahnstation unterwegs ist zu den zentralen Treffpunkten



Dr. Jürgen Seligmann, stellv. Vorsitzender Berliner Hilfswerk Zahnmedizin, ZÄ Marion Bracht und Acteon Germany Geschäftsführer Hans J. Hoof (v.l.n.r.).

der Drogenabhängigen in Berlin, kommt es vor allem auf zuverlässige Unterstützung und zum Einsatzort passende Technik an. „Da geht mir das Herz auf, das ist ja ganz genial“, meinte Marion Bracht strahlend, als ihr Hans J. Hoof die vielen Möglichkeiten demonstrierte, die ihr nun ab sofort zur Verfügung stehen. Acteon hat schon länger damit aufgehört, Kundengeschenke abzugeben, sondern engagiere sich lieber für humanitäre Projekte.

ANZEIGE

**Arbeiten Sie
profitabel?**

www.pharmatechnik.de/stundensatzkalkulator

www.zaehne-besterstand.de:

Ein neues Gesundheitsportal für die Kieferorthopädie

„Zähne – bester Stand“ – unter diesem Motto startete am 1. April 2005 das neue Gesundheitsportal für die Kieferorthopädie <http://www.zaehne-besterstand.de>. Der patientenorientierte Online-Dienst ist eine Initiative deutscher Kieferorthopäden, umgesetzt von der Kommunikationsagentur my communications GmbH.

Die Idee der Aktion: „Zähne – bester Stand“ will aufklären, was die moderne und kompetente Kieferorthopädie leisten kann. Das Themenspektrum bei Zaehne-besterstand.de reicht von der Notwendigkeit einer Behandlung bei Kindern und Jugendlichen bis hin zu den neuesten und modernsten Möglichkeiten einer unauffälligen und sanften Erwachsenenbehandlung.

Auf der Seite werden allgemeine Fragen zur

Kieferorthopädie beantwortet, die zahlreichen ästhetischen Möglichkeiten der verschiedenen Behandlungsmöglichkeiten vorgestellt und über die körperlichen Beschwerden informiert, die von Zahn- und Kieferfehlstellungen ausgelöst werden können. Ein kostenloser Newsletter informiert regelmäßig über aktuelle Themen aus dem Bereich der Kieferorthopädie.

Eine interaktive Datenbank gibt jedem Leser die Möglichkeit, sofort eine kieferorthopädische Fachpraxis in seiner Nähe zu finden. Anschließend besteht die Option mit der Praxis Kontakt aufzunehmen, um einen unverbindlichen Erstcheck zu vereinbaren. Verlässliche, qualitativ hochwertige und aktuelle Informationen zur Kieferorthopädie werden angegeben. Eigens dafür wurde ein



Expertenrat aus über 20 Kieferorthopäden aus ganz Deutschland aufgebaut. Die Verbindung aus dem Expertenrat und der my communications GmbH, dem spezialisierten Komplettanbieter von Kommunikationslösungen im Gesundheitsmarkt, garantiert einen hohen Qualitätsmaßstab.

Kuraray Dental:

Zufrieden mit Premiere des ersten antibakteriellen Adhäsivs



Vorstandsvorsitzender der Kuraray Holding Japan, Mr. Matsuo am Kuraray Dental Stand der IDS 2005.

Eines der IDS Highlights: Die Vorstellung des ersten antibakteriellen Adhäsivs weltweit. Erneut präsentierte das japanische Unternehmen Kuraray Dental mit CLEARFIL Protect Bond einen Meilenstein in der Adhäsiv-Technologie. Von der Produktvorstellung und dem damit verbundenen Start der protektiven Füllungstherapie machte sich der Vorstandsvorsitzende der Kuraray Holding Japan, Mr. Hiroto Matsuo ein eigenes Bild. Am Kuraray-IDS-Messestand zeigte sich Matsuo optimistisch und formulierte die hochgesteckten Ziele: „1978 präsentierte Kuraray das erste Adhäsivsystem für Dentin und Schmelz weltweit, 1992 das erste selbstkonditionierende Adhäsiv. Mit CLEARFIL Protect Bond werden wir die Erfolgsgeschichte fortsetzen und unseren Marktanteil in Deutschland in Kürze verdoppeln. Die Wissenschaft hat uns bestätigt, die CE-Zulassung ist da. Jetzt können sich die Zahnmediziner in Europa von den Vorteilen des antibakteriellen CLEARFIL Protect Bond überzeugen.“

Deutsches Grünes Kreuz e.V.: Kooperation mit DGZMK

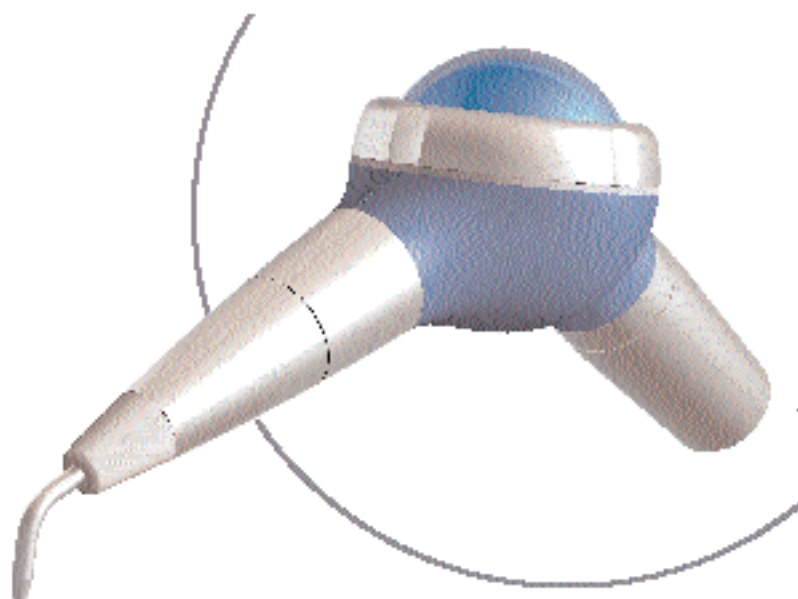
Aktuelle Themen und Trends in der Zahnheilkunde zeitnah an breite Bevölkerungskreise kommunizieren ist eine der zentralen Aufgaben der 2004 gegründeten Sektion Zahngesundheit im Deutschen Grünen Kreuze e.V. (DGK). Mit dem gebündelten Fach-Know-how der Deutschen Gesellschaft für Zahn-, Mund- und Kieferheilkunde (DGZMK), dem zweiten Kooperationspartner neben der Bundeszahnärztekammer (BZÄK), kann diese Aufgabe nun noch umfassender erfüllt werden. „Die Kooperation mit der DGZMK als Dachorganisation zahlreicher zahnmedizinischer Fachgesellschaften, u.a. der Deutschen Gesellschaft für Parodontologie, der Deutschen Gesellschaft für Implantologie und diverser wissenschaftlicher Arbeitsgruppen ermöglichte einen direkten Zugriff auf aktuelle zahnmedizinische Forschungsergebnisse für unsere prophylaxeorientierte Aufklärungsarbeit rund um die Mund- und Zahngesundheit“, kommentiert Sigrid Fehl von der Sektion Zahngesundheit im DGK e.V. die Zusammenarbeit. Die DGZMK wurde 1959 als „Centralverein Deutscher Zahnärzte“ gegründet. Heute gehören ihr rund 14.000 Zahnärzte und Naturwissenschaftler aus der ganzen Bundesrepublik Deutschland an. www.rundum-zahngesund.de

mectron

modern - zuverlässig - preiswert

easyjet pro

einfach handlicher,
einfach günstiger



Für nur 795,00 €* wird
Ihre Turbinenkupplung zum
Prophylaxezentrum!

easyjet pro ist für nahezu alle gängigen Turbinenkupplungen verfügbar.
*Preis zzgl. gesetzl. MwSt. Änderungen vorbehalten



smile. we like it!

Mectron Deutschland
Vertriebs GmbH
Költenring 37
D-82043 Oberhaching
Tel.: 440 89 63 86 69 0
Fax: 440 89 63 86 69 79
info@mectron-dental.de

Ein Softwareunternehmen – überzeugend und innovativ

Die PHARMATECHNIK GmbH & Co. KG mit Hauptsitz in Starnberg bei München hat sich auf Leistungen für Apotheker, Zahnärzte und Ärzte spezialisiert und ist heute einer der Marktführer bei IT-Produkten, Computerprogrammen sowie Beratungsangeboten für das Gesundheitswesen in Deutschland. Die Redaktion ZWP Zahnarzt Wirtschaft Praxis sprach mit Dr. Detlef Graessner, geschäftsführender Gesellschafter und Dr. Peter Schubinski, Leiter des Geschäftsbereichs Zahnärzte von PHARMATECHNIK auf der 31. Internationalen Dental-Schau in Köln.

Antje Isbaner



Dr. Detlef Graessner, geschäftsführender Gesellschafter von PHARMATECHNIK.



Dr. Peter Schubinski, Leiter des Geschäftsbereichs Zahnärzte von PHARMATECHNIK.

Welche Trends und Entwicklungen sehen Sie zukünftig in der Zahnmedizin?

Dr. Schubinski: Die Struktur der Praxen wird sich in Zukunft auffächern. Auch wenn die Form der kleinen Zahnarztpraxis – zum Glück – nicht aussterben wird: Der Trend geht in Ballungsräumen zum Zusammenschluss von Kollegen bis hin zu spezialisierten Zahnarzt-Zentren.

PHARMATECHNIK ist hierfür gerüstet und bietet der Ein-Mann-Praxis genauso wie dem Zahnarzt-Zentrum oder der Universitätsklinik individuelle Lösungen an. Aber auch neue Technologien werden immer wichtiger. In der Implantologie wie in der Prophylaxe.

Wie unterstützt PHARMATECHNIK die Zahnärzte angesichts dieser Herausforderungen?

Dr. Schubinski: Es ist doch so: Neue Tools und Technologien machen eine Sache zunächst kompliziert, oder sagen wir besser: komplexer, im Endeffekt aber leichter. Viele Kollegen, die die digitale Praxis erst skeptisch gesehen haben, waren begeistert, welche Vorteile die papierlose Praxisverwaltung mit LinuDent bringt. Indem die EDV dem Zahnarzt viel Arbeit abnimmt, hat er Zeit, sich in neue Gebiete einzufinden. Denken Sie an die Beratung: Die Patienten wünschen sich immer mehr Einblick in die Behandlungsabläufe. Mit Programmen wie ORTHOmetric oder der neuen 3-D-Technologie haben die Zahnärzte ganz andere Möglichkeiten, Eingriffe direkt am Bildschirm zu erklären und den Patienten von Leistungen zu überzeugen.

Wie kommunizierten Sie diese Entwicklungen an Ihrem Messestand? Wo lag der Schwerpunkt Ihres diesjährigen Messeauftritts?

Dr. Graessner: Die IDS gilt natürlich als Schrittmacher der Branche und PHARMATECHNIK holte die Meinungsbildner an den Stand. So hielt Dr. Rolf Briant, Implantologe und ehemaliger stellvertretender BDIZ-Vorsitzender, verschiedene Fachvorträge und stand darüber hinaus

kontakt:

**PHARMATECHNIK
GmbH & Co. KG**

Tel.: 0 81 51/44 42-2 00
Fax: 0 81 51/44 42-72 00
www.pharmatechnik.de
www.linudent.de

für Fragen und Hintergrundgespräche zur Verfügung. Mit Dr. Eva-Maria Coenen-Thiele konnten wir eine versierte Ansprechpartnerin zum Thema digitale Praxis und KFO gewinnen. Vor Ort stand außerdem der Steuerberater und Controlling-Experte Prof. Dr. Johannes Georg Bischoff bereit, der alle Interessierten beriet, wie sie ihre Wirtschaftlichkeit ihrer Praxis verbessern können.

ORTHOMetric, das auch ein Highlight auf der IDS war, haben Sie bereits angesprochen. Was ist das Besondere an diesem Zusatzmodul?

Dr. Schubinski: Das für Kieferorthopäden entwickelte 3-D-Diagnostik-Tool ORTHOMetric berechnet als erste Software automatisch Punkte und Profil in Sekundenschnelle. Ein weiterer wichtiger Bestandteil des Programms ist die Modellanalyse, die nicht nur zweidimensional, sondern auch in 3-D möglich ist. Die Modelle werden eingescannt und ausgewertet. So kann der Kieferorthopäde seinen Patienten unterschiedliche Behandlungsmethoden am Bildschirm präsentieren. Mit der neuen Software haben Behandler und Praxispersonal schnellen und übersichtlichen Zugriff auf detaillierte Informationen und Untersuchungsergebnisse für jeden Patienten.

Das neue KFO-Diagnostik-Tool setzt also neue Leistungsstandards in der EDV-Ausstattung von Kieferorthopäden und komplettiert das Erfolgspaket LinuDent.

Welche Wege geht PHARMATECHNIK mit LinuDent am Markt?

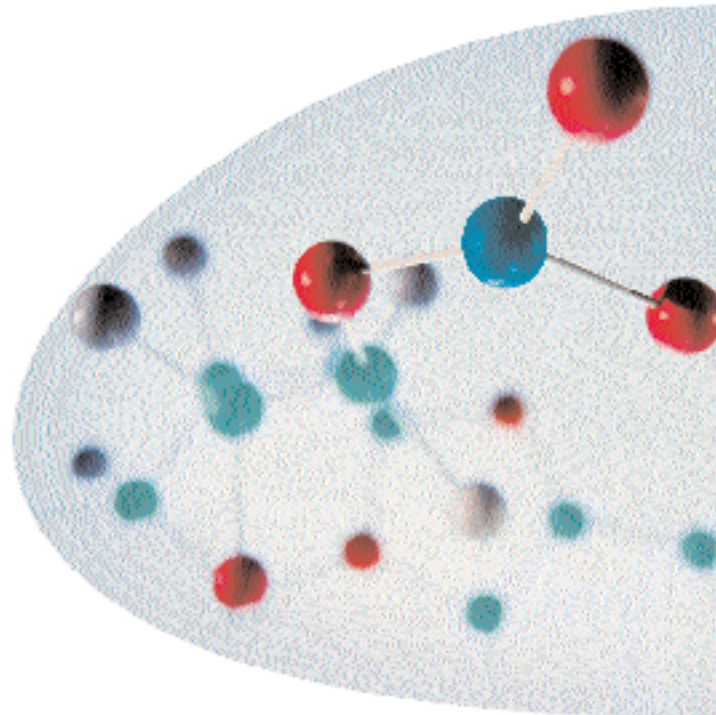
Dr. Graessner: Wichtig ist ein überzeugendes, intuitiv zu bedienendes Produkt, das dem Zahnarzt und seinem Team optimale Unterstützung in Praxisprozessen und Behandlungsabläufen und vor allem eine wirkliche Zeiterparnis bietet. Dies muss heute der Standard sein. Noch viel wichtiger ist jedoch der produktbegleitende Service und die Betreuung vor, während und nach der Installation. Eine systematische Vorbesprechung und gute Einweisung in die Software macht das neue System für das ganze Praxisteam vom ersten Tag an operabel. Wenn Probleme auftauchen, kommt sofort Hilfe. Das Serviceangebot von PHARMATECHNIK ist hier vorbildlich. An der Hotline hat man keinen Anrufbeantworter, sondern Menschen, die einem kompetent mit Rat und Tat zur Seite stehen. Auch unser garantierter 4-Stunden-Service ist einmalig. Wir stehen unseren Kunden mit Zuverlässigkeit, Beständigkeit und einem umfassenden Serviceangebot zur Seite, das wir kontinuierlich ausbauen. ■

Neu!



PREMISE

Trimodales Nano-Kompositmaterial



Premise – Leistung und Ästhetik ohne Kompromisse

- > Minimale Polymerisations-Schrumpfung.
Der Wert der Volumenschrumpfung liegt zwischen 1,4 bis 1,6 %, wodurch das Risiko von Mikroleakage post-operativer Empfindlichkeit und Verfärbungen minimiert wird.
- > Hoher Füllergehalt.
Zu 84 % gefüllt, weist Premise eine hohe Festigkeit auf und ermöglicht eine einwandfreie Verarbeitung ohne zu kleben.
- > Trimodales Füllersystem.
Drei verschiedene Füllstoffe (0,02 µm und 0,4 µm und vorpolymerisierte Füllkörper) gewährleisten optimalen und permanenten Glanz.
- > Hohe Belastbarkeit.
Premise bietet exzellente mechanische Belastbarkeit im Seitenzahnbereich und hervorragende Ästhetik im Frontzahnbereich.
- > Mit gutem Gewissen –
KerrHawe

Wieder einmal setzt KerrHawe neue Maßstäbe
Herculite[™] • XRV[™] • Point 4[™] • Premise[™]

KerrHawe AG
Postfach 266
69468 Hockenheim
Schweiz

Kostenlos-Hotline: 00800-41-050 505
Fax: ++41-21-610 0514
www.KerrHawe.com
www.KerrPremise.com

KerrHawe

Instrumente für morgen

„Instrumentenentwicklung ist zu einem Großteil Marktforschung. Marktforschung nicht im herkömmlichen Sinn, sondern verstanden zum Beispiel als aufmerksames Studium der weltweiten Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten an Hochschulen und Instituten, als ständiger Dialog mit Anwendern auf der ganzen Welt und als Aufgreifen von Verbesserungsvorschlägen.“ So Dipl.-Ing. Ralf Sutter, Leiter Entwicklung bei Sirona Dental Systems. Die Entwickler des Unternehmens arbeiten ständig an mehreren Projekten gleichzeitig mit dem Ziel, den Nutzwert für den Anwender zu erhöhen.

| Redaktion

Täglich arbeiten Zahnärzte auf der ganzen Welt mit einem Sortiment an Werkzeugen – manuelle wie auch angetriebene Handinstrumente und Winkelstücke. Sicherheit, Qualität und Ergonomie solcher Werkzeuge sind die Krite-

rien, die glaubt, es gebe Anwendungsbereiche und Behandlungsmethoden, die – einmal in der zahnärztlichen Ausbildung gelernt und in der Praxis perfektioniert – sich nicht verbessern lassen, den lehrt das Team um Ralf Sutter etwas anderes. So macht derzeit international ein Winkelstück Furore, das in der Wurzelkanalbehandlung mit Nickel-Titan-Feilen ganz neue Maßstäbe setzt. SIRONiTi mit der einzigartigen „Retrorotation“ verhindert die Blockade und damit den Bruch der empfindlichen Feilen. Herzstück dieser Entwicklung von Sirona ist die patentierte Magnetkupplung, die bei Überschreiten des Drehmomentes automatisch auslöst, sodass keine Kraftübertragung auf die Feile mehr erfolgt. Das System kommt noch dazu ohne zusätzliches Tisch-Steuerungsgerät aus.

Umfangreiches Know-how bei der Fertigung von Titan-Instrumenten

Auch die Drehzahlbegrenzung der Sirona-Produktreihe T1 Control ist ein Beispiel für die Optimierung von bereits bewährter Technik. Hierbei handelt es sich nicht bloß um eine zusätzliche Instrumentenfunktion für Perfektionisten. Tatsächlich schon die Drehzahlbegrenzung im „Leerlauf“ die ohnehin beanspruchte Mechanik und erhöht die Lebensdauer der Instrumente, die im Durchschnitt etwa eine Milliarde Umdrehungen pro Jahr aushalten müssen.

Titan ist ein wunderbarer Werkstoff – leicht und robust. Aus ihm werden die Gehäuse der Instrumentenbaureihen T1 und T2 gefertigt. Mit dieser Serie hat die Entwicklungsabtei-



Ralf Sutter (rechts im Bild), Entwicklungsleiter Sirona-Instrumente, und seine Mitarbeiter arbeiten ständig an mehreren Projekten gleichzeitig.

kontakt:

Sirona Dental Systems GmbH

Fabrikstraße 31

64625 Bensheim

Tel.: 01 80/1 88 99 00

Fax: 01 80/5 54 46 64

E-Mail: contact@sirona.de

www.sirona.de

rien, die selbstverständlich in erster Linie erfüllt sein müssen. Von ebenso großer Bedeutung ist die Wirtschaftlichkeit. Diese drückt sich nicht allein im Anschaffungspreis aus, sondern z.B. auch in Sterilisationsbeständigkeit oder im Handling bzw. der erreichbaren Arbeitsgeschwindigkeit. Schließlich zählt der Umfang der Funktionalität.

lung von Sirona auf dem ganzen Markt einzigartige Produkte entwickelt. Zwar verarbeiten auch andere Hersteller inzwischen Titan, doch das Fertigungs-Know-how von Sirona ist bislang unerreicht. Die Gehäuse werden im wahrsten Sinne des Wortes aus einem Guss hergestellt, ohne Nähte und Nischen, und zwar auf industrielle, wirtschaftliche Weise. Das kommt einerseits der Hygienesicherheit zugute und schont andererseits das Investitionsbudget der Praxen. Kalkulierter Nebeneffekt: Titan-Instrumente können schneller und damit auf die Dauer kostengünstiger sterilisiert werden als Instrumente aus herkömmlichen Materialien, weil auf Grund ihrer geringen Masse die vorgeschriebenen Sterilisationstemperaturen früher erreicht werden.

16 Mitarbeiter stark ist das Team um Ralf Sutter. Sie forschen und entwickeln nicht im stillen Kämmerlein, sondern beschäftigen sich intensiv mit Markt- und Trendbeobachtung, nehmen zahlreiche zahnmedizinische Fachkongresse wahr, werten Studien- und Forschungsergebnisse aus, leiten mehrmals im Jahr Fokus-Gruppen zu spezifischen Projekten. „Wir haben unsere Kapazitäten für die Verfolgung und Bearbeitung ganz neuer Themen jetzt nochmals erweitert“, erläutert Sutter. „Forschungs- und Entwicklungsschwerpunkt werden in Zukunft die Gebiete Prävention und Diagnose sein.“

Vereinfachung und Beschleunigung der Behandlung als Ziel

Grundsätzliches Ziel der Entwicklungsarbeit sei die Vereinfachung und Beschleunigung von Behandlungsmethoden. Ein aktuelles Projekt, das dieser strategischen Ausrichtung folgt, ist PerioScan, ein Ultraschall-Instrument für die Zahnsteinbehandlung, das Sirona im Rahmen der Dentalmesse IDS erstmals der Fachöffentlichkeit präsentierte. Einzigartig ist PerioScan durch die Kombination von Diagnose und Therapie in einem einzigen Gerät. Ein spezieller Sensor erkennt automatisch die Zahnoberfläche und kann das Konkrement von gesunder Substanz unterscheiden. Der Abtrag von Zahnstein erfolgt ebenso automatisch, ohne die Zahnoberfläche anzugreifen. Das Problem der möglichen Beeinträchtigung gesunder Zähne durch die Zahnsteinentfernung, das manche Patienten verunsichert, ist damit gelöst.

PerioScan ist auf Basis von Forschungsarbeiten der Universität Greifswald und mit Unterstützung des Bundesforschungsministeriums entwickelt worden. Die Sirona-Entwickler treiben unterdessen bereits die nächsten Projekte voran. Die zahnmedizinische Forschung gepaart mit der technologischen Weiterentwicklung erschließt dem Team ständig neue Verbesserungspotenziale. ■

ADVISION
Der Spezialist für Zahnärzte

Garantiert

Mehr erkennen...

■ als andere
■ als bisher
■ als üblich



**... ermöglicht
mindestens 50.000,- €
mehr Gewinn!**

**Antwort per Fax:
(030) 22 64 12 14**

**Ja, ich will Lassen Sie uns den
Praxis-Check machen.**

Ich möchte mich vorab beraten lassen.

Name, Anschrift, Telefon:

BUSCH & CO. KG feiert Jubiläum

1 Million Bohrer und 100 Jahre

Produktionsfoto von BUSCH & CO. KG um 1923.

1905 bis 2005 – das sind 100 Jahre und die Firma BUSCH & CO. KG hat diese Zeit genutzt und systematisch innovative rotierende Instrumente und Präzisionswerkzeuge entwickelt, gefertigt und Kunden in aller Welt nahe gebracht. Anlässlich des hundertjährigen Bestehens des traditionsreichen Familienunternehmens gibt Busch einen kleinen Einblick in seine Firmenhistorie.

| Redaktion



Der Erwerb der stillgelegten Eisenhütte 1908 in Engelskirchen ...



... und das Firmengebäude von BUSCH & CO. KG 2005 in Engelskirchen.

kontakt:

BUSCH & CO. KG

Unterkaltenbach 17-27
51766 Engelskirchen
Tel.: 0 22 63/86-0
Fax: 0 22 63/2 07-41

Am 1. Februar 1905 gründeten die Brüder Ernst und Otto Busch in Düsseldorf die Zahnbohrerfabrik BUSCH & CO. Intention der Gründer war es, der noch in den Kinderschuhen steckenden Zahnheilkunde – es gab zu der Zeit 500 Zahnärzte in Deutschland – durch bessere Instrumente einen nachhaltigen Schub zu geben.

1908 zog die junge Firma nach Engelskirchen um und baute eine eigene Stromversorgung auf, und die halbautomatische Fräselei für Stahlbohrer ging in Betrieb. 1923 kam die automatische Dreherei hinzu. Weitere Meilensteine in der Firmenhistorie sind die Betriebsmodernisierung und Einführung der EDV 1977 sowie der Neuaufbau der Diamantschleifer-Fertigung 1985 und der Ausbau der Abteilung Forschung und Entwicklung.

Der erste deutsche Hartmetall-Dentalbohrer

Vor allem durch ihre Produkte erregte BUSCH & CO. Aufsehen. 1951 präsentierte man den ersten deutschen Hartmetall-Dentalbohrer. Der keramisch gebundene Schleifkörper und die mit Diamant beschichteten Schleifinstrumente waren die weiteren Eckpfeiler der Produktentwicklung bei Busch. Als besonders herausragend in der Produktpalette sieht die Firma die Diamantschleifer mit integrierten Kühlkanälen für atraumatischeres Präpa-

rieren (COOL DIAMANT), die kostensparenden SHORTIES Hartmetallfräser und das erfolgreiche Poliererprogramm.

Verschiedene Anwendungsbereiche

Aus dem erarbeiteten Know-how wurde aber auch Nutzen für andere Anwender gezogen, die die Präzision und Qualität der Busch-Produkte schätzen gelernt haben wie z.B. Goldschmiede und Edelsteinfasser. Das Produktspektrum bietet ihnen das richtige Werkzeug für jeden Werkstoff und jede Bearbeitungsaufgabe.

Aus den Erkenntnissen der Zahnmedizin und -technik wurden auch Instrumente spezifisch auf die Anwendungen für die Podologie und das Nail-Design übertragen. Sogar HNO- und Augenchirurgen, Optiker, Formen- und Modellbauer, Restaurateure und Holzschnitzer, der Elektroniker, Automobil- und Triebwerksbauer sowie der Hobby- und DIY-Fan arbeiten mit Instrumenten der Firma Busch.

Heute wird das international tätige Familienunternehmen mit derzeit 130 Mitarbeitern in 3. Generation mit Erfolg von Gert Busch geleitet.

Anlässlich des 100-jährigen Geburtstages denkt Busch auch an „unternehmensfremde“ Projekte. So werden die deutsche Welthungerhilfe, die deutsche Krebshilfe und die freiwillige Feuerwehr Engelskirchen mit namhaften Spenden bedacht. ■

expertentipp:→ **Wolfgang Spang**

(ECONOMIA Vermögensberatungs- und Beteiligungs-GmbH)

Vom Phoenix bleibt nur Asche!

Gut 600 Mio. € dürften es wohl sein, die Anleger mit dem „Managed Account“ der Phoenix Kapitaldienst GmbH, Frankfurt, verbrannt haben. Damit hat es wieder einen der wunderbaren Geldvermehrer zerrissen. Die fantastischen Anlageergebnisse waren nur Lug und Trug. Dafür will das Finanzamt jetzt noch Steuern auf die „Scheingewinne“, also Steuern auf Geld, das die Anleger verloren haben.

Sind Sie betroffen von der Pleite? Wurde Ihnen das „managed account“ von Ihrem Berater empfohlen? Falls ja, sollten Sie schnellstens den Berater wechseln.

1. Gab es schon lange Hinweise, dass Phoenix nicht zu den seriösen Gesellschaften gehört.
2. Zahlte Phoenix so hohe Provisionen, dass jeder einigermaßen fachkundige Berater erkennen musste, dass etwas faul ist. Wer so tolle Ergebnisse erwirtschaftet, wie Phoenix es von sich behauptet, der braucht keine so hohen Provisionen zu bezahlen und wird das auch nie tun. So hohe Provisionen zahlen immer nur Betrüger für Anlagen, die dem Investor hinterher um die Ohren fliegen. Seien Sie deshalb versichert, dass der Berater, der Ihnen Phoenix empfohlen und vermittelt hat, Ihnen nicht wohlgesonnen ist oder er versteht sein Geschäft überhaupt nicht. Beides wird Sie auch in Zukunft Geld kosten, wenn er Sie weiter berät – egal wie treuherzig er Ihnen heute in die Augen schaut. Werfen Sie ihn raus und suchen Sie sich einen Berater, der sein Geschäft versteht und will, dass auch Sie Geld verdienen. Sollten Sie Gelder in ähnlichen SuperFonds und/oder „Managed Futures“-Fonds und/oder „alternativen Investments“ angelegt haben, dann holen Sie es so schnell wie möglich raus, bevor Sie in der Zeitung lesen, dass Sie „Scheingewinne“ versteuern dürfen.

Schaukelbörse hält an

Harry S. Dent ist einer der erfolgreichsten Börsenpropheten. Mit fast unglaublicher Treffsicherheit prognostizierte er Anfang der neunziger Jahre den Aktienboom samt nachfolgendem Crash. Jetzt schlägt er wieder zu. In seinem neuesten Buch „The next Great Bubble Boom“ verspricht er uns bis Ende 2009 einen Dow Jones von 40.000 Punkten und eine Nasdaq von 14.000 Punkten. Danach soll's dann wieder richtig krachen. Schön wär's, wenn er Recht hätte, aber bis 2009 fließt noch viel Wasser den Bach hinab. Seit mehr als zwölf Monaten erleben wir eine Schaukelbörse oder Sägezahn Börse, wie ich Sie Ihnen in der ZWP 06/2003 vorhergesagt hatte. Gewinne werden am Markt schnell mitgenommen aus Angst, morgen könnten sie wieder weg sein. Genauso schnell wird aber auf den Zug gesprungen, wenn die Kurse ansteigen, um jaden Anschluss nicht zu verpassen. Bei den Prognosen für das restliche Jahr finden Sie alle Meinungen. Technisch gesehen ist der DAX, ähnlich wie die übrigen führenden Indizes, aus der seit 2004 anhaltenden Seitwärtsbewegung ausgebrochen und konsolidiert diesen Break jetzt.

Im Augenblick geben die Märkte keine klaren Signale und noch ist alles drin. Gute Kursgewinne sind genauso möglich wie spürbare Kursrückgänge. Wenn Sie in den nächsten Monaten Geld verdienen möchten, ohne sehr hohe Risiken einzugehen, dann müssen Sie sehr wachsam sein, sehr schnell auf geänderte Marktverhältnisse reagieren und Sicherungsinstrumente einsetzen. Oder Sie investieren in Fonds, die Ihnen das abnehmen. Achten Sie dabei darauf, dass diese Fonds von den Anlagerichtlinien her in der Lage sind, bei Bedarf auch hohe Kassenbestände zu halten. An „Vollgas“-Fonds dürften Sie wenig Freude haben!

Obwohl sich die Renditen erstklassiger Staatsanleihen noch immer auf Tiefstniveau bewegen, wird eine Zinserhöhung immer wahrscheinlicher. Trotz einer leichten Kurserholung an den Renten-

märkten in den letzten Tagen fielen die Kurse bei Hochzinsanleihen. Das dürfte ein früher Hinweis darauf sein, dass sich Anleger wieder verstärkt Top-Qualitäten zuwenden. Haben Sie „High Yield Fonds“ im Depot, sollten Sie sich davon trennen! Die Hinwendung zu Qualität ist auch am Aktienmarkt zu erkennen. Anko Beldsnijder, der Fondsmanager des MainFirst Avantgarde Stock Fund A, teilt im Gespräch mit, dass er die Zeit für gekommen hält, die Small Caps im Portfolio zu reduzieren! „Es sprechen derzeit gleich mehrere Faktoren gegen Small- und Mid-Caps“, so Beldsnijder. Das sichtbarste Zeichen sei die inzwischen mit fünfeinhalb Jahren überdurchschnittlich lange Outperformance der Small Cap-Märkte. Auch die Zahl neu aufgelegter Small- und Mid Cap-Fonds habe einen neuen Höhepunkt erreicht. Diese erkennbare Überhitzung treffe nun auf ein massives wirtschaftliches Korrektiv: Die Unternehmensgewinne flachten ab und es sei mit einer weiteren Ausweitung der Bond Spreads zu rechnen. Zudem zeige eine Studie der Fortis Bank, dass in den letzten 25 Jahren jeweils nur in der ersten Jahreshälfte Small- und Mid Caps outperformen konnten. Einziges Ausnahmejahr war 2003. Fünf Punkte, die nach Meinung Beldsnijders einzeln keine Probleme bereiten würden. Die Kombination aber sollte Investoren aufhorchen lassen und die Investitionen in kleinere Marktkapitalisierungen künftig untergewichten. Mit seinem Fonds MainFirst Avantgarde Stock Fund A ist Beldsnijder einer meiner Favoriten für Europa. Seit Auflage des Fonds im Mai 2004 gehört er nahtlos zu den Besten innerhalb seiner Peergroup! Auch in den zurückliegenden sechs Monaten rangiert der Fonds mit +20,4 % (MSCI Europe gross: +13,6%) unter den besten 10 Fonds der Peergroup Aktien Europa.

Kontakt: Wolfgang Spang, ECONOMIA GmbH
Tel.: 07 11/6 57 19 29, Fax: 07 11/6 57 19 30
E-Mail: info@economia-s.de
www.economia-s.de

New York Stock Exchange geht an die Börse

Wie die Aufsichtsräte der beiden Institutionen ankündigten, wird die New Yorker Leitbörse mit einem ihrer härtesten Konkurrenten, der voll-elektronischen US-Börse Archipelago, kurz ArcaEx genannt, fusionieren. Damit beschleunigt die NYSE die Umstellung auf elektronischen Handel. Bisher wickelt das 212 Jahre alte Traditionsinstitut den Großteil des Handelsvolumens über das Parkett ab. Die NYSE ist in den vergangenen Monaten immer stärker unter Modernisie-

rungsdruck geraten. Vor allem Großinvestoren wie Fondsgesellschaften verlangten billigere und schnellere Orderausführung. Durch den Zusammenschluss unter dem Holdingdach wird die NYSE, die bisher keine gewinnorientierte Gesellschaft war, zu einem börsennotierten Unternehmen. Die Konkurrenten in Frankfurt und London sind bereits börsennotiert. Die Seatholder der NYSE und die ArcaEx-Aktionäre müssen der geplanten Fusion aber noch zustimmen.



Flexibel, sicher, renditestark und ethisch



Das vergangene Jahr war für viele Anleger nicht immer erfreulich, da mancherorts auf das falsche Pferd gesetzt worden ist. Insbesondere umgekehrt sind die sonst „sicheren“ Immobilien zumeist ein enttäuschendes Investment. Lesen Sie hier von einem Immobilienfonds der besonderen Art.

der autor:

Dipl.-Betriebswirt (BA)

Jan Ulrich Seeliger

ist seit mehr als acht Jahren im Wertpapiergeschäft tätig. Vor seiner Tätigkeit als Vorstand bei der ethik Vermögensverwaltung AG arbeitete er als Prokurist bei einer anderen Kölner Vermögensverwaltung sowie bei verschiedenen Banken für vermögende Privatkunden.

| Jan Ulrich Seeliger

Im internationalen Vergleich wurden im Jahr 2004 der europäische und im Speziellen der deutsche Immobiliensektor auf die letzten Plätze verwiesen. Letzterer geriet auf Grund von Schmiegeldaffären und Bereicherungsdelikten, aber auch aus strukturellen Ursachen kräftig ins Trudeln. Die vermeintlich „sichere“ Anlage Immobilie kriselte plötzlich, sogar ein langjähriger großer Initiator geschlossener Immobilienfonds ist knapp an der Insolvenz vorbeigerutscht.

Weniger ist mehr

In manchen Fällen ist weniger dann eben doch mehr – oder kleiner auch deutlich feiner, und auf Grund dessen möchten wir heute das Augenmerk auf ein, im wahrsten Sinne des Wortes, „Alternatives Investment“ lenken. Es handelt sich hierbei um einen offenen Immobilienfonds mit dem Namen ethik secur, initiiert und betreut von der gleichnamigen Gesellschaft ethik Vermögensverwaltung AG, aus

Köln. Der große Vorteil dieses Immobilien-Investments liegt in der Flexibilität, der Investor hat die Möglichkeit, monatlich Einzahlungen bzw. Auszahlungen vorzunehmen.

Die Geldanlage

Das Besondere dieses Immobiliendepots liegt jedoch in seinem Investitionsschwerpunkt: Zum einen wird ausdrücklich nicht in Gewerbeimmobilien, sondern in Wohnimmobilien investiert. Zum anderen hat man sich im Gesellschaftervertrag dazu verpflichtet, nur in ökologische bzw. soziale Projekte zu investieren. Gerade für verantwortungsbewusste Anleger, die dennoch auf Rendite nicht verzichten möchten, gibt es im Immobilienbereich zahlreiche interessante Objekte. Zu nennen sind hier vor allem die so genannten Sozialimmobilien. Der Bogen spannt sich dabei von Immobilien, die der Betreuung und Ausbildung von Kindern und Jugendlichen dienen, über Objekte zur Betreuung und Unterbrin-

kontakt:

ethik Vermögensverwaltung AG

Jan Ulrich Seeliger

Maria-Hilf-Straße 15

50677 Köln

Tel.: 02 21/93 12 52-40

Fax: 02 21/3 31 83 83

E-Mail: seeliger@ethik.com

www.ethik.com

gung von Senioren, Kranken, Behinderten und sozialen Randgruppen bis hin zu Gebäuden, die soziale und karitative Organisationen für ihre eigene Verwaltung nutzen können oder die für sonstige soziale, karitative oder pädagogische Zwecke eingesetzt werden.

Neben den Sozialimmobilien gilt das Interesse den Objekten, die ökologisch gebaut und genutzt werden. Auch hier ist die Palette denkbarer Anlagemöglichkeiten groß: sie reicht von ökologisch gebauten Mietwohnungen bis hin zu Solar-Wohnsiedlungen. Da der Bedarf an Sozialimmobilien wächst und auch Ökoimmobilien verstärkt nachgefragt werden, sind die Ertragsaussichten dieser Nische als sehr positiv zu bewerten.

Investitionsbeispiel

Ein Paradebeispiel für die gelungene Verbindung von Ökologie und Rendite bietet ein Investment des ethik secur, die „Solarsiedlung Freiburg“ in der „Öko-Hauptstadt Deutschlands“, geplant und erbaut durch den vielfach ausgezeichneten Solararchitekten Rolf Disch. Bekannt wurde Disch u. a. durch den Bau des Heliotrop im Jahr 1995, eines besonders energiesparenden Hauses, das sich mit dem Lauf der Sonne mitdreht. Derzeit sind bereits 43 Reihenhäuser in Plusenergiebauweise fertig gestellt und aktuell weitere sieben Häuser im Bau. Die Solarsiedlung war Leitprojekt der „Solarregion Freiburg“ bei der Weltausstellung EXPO 2000 in Hannover und gilt als modernstes solares Wohnbauprojekt Europas. Die Gebäude bestehen aus hochwärmedämmten Plusenergiehäusern in Holzrahmenbauweise mit Solaranlage und Energiesparheizung. Plusenergiehäuser erwirtschaften mehr Energie als die Bewohner verbrauchen. Die Häuser sind auf dem neuesten Stand der Technik und bieten durch ihr Energiekonzept – neben den wirtschaftlichen Vorteilen – einen Beitrag für eine saubere Zukunft mit Sonnenenergie. Am Ende bleibt also Energie und Geld übrig!

Das Steuerliche

In 2004 erreichte der ethik secur die herausragende Rendite von 6,4 %. Seit Auflage 1996 ergibt das eine durchschnittliche Rendite von jährlich 4,2 %. Das „Stück Eigentum“, das der Investor „erwirbt“, ist auch steuerlich reizvoll. Die Wertsteigerung der Immobilien ist steuerfrei – sie macht einen großen Teil des Zuwachses des Immobiliendepots aus. Lediglich Miet- und gegebenenfalls Zinseinnahmen sind zu versteuern. Hiervon abgezogen werden die Abschreibungen für die Immobilien,

sodass für die bisherigen Anleger, durch die Steuerbrille betrachtet, die Brutto- gleich der Nettorendite war.

Die Kosten


Die ethik secur GbR bietet Ihnen eine Geldanlage, bei der die Kosten im unteren Bereich vergleichbarer Investmentanlagen liegen. Die Geschäftsführung erhält eine jährliche Aufwandsvergütung von 1,2 % des Gesellschaftervermögens. Bei Kauf wird ein handelsübliches Agio von 4 % erhoben. Die laufenden Ausgaben für Verwaltung, Vertrieb, Werbung, Beratung und Öffentlichkeitsarbeit werden aus diesen Einnahmen gedeckt. Kontoführung und -verwaltung sind ebenso kostenfrei wie Wiederanlage der Gewinne und Auszahlung der Einlagen, Druck und Versand der Rundbriefe und Veröffentlichungen, Kontoauszüge und Steuerbescheinigungen sowie die Gebühren für Steuer- und Rechtsberatung. Der große Vorteil für die Anleger: Man muss sich um überhaupt nichts mehr kümmern.

Die Rechtsform

Die Rechtsform der GbR (Gesellschaft bürgerlichen Rechts) bietet Investoren die Möglichkeit des Erzielens von (steuerlich) negativen Einkünften und einmalige Mitspracherechte. Die in der jährlich stattfindenden Gesellschafterversammlung gefassten Beschlüsse der beteiligten Gesellschafter werden von der Geschäftsführung umgesetzt.

Sicherheit und Risiko

Da grundsätzlich keine Käufe auf Kredit getätigt werden, können grundsätzlich keine Haftungsansprüche an die Anleger entstehen, die über die jeweils investierte Einlage hinausgehen. Das Risiko beschränkt sich somit auf einen möglichen Rückgang des Anteilswertes auf Grund von Wertverlusten der Immobilien oder Mietausfall. Die ethik Vermögensverwaltung AG, Köln, bietet seit Gründung im Jahre 1988 eine Alternative zu herkömmlichen Anlageformen. Gelder von privaten und institutionellen Kunden werden ausschließlich in ökologisch und sozial verantwortliche Unternehmen investiert. Damit leistet ethik einen wichtigen Beitrag zum Erhalt einer lebenswerten Umwelt und zur effizienteren Nutzung natürlicher Ressourcen, ohne dabei auf Rendite zu verzichten. ethik, der Spezialist für „Grüne Geldanlage“, prägt diesen Anlagenbereich maßgeblich und verfügt als Pionier des ethischen Investments hierzulande über die längste Erfahrung in diesem Marktsegment. ■



Private Equity – Sonnige Aussichten

Als 2004 das Unternehmen Grohe von BC Partners an zwei andere Finanzinvestoren veräußert wurde, freuten sich auch viele Privatanleger. In nur knapp fünf Jahren hatte sich ihr anteiliger Kapitaleinsatz mehr als verdoppelt – und dies ist mit Private Equity keine Seltenheit.

| Daniel Oyen

Private Equity ist definiert als Eigenkapitalbeteiligung an Unternehmen, die regelmäßig nicht an einer Börse (Public Equity) notiert sind. Im Fokus von Private Equity-Fonds stehen solche Unternehmen, die bereits langjährig etabliert sind, über einen soliden Cashflow verfügen und ein hohes Potenzial für Wertsteigerungen erkennen lassen. Maßnahmen zur Realisierung von Wertsteigerungspotenzialen können beispielsweise die Optimierung der Finanzstruktur, die Erschließung neuer Märkte, die Finanzierung von weiterem Wachstum oder die Unterstützung des Managements sein. Im Fall von Grohe hatte etwa der Ausbau des internationalen Geschäfts Priorität, wozu u. a. das Produktsortiment um den Bereich Küchenarmaturen erweitert und eine internationale Fertigungsstrategie implementiert wurde.

Bekannte Unternehmen, die mit Private Equity finanziert werden, sind etwa Auto-Teile-Unger, Celanese, Premiere, Galbani, Gardena, Rodenstock oder Saeco. Im Gegensatz hierzu werden hoffnungsvolle junge Unternehmen in der Regel mit Ven-

ture Capital finanziert. Diese bieten höhere Gewinnchancen, sind aber auch deutlich riskanter.

Warum investieren?

Investitionen in Private Equity haben in der Vergangenheit hohe absolute Erträge erwirtschaftet und gleichzeitig positive Effekte zur Portfoliodiversifikation (Risikostreuung) geleistet. Sowohl in den USA als auch in Europa konnte mit Private Equity eine höhere Rendite als mit Aktienanlagen erzielt werden (Venture Economics/Datastream). Untersuchungen von Venture Economics zeigen, dass Private Equity kaum mit Anleihen korreliert und auch der Gleichlauf mit Aktienanlagen nur teilweise gegeben ist (Investment Benchmark Report 2002). Gründe hierfür dürften z. B. sein, dass Private Equity-Manager deutlich konzentriertere Portfolios als marktbreite Aktienfonds haben. Sie agieren also deutlich stärker als „Stockpicker“. Ferner bewirkt die Gebührenstruktur der Private Equity-Fonds, dass diese erst dann signifikant Geld verdienen, wenn sie eine definierte Mindestrendite

der autor:

Daniel Oyen, CFP, CEP
Prokurist im Family Office bei
HSBC Trinkaus & Burkhardt KGaA

für ihre Investoren erwirtschaftet haben. Zudem haben Private Equity-Firmen bei der Suche nach neuen Investitionsmöglichkeiten einen sehr viel tieferen und detaillierteren Einblick in die Bücher und das Zahlenwerk der potenziellen Kandidaten als Anleger oder Analysten bei börsennotierten Unternehmen. Dies reduziert bereits im Vorfeld Risiken und ermöglicht konkrete Vorstellungen über die zukünftigen Entwicklungspotenziale des Unternehmens.

Wie investieren?

Da renommierte Private Equity-Fonds in der Regel von ihren Investoren Minimuminvestments in Höhe von € 2,5 bis € 5 Mio. fordern, haben interessierte Privatanleger in der Regel nur die Möglichkeit, sich indirekt über ein weiteres „Vehikel“ (Einzelfonds/Dachfonds) an eben jenen Private Equity-Fonds zu beteiligen. Diese „Vehikel“ bündeln das Kapital mehrerer Privatanleger und beteiligen sich für diese an einem (Einzelfonds) oder mehreren (Dachfonds) Private Equity-Fonds.

Dabei ist es in dieser Assetklasse von entscheidender Bedeutung, dass das Management des Einzel- bzw. Dachfonds entsprechend qualifiziert und vernetzt ist, um für seine Investoren die besten Private Equity-Fonds zu selektieren. In kaum einer anderen Assetklasse liegen Erfolg und Misserfolg so weit auseinander wie in diesem Segment. Während das Top Quartil, also das beste Viertel aller Private Equity-Fonds, eine durchschnittliche Jahresrendite (IRR) von 30,2 % erwirtschaftete, lag die durchschnittliche Rendite (IRR) aller Private Equity-Fonds bei nur 12,2 % (EVCA/Thomson Venture Economics: Performance Report 2003). Da renommierte Private Equity-Fonds mit langjährigen und herausragenden Ergebnissen bei großer Nachfrage regelmäßig ihre zufriedenen Altinvestoren bevorzugen, muss das Management des Einzel- bzw. Dachfonds auch über langjährige Beziehungen und ein sehr gutes Netzwerk verfügen, um die Türen zu solchen begehrten Fonds für seine Anleger zu öffnen.

Des Weiteren ist bei der Auswahl des richtigen Einzel- bzw. Dachfonds auf die Kosten- und Gebührenstruktur des Vehikels zu achten. Wie hoch sind die anfänglichen Weichkosten und die jährlichen Managementgebühren? Welche Vorzugsverzinsung wird den Anlegern eingeräumt und welche Erfolgsbeteiligung steht dem Management später zu?

Die Beteiligung an einem Einzelfonds bietet auf Grund der regelmäßig niedrigeren Kosten- und Gebührenstruktur ein höheres Chancenpotenzial, ist aber auch riskanter, da die investierten Mittel nur auf 10 bis 20 Unternehmen gestreut werden. Im Gegensatz hierzu verteilt ein Dachfonds sein Kapital auf 10 bis 25 Private Equity-Fonds, so dass indirekt eine Beteiligung an etwa 100 bis 500 Unternehmen erfolgt. Durch diese sehr hohe Diversifikation werden Risiken deutlich begrenzt. Aktuelle Untersuchungen kommen zu dem Ergebnis, dass ein Totalverlust bei einer Anlage über einen Dachfonds nahezu ausgeschlossen ist und selbst die Wahrscheinlichkeit, eine negative Rendite zu erzielen, sehr gering ist (Weidig, Mathonet: The Risk Profiles of Private Equity, 2004).

Das Geheimnis

Fremdkapital ist der Renditehebel. Ein Private Equity-Fonds finanziert den Kauf eines Unternehmens typischerweise nur mit 30 % aus eigenen Mitteln. Zu 70 % wird der Unternehmenskauf kreditfinanziert. Gerade deshalb streben Private Equity-Fonds Beteiligungen an wenig konjunkturanfälligen Unternehmen mit einem stabilen Cashflow und Wachstumspotenzial an. Bleibt nun während der nächsten Jahre der Cashflow stabil oder steigt sogar an, so kann die Fremdkapitalquote auf 40 % zurückgeführt werden. Durch eine Anpassung des Bankkredits auf die ursprüngliche Höhe lässt sich bereits eine Ausschüttung in entsprechender Höhe finanzieren. Obwohl die Anleger weiterhin Alleineigentümer des Unternehmens sind, haben diese bereits 100 % ihrer gesamten Einlage zurückerhalten. So kann das Kapital der Anleger beim endgültigen Verkauf des Unternehmens bereits vervielfacht werden, ohne dass sich der Umsatz oder Gewinn des Unternehmens dramatisch erhöhen müssen. Gelingt dies zusätzlich, erwarten die Anleger sonnige Zeiten.

Übrigens ...

... die Privatanleger des Fonds, der u.a. auch an Grohe beteiligt war, haben nach nur fünf Jahren Laufzeit bereits 125 % ihres eingesetzten Kapitals zurückerhalten – und das, obwohl erst fünf von elf Unternehmen vollständig veräußert wurden. Ist Ihr Interesse an einer Anlage in Private Equity geweckt? Wir informieren Sie gerne ausführlicher und erörtern gemeinsam die für Sie passende Investitionsstrategie! ■

kontakt:

Helmut S. Quast, CFP, CEP
Prokurist im Family Office
HSBC Trinkaus & Burkhardt KGaA
Königsallee 21–23
40212 Düsseldorf
Tel.: 02 11/9 10 31 73
Fax: 02 11/9 10 24 49

wissenswertes weltweit

Rund 22 Millionen Menschen sind in Deutschland ehrenamtlich engagiert. Davon allein rund 1,7 Millionen im Bevölkerungsschutz, bei den Feuerwehren, den Hilfsorganisationen und dem Technischen Hilfswerk.

WW

Die meisten Skiunfälle passieren wegen Unaufmerksamkeit – das ergab eine statistische Auswertung der Versicherungsgesellschaft Arag. 45 % der 63.000 Wintersportler, die 2003 beim Arzt oder im Krankenhaus landeten, hätten dies mit mehr Konzentration verhindern können. Andere Ursachen wie übersehene Hindernisse, nicht angepasste Geschwindigkeit, schlechte Sicht und plötzlich wechselnde Schneeverhältnisse wurden in der Studie nicht einmal mitgezählt.

WW

Eine kalifornische Biotechnikfirma hat erstmals ein Kätzchen auf Bestellung geklont und verkauft. „Little Nicky“ ist der Klon von „Nicky“, einem besonders gelehrigen und anhänglichen Kater, der im vergangenen Jahr 17-jährig gestorben war. Die Katzenbesitzerin bezahlte 50.000 Dollar (37.000 Euro).

WW

Als erste US-Großstadt hat San Francisco das Rauchen in Parkanlagen und auf öffentlichen Plätzen verboten. Der Beschluss folgte dem Beispiel kleiner Kommunen wie Santa Monica und Beverly Hills. Der Stadtrat begründete seine Entscheidung mit der Gefährdung durch Zigarettenqualm und der Verschmutzung öffentlicher Anlagen durch weggeworfene Kippen. Verstöße werden mit 100 Dollar geahndet. Wiederholungstätern drohen Geldbußen bis zu 500 Dollar.

WW

Bei einem Zungenkuss können über 40.000 Parasiten und 250 verschiedene Bakterien weitergegeben werden. Eine schwedische Studie hat gezeigt, dass Paare bei einem Zungenkuss 0,7 Gramm Proteine, 0,45 Gramm Fett und 0,19 Gramm andere organische Substanzen austauschen.

WW

Ende 2005 soll die Sperrstunde in britischen Pubs abgeschafft werden. Aber angesichts schockierender Zahlen über das exzessive Trinkverhalten (besonders der jungen Briten) wird wieder diskutiert. Ein Expertengremium hat errechnet, dass der britischen Volkswirtschaft jährlich 14 Mio. Arbeitstage durch Kater und alkoholbedingte Krankheiten verloren gehen. Der Produktivitätsverlust wird auf fast 10 Mrd. € geschätzt. Noch mal etwa 10 Mrd. € kostet die Behebung der Schäden, die betrunkenen Vandalen verursachen.

Fotoausstellung: Portraits der Deutschen

Die aktuelle Fotoausstellung „Portraits der Deutschen“ im Deutschen Hygiene-Museum in Dresden stellt mit dreihundert Schwarz-Weiß-Aufnahmen aus fünf Jahrzehnten das Lebenswerk des Fotografen Stefan Moses vor. Er porträtierte Künstler und Intellektuelle, Arme und Reiche, Junge und Alte, ihre Wohnungen und ihre Feste – und wurde so zum Chronisten der deutschen Nachkriegsgesellschaft. Stefan Moses nähert sich seinen Landsleuten in Ost und West immer mit großem analytischen Gespür, liebevoller Zuneigung und Behutsamkeit. Gesellschaftsreportagen und vor allem die breit angelegten Zyklen wie die „Spiegelbilder“, „Die großen Alten im Wald“ oder die Menschen vor



Willi Brandt, Politiker, Siebengebirge 1983; Stefan Moses-Archiv im Fotomuseum im Münchner Stadtmuseum/fotografie stefan moses.

dem berühmten grauen Filztuch stehen im Zentrum seiner Arbeit. Viele Bilder haben sich inzwischen in das kollektive Gedächtnis der Deutschen geschrieben. Die Liste der von Moses fotografierten Prominenten liest sich wie ein who is who der deutschsprachigen Geistes- und Kultur-elite der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts: Theodor W. Adorno, Ingeborg Bachmann, Ernst Bloch, Heinrich Böll, Willy Brandt, Max Frisch, Günter Grass, Erich Kästner, Thomas Mann, Heiner Müller, Carl Orff, Gret Palucca u.v.a.m. gehören dazu. Zu sehen ist die Ausstellung im

Deutschen Hygiene-Museum vom 17. März bis 19. Juni 2005.

Nähere Informationen unter: Tel. 03 51/ 4 84 66 70 und www.dhmd.de

„Capital-Gourmet-Kompass“: Die 100 besten Restaurants Deutschlands

Auch im Jahr 2005 ist Baden-Württemberg mit 24 Top-Restaurants Deutschlands Gourmet-Hochburg. Bei den Bundesländern folgen Nordrhein-Westfalen mit 19 Spitzen-Restaurants, Bayern und Rheinland-Pfalz mit zehn, Hessen und Schleswig-Holstein mit sieben, Berlin und Niedersachsen mit je sechs, Hamburg mit fünf, das Saarland mit drei sowie Bremen, Sachsen und Thüringen mit je einem Spitzenhaus. Gleich zwei Küchenchefs schaffen den Einstieg in die Top Ten und auch unterhalb der Spitzenklasse kommt keine Langeweile auf. Ganze 19 Neueinsteiger verzeichnet das Ranking – ein Hinweis auf einen Generationswechsel. Wie der „Capital-Gourmet-Kompass“ belegt, punkten verstärkt Küchenchefs, die es verstehen, auch einfache Viktualien in bester Qualität zu servieren. In der Städte-Hitliste führt Berlin mit sechs Restaurants, vor Hamburg mit fünf. Gourmet-Klasse findet der Genießer auch noch weiter im Norden. Die Insel Sylt kann wie im letzten Jahr mit vier Spitzenrestaurants aus den Top 100 aufwarten. Die Spit-

zengruppe der ersten Zehn im „Capital-Gourmet-Kompass 2005“ bleibt bis auf die zwei Neueinsteiger konstant.

Die Bestenliste des „Capital-Gourmet-Kompasses“ setzt sich aus den Wertungen der sechs wichtigen Restaurantführer „Aral Schlemmer Atlas“, „Der Feinschmecker-Guide“, „Gault Millau Deutschland“, „Marcellino's Restaurant Report Deutschland“, „Michelin Deutschland“ und dem „Varta-Führer“ zusammen. Um alle Platzierungen und Wertungen vergleichbar zu machen, indiziert „Capital“ die Sterne, Mützen, Bestecke oder Punkte, summiert die Ergebnisse und bildet ein arithmetisches Mittel. Außerdem streicht „Capital“ bei allen Gastrotführern die jeweils schlechteste Bewertung, um Ausrutscher, extreme Benotungen sowie Zufallseffekte oder persönliche Abneigungen auszuschließen.

Bestellung und weitere Informationen unter Telefon: 02 21/49 08-4 44 oder Fax: 02 21/49 08-5 95 sowie im Internet: www.capital.de

Neues Biermischgetränk: erfrischend, spritzig und limonig

Beck's erweitert sein Produktsortiment um eine weitere Innovation: Beck's Green Lemon – erfrischend, spritzig und limonig, heißt es ab sofort im Handel und in der Gastronomie. Das neue Biermischgetränk mit nur 2,5 Prozent Alkoholgehalt bietet den einzigartigen Geschmack frisch geernteter Limonen. Die charakteristische Farbe des Produktes wird durch die transparente Weißglasflasche und das limonenfarbene Etikett in der Wirkung noch unterstützt. „Neben Beck's Pils, Beck's Gold und Beck's Alkoholfrei bieten wir mit Beck's Green Lemon dem Verbraucher ein weiteres Geschmacks-erlebnis in unserem breit



aufgestellten Sortiment. Wir wollen verstärkt am dynamisch wachsenden Markt für Biermischgetränke teilhaben und das große Potenzial der starken Marke Beck's weiter nutzen“, so Andreas Hilger, Geschäftsführer Marketing Interbrew Deutschland.

Beck's Green Lemon gibt es in Zukunft national in der UV-geschützten 0,33-Liter-Weißglasflasche als Six-Pack und im individuell gekennzeichneten Mehrwegkasten (mit 24 Einzelflaschen oder vier Sechserträgern).

Für die Neueinführung in der Gastronomie und im Handel sorgt die Marke ab Mitte Juni 2005 mit gezielter Aufmerksamkeit beim Verbraucher.

onlinetipp ...

Neues Gesundheitsportal:
www.medi.de

Ab sofort steht ein völlig neues Gesundheitsportal im Internet zur Verfügung. Unter www.medi.de finden

Für jede Lebenslage und Stufe einer Erkrankung gibt es die richtigen Details – von den ersten Krankheitszeichen über die Krankheiten und Behandlung bis zu den unter Umständen erforderlichen medizinischen Hilfsmitteln. Ergänzt wird das Ange-



Interessierte Gesundheitsinformationen über große Volkskrankheiten wie Venenleiden, Arthrose oder Osteoporose sowie über Sportverletzungen, Lip- und Lymphödemerkrankungen, Amputationen und Thromboseprophylaxe. Das Neue:

bot durch einen Händlerfinder, durch die Möglichkeit kostenlose Ratgeber zu bestellen sowie durch ein ausführliches Glossar.

www.medi.de wurde von medi Bayreuth, einem führenden Hersteller medizinischer Hilfsmittel, initiiert.

„Weinwege“: Weinkulinarisches für Genießer

Man nehme: beste Trauben, kulinarische Höhenflüge, tolle Landschaften, Kultur, edles Ambiente und fünf Tage Zeit. Daraus kreiert „Weinwege“ (Weinwege ist eine Marke von Wikinger Reisen) für 2005 erlebnisreiche Kurztrips für eine kleine Auszeit zwischendurch. Sterneköche packen ihre Kochlöffel in den Koffer und sorgen unterwegs für edle Tropfen und kulinarische Highlights. Die Gourmetziele sind Dubai, Madeira, Saalbach-Hinterglemm, Grönland, Island. In Dubai zaubert 2-Sterne-Koch Thomas Bühner Exquisites auf die Teller, auf Madeira schwingt Spitzenkoch Dieter Müller den Löffel. „Gourmet und Golf“ heißt das Motto auf der Atlantikinsel, „Gourmet und Wüste“ locken nach Dubai. Jeep-Touren, Wassersport, Golfen



und ein Wüstendinner runden das Programm ab.

Weres kühler mag, fährt zum „Gourmet und Ski“ nach Saalbach Hinterglemm. Die Co-Produktion von „Weinwege“ und dem

Westdeutschen Skiverband kombiniert rasanten Abfahrten, Gourmet-Dinner und regionale Weine. „Gourmet und Eis“ gibt es in Grönland – beim Champagner-Büfett am Gletscher und ausgefallenen Menükompositionen des Kochkünstlers Volker Drkosch.

Preise und Termine für 2005:

- Grönland & Island: ab 2.550 €, vom 27. bis 31. Juli 2005
- Madeira: ab 2.150 €, vom 29. September bis 3. Oktober 2005
- Dubai: ab 2.650 €, vom 16. bis 20. November 2005

Weitere Informationen und Buchung im Internet unter www.weinwege.de.

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.-Betriebsw. 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

 Mitglied der Informations-
gemeinschaft zur Feststellung
der Verbreitung von
Werbeträgern e. V.

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

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

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

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

Offizielles Mitteilungsorgan
des Zahnärzteforums e.V.

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
michael.baumann@medizin.uni.koeln.de

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Harry-Peter Welke
1. Vorsitzender ZÄ-Forum
Tel. 0 53 22/55 31 56
h.p.welke@zahnaerzteforum.de

Erscheinungsweise: ZWP Zahnarzt Wirtschaft Praxis erscheint 2005 mit 12 Ausgaben, es gilt die Preisliste Nr. 13 vom 1. 1. 2005. 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.

Unternehmen:	Seite:	Unternehmen:	Seite:	Unternehmen:	Seite:
A-Dec	27	EMS	132	NSK	Beilage, 7
Advision	19,117	endoplus Akademie ...	Beilage, 77	OCC	Beilage
bisico	63	Flemming Dental	97	PHARMATECHNIK	5
Björn Eric Kraft	4	GC Europe	35	Planmeca	Beilage
Bluemix	129	Gillette	13	Point Seminars	104-105
Coltène/Whaledent	9	goDentis	31	QuickWhite	131
Computer konkret	3	Hager & Werken	55	R-Dental	23
Concept	107	IC-Med	29	Schülke & Mayr	61
Dawirs, Kurt	101	Infoplus	129	SHOFU	21
Dental Laser Vertrieb	45	InteraDent	11	Semperdent	17
Dentegris	36, 37	IVS Solutions	Beilage	VOCO	33
Dentek	103	K.S.I.-Bauer-Schraube	57	W&H	43
Dexcel Pharma	67	KaVo	15	WHITESmile	71
Discus Dental	95	KerrHawe	83, 115	Wrigley	39
Dr. Ihde	25	Lifecore	85	Z-Systems	65
Dürr Dental	2	mectron	53, 89, 113	ZAM	59

**Modernes Design:
Praxisschilder & Edelstahl**

Dr. med. dent.
Horst Bremer
Zahnarzt

Dr. med. dent.
Jürgen Scholz
Zahnarzt

Dr. med. dent.
Dr. med. dent.
Zahnarzt

Jetzt den neuen
Katalog anfordern -
80 Seiten für Ihre
Praxis-Beschildung!

Das Leistungs-Display
jetzt mit 800 Dent-Titeln

INFOPLUS - Adl. 0102 - Pf. 1232 - 22094 Bargenfelde
Telefon: 04533200-0 Fax: 04533200-200
eMail: info@infoplus.de Internet: http://www.infoplus.de

PREISWERT DIREKT VOM DEUTSCHEN HERSTELLER

Bleaching

Dr. med. dent.
1200x 1mm, 1 Stück € 1,00
Horse Bleaching gel 10% 3 ml ab € 5,00
Polident neutral 10% € 10,00
Horse Bleaching gel 15% 3 ml ab € 7,00
Polident neutral 15% € 11,00
Office Bleaching gel 20% 3 ml ab € 7,00
Quick Bleaching gel 30% 3 ml € 10,00

Wellington Bleach Set € 29,00
Werkzeugset 40 x 60 cm € 29,00
Werkzeugset Startpaket € 179,00
Perfektion Bleaching 105 ml € 29,00
Bayer Dental Accel neutral 105 ml € 1,00
- mit Hersteller 10 x 5 Perforation, 1 Stück € 100,00
- mit Hersteller 10 x 5 Perforation, 1 Stück € 60,00
Frische gel, 100 ml

FREE-Phone: 0800-2 58 36 49 . FREE-Fax: 0800-2 58 33 29
www.bleach-ahrtsgel.com Bleaching für Zahnärzte • Bleaching für Zahnärzte • Bleaching für Zahnärzte • Bleaching für Zahnärzte

MISEREOR FÖRDERKREIS

HAND IN HAND Gott reicht jedem Menschen seine Hand.
Er sehnt sich nach einer gerechten Welt, in der alle in Würde leben
und ihre Talente frei entfalten können. Lassen Sie uns gemeinsam
mit Gott an einem Strang ziehen. Kommen Sie in unseren Förderkreis!

Mehr Infos: www.misereorde.de
oder telefonisch 0241/ 442-578

MISEREOR
MISEREOR

Heftvorschau 2005

ZWP 1+2: Implantologie

zwp spezial 1: Bleaching/Zahnpflege

ZWP 3: Zahnheilkunde 50 +

zwp spezial 2: IDS-Guide 2005

ZWP 4: Die Zukunftspraxis

zwp spezial 3: IDS Nachlese 2005

ZWP 5: Volkskrankheit Parodontitis

zwp spezial 4: Digitale Praxis/Einrichtung

ZWP 6: Zähne und Urlaub

zwp spezial 5: Ganzheitliche Zahnmedizin

ZWP 7+8: Zähne aus dem Labor

zwp spezial 6: Designpreis 4

ZWP 9: Zähne als „Visitenkarte“

zwp spezial 7: ZWP Fortbildung

ZWP 10: Zahnheilkunde 18 –

zwp spezial 8: Implantologie

ZWP 11: „Schwachstelle“ Zahnarzt

zwp spezial 9: Prothetik/Zahntechnik

ZWP 12: „Schwachstelle“ Patient

zwp spezial 10: Endodontie/KONS

**„Beide schaden sich selbst:
Der zu viel verspricht und
der zu viel erwartet.“**

Gotthold Ephraim Lessing



| Martin Hausmann

Nach zwei anstrengenden Rätselreisen ist nun endlich wieder einmal Entspannung angesagt – vielleicht auf Ihrem Sofa, einem Rattansessel oder auch Klappstuhl (auch da soll es mittlerweile überraschend bequeme Modelle geben). Denn für die Produkte, um die es bei unserem heutigen Rätsel geht, müssen Sie nicht erst in das Ursprungsland Schweden fahren, Sie bekommen sie (vielleicht) auch ganz in Ihrer Nähe. Aber Vorsicht bei der Antwort, denn der „Holzweg“ ist noch viel, viel näher. Und schließlich verlosen wir nur unter den richtigen Einsendungen die kostenlose Teilnahme an einem Oemus-Media-Fortbildungskurs Ihrer Wahl.

Doch zunächst die Auflösung des letzten Rätsels. Cristiano Ronaldo dürfte wohl ohne jeden Zweifel als Star seiner Mannschaft gewertet werden. Immerhin erzielte er mit sieben Treffern in nur elf Länderspielen mehr Tore als jeder andere im Team seines Heimatlandes, der Nationalmannschaft von Portugal, dem im letzten Rätsel gesuchten Land. Doch war es nicht allein der Fußballspieler namens Ronaldo, der viele Rätselfreunde auf den Holzweg nach Brasilien geführt hat. Für Verwirrung dürfte auch die Christusstatue gesorgt haben, die neben Rio de Janeiro auch über Lissabon ihre Arme ausbreitet. Der Hinweis auf die Lösung ergab sich aus dem weißen Gebilde am Hafen der Hauptstadt. Zum einen ist der Zuckerhut nicht aus weißem Stein (auch wenn der Name dies vermuten ließe), zum anderen steht er nicht in der Hauptstadt des Staates (denn die lautet nicht Rio de Janeiro, sondern Brasília). Das beschriebene Wahrzeichen war der alte Wachturm Torre de Belém. Die großen Feierlichkeiten sind die „Festas de Lisboa“ im Juni, mit denen die Einwohner ihrem Schutzpatron, dem Heiligen Antonius, gedenken und bei denen in der Stadt rund 50 Straßenfeste veranstaltet werden. Mit Tiago Monteiro aus dem Jordan-Team (in dem auch Michael Schumacher zu Beginn seiner Karriere kurzzeitig fuhr) ist Portugal nach vielen Jahren auch wieder in der Formel 1 vertreten. Auf dem Lösungsweg war Gregor Heering aus Neuss.

Rätst du noch, oder weißt du's schon?

Woran denken Sie, wenn Sie an Schweden denken? An Wälder, Seen oder Elche? Oder an das weltbekannte Unternehmen mit den vier Buchstaben? Klei-

ner Tipp: Das Logo ist in den schwedischen Nationalfarben gehalten; gelbe Schrift auf blauen Grund. Die Variante, dass die vier Buchstaben nicht gelb, sondern blau sind, gibt es auch, ist aber eher selten (in diesem Fall selbstverständlich ohne blauen Hintergrund). Sollten Sie keine Produkte aus diesem Hause haben, macht das gar nichts. Sie kennen es trotzdem. Dafür sorgt nicht zuletzt das Werbefernsehen, in denen das Unternehmen auf sich aufmerksam macht. Werbespots, die für wahr alles andere als konservativ sind (allein schon durch das auffallende „du“ in der Anrede), und in denen eine männliche Stimme mit deutlichem schwedischem Akzent zu hören ist – mit einer einprägsamen rhetorischen Frage zum Schluss.

Angefangen hat alles mit der Eröffnung eines kleinen Ladens in dem schwedischen Ort Skellefteå, in dem der Konzerngründer K.E. (so die Initialen seiner Vornamen) noch mühselig in Handarbeit fertigte. Schon bald soll er die Zukunft in der Massenproduktion erkannt haben, worauf er alsbald seine Fertigung mechanisierte. Heute wird die Produktion auf computergesteuerten Fertigungsstraßen vollzogen und ist zu Teilen auch in das Ausland wie etwa Deutschland oder Polen verlagert worden. In Konzernangaben ist zu lesen, dass in mehr als 40 Ländern die Produkte erhältlich sind. Sie tragen Namen wie Mjölks, Rustikal oder Skorpa und werden überwiegend in flachen Verpackungen geliefert ... obwohl ... „geliefert“ wäre vielleicht zu viel des Guten; in aller Regel müssen die Verbraucher ihren Einkauf selbst nach Hause bringen, um dort die Produkte dieser schwedischen Kult-Marke auspacken zu können.

Was produziert dieses Unternehmen?

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

**Einsendeschluss:
20. Mai 2005**

**Oemus Media AG
Stichwort: Holzweg**

**Holbeinstr. 29
04229 Leipzig**

Der Rechtsweg ist
ausgeschlossen.

