

Wissensdinner in Kitzbühel: Das schmeckt einzigartig!

Denseo, SynMedico und Phibo luden Ende März zum Wissensaustausch.

Eben noch in den endlosen Messehallen der Internationalen Dental-Schau IDS präsentierte die Dentalbranche in Köln Innovationen, Trends und Produktneuvorstellungen der nächsten zwei Jahre. Wenige Tage später, in der weißen Winterwelt von Kitzbühel, luden die Firmen Denseo, Phibo und SynMedico zur „After Show in the Snow“ ein.

Der zahntechnische Produkte- und Dienstleistungsanbieter Denseo entwickelte gemeinsam mit Phibo, dem führenden spanischen Anbieter von Implantologie- und Prothetik-Lösungen, und SynMedico, Deutschlands Nummer eins für die digitale mobile Patientenaufklärung und Dokumentation, das Wissensdinner – eine Fortbildung der etwas anderen Art im Kitzbühel Country Club. Der Einladung nach Österreich Ende März folg-

ten ca. 40 Zahnärzte und Zahn-techniker. Das Wissensdinner wurde erstmals nach dem Pecha-Kucha-Prinzip vorgetragen. Diese neue Technik bietet eine kurzweilige, prägnante Präsentation mit strengen Zeitvorgaben.

Drei Referenten, drei Vorträge, drei Gänge

Nach einem erlebnisreichen Tag am Wilden Kaiser mit Unternehmungen, Fachgesprächen und kollegialem Austausch startete am Abend das Herzstück des Fortbildungswochenendes, das Wissensdinner.

Die Teilnehmer teilten sich auf drei Räume auf. Jede der drei Firmen stellte jeweils einen Referenten zur Verfügung, welcher zwischen jedem der drei Gänge beim Abendessen einen Vortrag mit einer maximalen Dauer von 15 Minuten hielt. Danach stand der Referent während des Menü-Ganges allen Zuhörern des jeweiligen Raumes für Fragen, Anregungen und den direkten Austausch zur Verfügung. Nach dem Gang wechselten die drei Referenten in einen anderen der drei Räume zum nächsten Vortrag und damit auch zum nächsten Gang. Das Konzept ging voll auf, und die Teilnehmer hatten die einzigartige Möglichkeit, in einer

gemütlichen Runde gleichzeitig zu essen und zu lernen.

Die Gäste waren sich im Anschluss des Abends einig, dass diese Art der Fortbildung etwas Besonderes ist.

Die Möglichkeit, sich direkt in kleinen Gruppen mit den Experten zu einem Thema auszutauschen, mit gebündelter Informationsaufbereitung in max. 15 Minuten, war für alle nicht nur eine neue, sondern vor allem eine überaus positive und erfolgreiche Erfahrung.

Drei Firmen und drei Tage im Schnee

Das Unternehmen Denseo aus Aschaffenburg präsentierte mit Geschäftsführer und Referent Ismail Yilmaz zum Wissensdinner eine neue Generation Keramik: Die High-Quality-Veredelung mit der Denseo HiQ-Glasur schützt die keramische Krone ähnlich wie der natürliche Zahnschmelz den Zahn. Das Labor kann somit seinem Zahnarzt eine längere Lebensdauer der Keramikkrone bieten. Und im Schadensfall zahlt Denseo sechs Jahre lang das Zahnarzthonorar. Der führende spanische Anbieter von integrierten Lösungen in Implantologie und Prothetik, Phibo, zeigte in seinem Vortrag



Blick in einen der Räume beim Wissensdinner.

die Innovationen im Bereich der digitalen Abdrucknahme, Fallplanung und Durchführung und die daraus entstehenden Vorteile für Praxis und Labor. Referentin Dr. Melanie Grebe, Zahnärztin aus Dortmund, und ihr Co-Moderator Stephan Domschke, Geschäftsführer von Phibo Germany, präsentierten den Zuhörern ein großes Spektrum an Anwendungsmöglichkeiten.

Referent Thomas Wagner von SynMedico stellte mit infoskop den Praxen die erste voll-digitale Aufklärungsunterstützung per iPad zur Verfügung, mittels abrufbarer Patienteninformationen, Formularen, Videos und Illustrationen kann das Praxisteam

seine Patienten über Leistungen, Kosten und Eingriffe aufklären – und das perfekt dokumentiert und rechtssicher.

Aufgrund dieser überaus positiven Rückmeldung der Teilnehmer ist die nächste Wissensdinner-Fortbildung der Firma Denseo bereits in Planung. **ZT**

ZT Adresse

Denseo GmbH
Stengerstraße 9
63741 Aschaffenburg
Tel.: 06021 45106-0
Fax: 06021 45106-29
fragen@denseo.de
www.denseo.de

ANZEIGE

ZAHNWERK
Frästechnik GmbH

Ab sofort

Imetric
Swiss 3D Scanning Systems

FACHHÄNDLER

www.zahnwerk.eu

Kurse zur Einfärbung von ZrO₂

3M ESPE versorgt Anwender von Lava Plus mit Tipps und Tricks für den Alltag.

Die größte Herausforderung bei der Herstellung monolithischer ZrO₂-Restorationen liegt in der exakten Imitation der natürlichen Farbwirkung.

Speziell dafür hat 3M ESPE auf das hochtransluzente Zirkonumoxid Lava Plus abgestimmte Färbelösungen entwickelt. Der Werkstoff ist in verschiedenen Rohlingsgeometrien – z.B. Ronden mit Standarddurchmesser – erhältlich und kann mit zahlreichen Dentalfräsmaschinen verarbeitet werden. Die Färbelösungen, die alle 16 VITA-classical-Farben A1-D4 sowie zwei Bleachfarben abdecken, werden vor dem finalen Sintern verwendet. In den dreistündigen Färbekursen können die Teilnehmer die speziell für das Lava Plus-



system entwickelten Färbetechniken erlernen. Für eine monochromatische Färbung wird die Restauration für zwei Minuten in einem Tauchbad behandelt. Eine individuelle, gradierte Einfärbung wird hingegen durch Auftragen verschiedener Färbelösungen mit Applikatoren erzielt. Wie die Farben optimal ausgewählt und appliziert werden, demonstrieren erfahrene Anwender – inklusive zahlreicher Tipps und Tricks für die tägliche Arbeit. Nachfolgend wird das Erlernte in die Praxis umgesetzt. Die eingefärbten Restaurationen werden bei 3M ESPE gesintert, begutachtet und dem Teilnehmer per Post zugestellt, um die Ergebnisse telefonisch zu besprechen.

Dabei wird ermittelt, wo Optimierungspotenzial besteht und wie dieses auszunutzen ist, um in Zukunft Profiresultate zu erzielen. Die nächsten Lava Plus-Färbekurse werden bei 3M ESPE in Seefeld (15. Juni 2015) sowie in Düsseldorf (8. Juli 2015) angeboten. **ZT**

ZT Adresse

3M Deutschland GmbH
ESPE Platz
82229 Seefeld
Tel.: 0800 2753773
Fax: 0800 3293773
info3mespe@mmm.com
www.3mespe.de

ANZEIGE

Unsere seit Jahren
dauerhaft günstigen

Reparatur-Festpreise.
Qualität made in Germany.

Mehr unter
www.logo-dent.de

LOGO-DENT Tel. 07663 3094

Rückkehr der Sargbarren

Dominik Lochmann, Geschäftsführer von ESG Edelmetall-Service, über Anlagegold in Barrenform.

„Malt ein Kind einen Goldbarren, so hat dieser häufig die klassische Sargbarrenform, die auch in Comics und Goldraubfilmen sehr präsent ist. Heutzutage werden kleine Goldbarren bis 100 g meist geprägt hergestellt und steril gelistet ausgeliefert. Größere gehen vielfach mit abgerundeten Kanten und in Folie eingeschweißt in den Verkauf. Doch gerade bei kleinen Barren erfreut sich die Sargbarrenform noch immer großer Beliebtheit. Die Schwäbisch Gmünder Scheideanstalt Dr. Walter und Schmitt GmbH stellte in der Nachkriegszeit Barren von 100 g und kleiner in dieser besonderen Geometrieform her; später taten es ihr auch die Degussa und die heute zur Heimerle + Meule Group gehörende spanische SEMPASA nach. Um an diese Tradition anzuknüpfen, bietet die ESG Edelmetall-Service GmbH & Co. KG zusammen mit Heimerle + Meule nun wieder Anlagegold in der beliebten Sargbarrenform an. Diese Barrenart lässt sich auch mal problemlos ohne Schutzhülle in der Hand wiegen und den Träger so das hohe spezifische Gewicht und die besondere Oberfläche des Edelmetalles spüren. Die Sarg-

barren-Serie besteht aus 999,9er Feingold, welches zu 100 Prozent aus Recyclinggold stammt, und startet mit dem 1-oz-Goldbarren. Weitere Gewichtsvarianten werden im Laufe des Jahres folgen und unser Angebot ergänzen.“ **ZT**



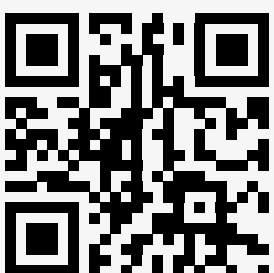
ZT Adresse

ESG Edelmetall-Service GmbH & Co. KG
Gewerberg 29 B
76287 Rheinstetten
Tel.: 07242 5577
Fax: 07242 5240
info@scheideanstalt.de
www.scheideanstalt.de



ZWP online Newsletter

Neues Design für noch mehr Lesekomfort auf PC, Tablet und Smartphone.



www.zwp-online.info/newsletter

ZWPonline
FINDEN STATT SUCHEN

60. Geburtstag

Stellvertretender Obermeister der
Zahntechniker-Innung Ostwestfalen wird 60.



Wolfgang Markiewicz

Der stellvertretende Obermeister der Zahntechniker-Innung Ostwestfalen feierte seinen Geburtstag: Wolfgang Markiewicz ist im April 60 Jahre alt geworden. Die Ausbildung zum Zahn-techniker hatte der Bielefelder bereits 1972 im Betrieb von Horst Ludwig begonnen.

Mit ihm führte er diesen Betrieb gleichberechtigt ab dem Juli 1986 nur drei Monate nach dem Erhalt seines Meisterbriefes. Seit Juli 1997 führt er dieses Labor allein, welches sich modern und leistungsstark darstellt. Heute beschäftigt er in seinem eigenen Betrieb 21 Mitarbeiter.

Markiewicz engagiert sich neben der Arbeit im eigenen Unternehmen auch für den Berufsstand. Bereits seit 1996 ist er Mitglied des Innungs-Vorstandes. 2003 folgte die Wahl zum stellvertretenden Obermeister. Wolfgang Markiewicz hat zwei Söhne, von denen einer Zahnarzt und der andere Ingenieur geworden ist. Auch einen Enkelsohn hat der 60-Jährige schon. In seiner Freizeit mag er es sportlich. Er betreibt Leichtathletik und angelt gern. **zt**

Quelle: Zahntechniker-Innung Ostwestfalen

Hohe Ausgaben

Zahnbehandlungen stellen oft eine große finanzielle Belastung dar.



© Syda Productions

Eine internationale Studie macht aktuell erneut auf die hohen Kosten von Zahnbehandlungen aufmerksam und die Bürde, welche diese für Familien mit niedrigem Einkommen darstellen. Das University College London untersuchte gemeinsam mit anderen Universitäten die finanziellen Verhältnisse und Zahnarztkosten in 41 Ländern mit mittlerem und niedrigem Einkommen. Ausschlaggebend für eine finanzielle Einschätzung war die Haushaltskapazität der Einwohner. Betragen die Behandlungskosten 40 Prozent der Haushaltskapazität oder mehr, bezeichneten die Autoren das als „katastrophale Zahngesundheitsausgabe“ (catastrophic dental health expenditure = CDHE). In Ländern mit höherem Einkommen stehen für die Einwohner die Chancen besser, Ausgaben für Zahnbehandlungskosten zu managen.

In Ländern mit mittlerem oder niedrigem Einkommen bedeutet der CDHE-Fall, dass betroffene Familien sich verschulden oder einen Langzeitkredit aufnehmen müssen.

Weiterhin werden Zahnbehandlungen in diesen Ländern nicht nach Bedarf, sondern nach Finanzierungsmöglichkeit durchgeführt. Nach Einschätzung dieser Studie bieten viele Gesundheitssysteme weltweit nicht ausreichend Schutz für die Bevölkerung, zahnmedizinisch notwendige Behandlungen finanzieren zu können, ohne eine bedeutende finanzielle Last aufzunehmen oder in die Armutsfalle zu geraten.

Die Studie „Household Expenditure for Dental Care in Low and Middle Income Countries“ erschien online im Journal PLOS ONE am 29. April 2015. **zt**

Quelle: ZWP online

» EXPERTENTIPP FÜR DEN VERTRIEB

Frage: Wie steuere ich als Laborinhaber meinen Außendienst sinnvoll?

Thorsten Huhn: Es sind vier Elemente, die eine Führungskraft braucht, um den Vertrieb des Labors zu steuern: aufrichtiges Interesse, eine starke Zielorientierung, die richtigen Tools und schließlich eine transparente Kontrolle.

Mit Interesse ist gemeint, dass die Führungskraft regelmäßig ein offenes Ohr für die Belange des Vertriebs hat. Das hört sich selbstverständlich an, ist es aber in vielen Fällen nicht. Mit Interesse sind nicht nur die Sorgen und Nöte des Außendienstes gemeint, wenn beispielsweise Termine bei Zahnärzten platzen oder die erste Arbeit doch nicht so geklappt hat wie versprochen. Interesse heißt auch, den Vertrieb anzuleiten, Tipps zu geben und bestenfalls mit eigenem Beispiel voranzugehen. Die erfolgreichsten Führungskräfte sind die, die ihrem Vertrieb zuhören, gemeinsam Lösungsansätze erarbeiten und so für die Optimierung der vertriebslichen Arbeit sorgen.

Zielorientierung bedeutet, dass der Außendienst weiß, was er zu leisten hat. „Gewinne neue Kunden“ ist im Sinne der Zielorientierung nicht ausreichend, „gewinne bis zum Ende des Jahres drei Neukunden mit einem Gesamtumsatz von insgesamt 30.000 EUR“ ist ein klares und messbares Ziel. Die Kunst besteht nun darin, dass

die Führungskraft mit dem Außendienst dieses Ziel in Teilziele zerlegt, sodass sich beispielsweise ein Wochenziel daraus ergibt: Präsentiere die Leistungen unseres Labors bei drei Zahnärzten oder gewinne mindestens fünf Zahnärzte für die Kundenveranstaltung im nächsten Monat. Am Ende der Woche wird die Zielerreichung besprochen, Übererfüllung belohnt und Minderleistung hinterfragt.

Alle Aktivitäten des Außendienstes sind zu verschriften. Welche Zahnärzte wurden angefahren? Was wurde mit dem Zahnarzt besprochen? Wann ist der nächste Termin? Wann hat der Zahnarzt Geburtstag? Antworten auf die Fragestellungen finden sich im einfachsten Fall auf einem leeren Blatt Papier wieder, bestenfalls setzt das Labor ein richtiges CRM-System (Customer Relationship Management) ein. Wie auch immer das Tool am Ende aussieht, es muss praktikabel für den Außendienst und auswertbar für die Führungskraft sein. Das letzte Element ist die Kontrolle der vertriebslichen Leistung. Wurden die Wochenziele erreicht? Wie viele Zahnarztpraxen wurden besucht? Wie viele Gesprächstermine mit welchen Gesprächsinhalten gab es? Was



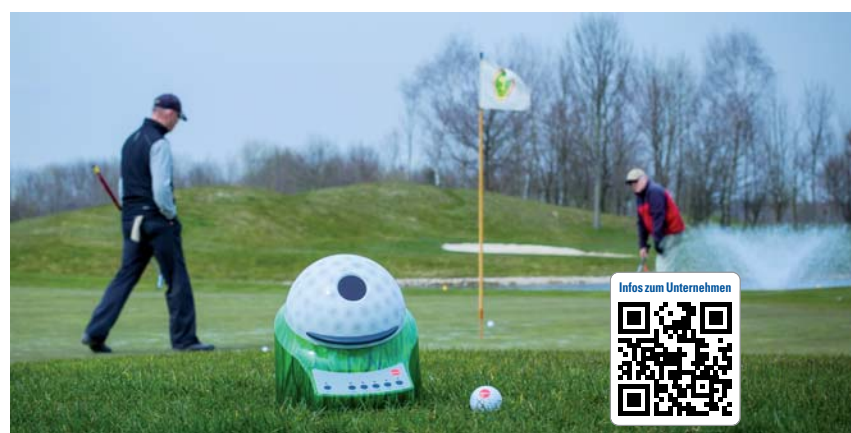
gemessen wird, legt die Führungskraft fest und kontrolliert den Status regelmäßig. Im Sinne der Transparenz ist der Außendienst in diesen Prozess mit einzubinden, um rechtzeitig nachzusteuern, wenn Ziele nicht erreicht werden, oder Lob auszusprechen, wenn alle Ampeln auf Grün stehen. Mit diesen vier Elementen in Kombination funktioniert die Steuerung des Außendienstes auf hohem Niveau. **zt**

C&T Huhn – coaching & training GbR
Diplom-Kauffrau Claudia Huhn &
Diplom-Ingenieur Thorsten Huhn
Hohe Straße 28b
57234 Wilnsdorf
Tel.: 02739 891082
Fax: 02739 891081
claudia.huhn@ct-huhn.de oder
thorsten.huhn@ct-huhn.de
www.ct-huhn.de

Stilvoll aufs Grün mit „Golfolution“

Sonderverlosung des EyeVolution® in handlackierter Special Edition.

18 Löcher, 77 Bunker und ein ganz besonders designer EyeVolution® – der DENTAL Golf-Cup 2015 ist DAS Event rund um die Sylter Woche und auch diesmal ist das Team der Dreve Dentamid GmbH dabei. Traditionell schließt die Zahnärzteschule mit dem Charity-Golfturnier im Marine-Golf-Club Sylt ab. Über 80 Kongressteilnehmer werden am 22. Mai 2015 mit den Dreve-Golfbällen um den Sieg golfen. Als diesjähriges Highlight wird eines der bewähr-



ANZEIGE

Gold Ankauf/Verkauf
Tagesaktueller Kurs für Ihr Altgold:
www.Scheideanstalt.de
Barren, Münzen, CombiBars, u.v.m.:
www.Edelmetall-Handel.de
Besuche bitte im Voraus anmelden!
Telefon 0 72 42-55 77
ESG Edelmetall-Service GmbH & Co. KG
Gewerberg 29 b - 76287 Rheinstetten

ten Lichtpolymerisationsgeräte des Unternehmens als handlackiertes Einzelstück mit dem Namen „Golfolution“ (Golf + EyeVolution® = Golfolution) auf dem Galaabend des Events verlost. Dieser ist nicht nur ein Hingucker, sondern auch in jeder Praxis durch schnelle Lichthärtung aller Basismaterialien, beispielsweise Schienen und individuelle Löffel, eine Bereicherung. Viel Erfolg beim Golfturnier und der

Verlosung wünscht das Dreve Event-Team! **zt**

ZT Adresse

Dreve Dentamid GmbH
Max-Planck-Straße 31
59423 Unna
Tel.: 02303 8807-40
Fax: 02303 8807-55
dentamid@dreve.de
www.dreve.de/eyevolution