

Gemeinsam den Workflow verbessern

Amann Girrbach gibt Kooperation mit 3D Systems bekannt.



Amann Girrbach wird seinen Kunden noch in diesem Jahr den Einsatz des 3-D-Drucks innerhalb des Ceramill Systems ermöglichen können. Mit den optimal in

die digitalen Workflows integrierten Produkten und Materialien werden sich unterschiedliche Indikationen noch kostengünstiger herstellen lassen. Um die best-

mögliche Lösung anbieten zu können, hat Amann Girrbach eine Zusammenarbeit mit 3D Systems vereinbart, einem der größten Hersteller von 3-D-Druckern.

Damit verbinden sich zwei Schwergewichte aus 3-D-Drucktechnologie und dentalem System-Know-how. Amann Girrbach überzeugt mit integrierten Systemlösungen und Produkten für die digitale Herstellung hochpräziser Dentalprothetik. 3D Systems ist als Begründer des 3-D-Drucks bekannt und bietet seit über 30 Jahren ein innovatives Portfolio an 3-D-Produkten und Dienstleistungen an. Aus den kombinierten Stärken beider Unternehmen entstehen für den Dentalbereich einfache Workflows zur digital gestützten Herstellung von Zahnersatz per 3-D-Druck. Die Kompetenz im Bereich Material für den Dentalbereich konnte 3D Systems durch die Übernahme von NextDent aufbauen. Peter Nicklin, CEO von Amann Girrbach, unterstreicht die Bedeutung der Zusammenarbeit: „Wir freuen uns, mit 3D Systems einen starken Kooperationspartner gefunden zu haben. Gemeinsam schaffen wir einen vollständig validierten Workflow, der sich harmonisch in

unsere Systemkette einfügt. Besonders großes Potenzial für die Labore sehen wir derzeit bei der herausnehmbaren Prothetik, der Fertigung von Modellen sowie diversen anderen kunststoffbasierten Restaurationen.“ ☐

ZT Adresse

Amann Girrbach AG
Herrschaftswiesen 1
6842 Koblach, Österreich
Tel.: 07231 957-100
Fax: 07231 957-159
germany@amanngirrbach.com
www.amanngirrbach.com

ANZEIGE

CADfirst®
Fräszentrum

KATANA
Multilayer Zirkon
ML · UTML · STML

Per Einheit ab
35,90 EUR netto
T. 08450 929 59 73, Web: cadfirst.de

» EXPERTENTIPP FÜR DEN VERTRIEB

Frage: Ich habe ein paar sporadische Kunden, mit denen ich gerne mehr Umsatz machen würde. Wie kann ich das geschickt angehen, ohne mir als Bittsteller vorzukommen?

Claudia Huhn: Um herauszufinden, was Sie tun können, um aus sporadischen umsatzstarke Kunden zu machen, ist es wichtig, vorab einige Fragen zu klären:

1. Kennen Sie den Grund dafür, dass diese Praxen nur sporadisch mit Ihnen zusammen arbeiten?
2. Arbeitet diese Praxis nur in einem bestimmten technischen Segment mit Ihnen, oder bekommen Sie Aufträge aus allen Bereichen?
3. Wie lange arbeiten diese Praxen schon auf diesem Niveau mit Ihnen zusammen?

Auf Basis Ihrer Antworten ist es nun möglich, für jede Praxis einen individuellen Maßnahmenplan zu erarbeiten. Ein solcher Maßnahmenplan besteht aus unterschiedlichen Anteilen folgender Elemente:

- a) Zielorientierte Umsatzgespräche – also einer anderen Art Kommunikation mit Ihrem Kunden
- b) Zielorientierte Umsatzaktivitäten – also einer anderen Art der vertrieblichen Ansprache

c) Zielorientierte Kundenbetreuung – also einer anderen Art der Betreuung

Vorab ist zu sagen: Die aktuelle Kombination der o.g. Inhalte führt in diesen Praxen zu dem Umsatz, den Sie aktuell realisieren. Möchten Sie einen anderen, in diesem Fall einen höheren Umsatz realisieren, benötigen Sie ein anderes Setting. Auftakt jeder Umsatzausbaumaßnahme ist ein Gespräch mit Ihren Praxen. Klären Sie im persönlichen Gespräch, welche Gründe es für die sporadische Zusammenarbeit gibt, und fragen Sie konkret nach ihren Möglichkeiten für mehr Umsatz. Machen Sie kommunikativ deutlich, dass es ihr Ziel ist, mit dieser Praxis in der Zukunft mehr Umsatz zu realisieren. Und dies „trotz“ aller einschränkenden Faktoren. Planen Sie im Anschluss regelmäßig wiederkehrende Gespräche mit diesen Praxen. So können Sie zusammen mit Ihrem Kunden überprüfen, ob die eingeleiteten Maßnahmen die gewünschten Effekte zeigen oder ob noch nachjustiert werden muss. Vor allem aber zeigen Sie Ihren Kunden auf, dass Sie sich engagieren. Auf Basis der Möglichkeiten aus dem ersten Gespräch leiten Sie den individuellen Vertriebsaktivitätenplan für jede Praxis ab. Welche Inhalte aus Ihrem Unternehmen wollen Sie wann vor-

stellen, welche Aktivitäten (z.B. Einladung zum Essen, gemeinsame Fortbildung usw.) wollen Sie wann durchführen, welche Unterstützung bekommt diese Praxis zu welchem Zeitpunkt? Ziel dieses Plans ist es, Ihren Praxen zu verdeutlichen, dass Sie gerne die verabredete „Extrameile“ an Engagement aufbringen, wenn Sie dafür intensiver mit diesen ins Geschäft kommen.

Zu guter Letzt ist es Teil eines solchen Konzeptes, dass der Gedanke einer „anderen“ Art der Kundenbetreuung Eingang in allen Bereichen Ihres Unternehmens findet. Nur wenn Sie und Ihr komplettes Team diesen Gedanken gemeinsam verfolgen, gibt es dauerhaft die Chance, anders als die anderen zu sein, diese Einzigartigkeit Ihren Kunden bewusst zu machen und dies auch in Umsatz

honoriert zu bekommen. In diesem Bereich geht es um ein intensives Miteinander, ein Denken füreinander im Sinne des Kunden, getragen von der Frage: Was kann ich ganz persönlich an meinem Arbeitsplatz tun, um diesen Kunden heute zu begeistern?

Begehen Sie dabei nicht den Fehler, den viele Ihrer Kollegen machen, dass Sie sich über die Maßen engagieren, bevor Sie Ihrem Kunden klar gemacht haben, wozu Sie dies tun. Umsatzausbau mit Bestandskunden ist

eine individuelle Inszenierung von Maßnahmen für jede Praxis. Gut geplant und professionell sowohl inhaltlich als auch kommunikativ umgesetzt, kann sich daraus relativ schnell Erfolg ergeben.

Gerne unterstützen wir Sie mit unserer Erfahrung und unserem Herzblut bei dieser Aufgabe. Rufen Sie uns an oder schreiben uns unter ch@claudiahuhn.de

Claudia Huhn
Beratung Coaching Training
Hohe Straße 28 b
57234 Wilnsdorf
Tel.: 02739 891080
Fax: 02739 891081
ch@claudiahuhn.de
www.claudiahuhn.de





Wir halten Ihre Liquidität im Fluss.

**WIE SIE SICHERSTELLEN, DASS IHR
GELDFLUSS NICHT VERSIEGT.**

Profitieren Sie von den vielfältigen Vorteilen, die Ihnen LVG-Factoring bietet, und erhalten Sie dank Vorfinanzierung Ihre Zahlungsfähigkeit: Realisieren Sie geplante Investitionen, nutzen Sie Skonti und andere Einkaufsvorteile, räumen Sie Ihren Abnehmern großzügigere Zahlungsziele ein, befreien Sie sich von der Abhängigkeit von Ihrer Hausbank und bauen Sie eventuelle Verbindlichkeiten leichter ab.

Vertrauen Sie den Erfindern des Dental-Factorings. Über 30 Jahre erfolgreiche Finanzdienstleistung sorgen für Kompetenz-Vorsprung. Und für mehr als 30.000 zufriedene Zahnärzte.

L.V.G. Labor-Verrechnungs-Gesellschaft mbH

Hauptstr. 20 / 70563 Stuttgart

T 0711 66 67 10 / **F** 0711 61 77 62

kontakt@lvg.de / **www.lvg.de**



Neue Führungsspitze

Diego Gabathuler wird nach Robert Ganley neuer CEO der Ivoclar Vivadent AG.

Führungswechsel in der Geschäftsleitung der Ivoclar Vivadent-Gruppe: Diego Gabathuler, Head of Sales EMEA & Latin America, wird per 1. Juli 2019 die Leitung des Dentalunternehmens mit Sitz in Schaan (Fürstentum Liechtenstein) übernehmen. Der Marketing- und Verkaufsexperte aus der Ostschweiz war bereits in verschiedenen Funktionen für Ivoclar Vivadent tätig. Sein berufliches Portfolio rundete er mit diversen Führungs- und Managementpositionen bei Logitech, Activision und Electronic Arts in Europa und in den USA ab.

Bereits im Juni 2018 wurde der langjährige CEO Robert Ganley in den Verwaltungsrat der Ivoclar Vivadent AG berufen. Der US-Amerikaner hat die Entwicklung des Familienunternehmens zu einem führenden Player in der

Dentalbranche maßgeblich mitgeprägt. Ebenfalls seit Juni 2018 ist Christina Zeller Mitglied des Verwaltungsrates. Christina Zeller ist verantwortlich für Corporate Social Responsibility bei Ivoclar Vivadent und vertritt im Verwaltungsrat die Interessen der Unternehmerfamilie. Eine weitere Veränderung im Unternehmen ist per Juni 2019 angekündigt: Nach 13 Jahren als CEO und 29 Jahren als Verwaltungsratspräsident wird sich Christoph Zeller als Präsident des Aufsichtsgremiums zurückziehen und die Geschicke der Ivoclar Vivadent-Gruppe als Unternehmer und Mitglied des Verwaltungsrates aus einer neuen Perspektive begleiten. „In unserem Unternehmen gibt es viele talentierte Mitarbeiter. Ich möchte ihnen die Chance geben, frische Impulse zu setzen und die Erfolgsgeschichte von Ivoclar Vivadent



Abb. 1: Helmut Schuster wird im Juni 2019 das Präsidium des Verwaltungsrates der Ivoclar Vivadent AG übernehmen. Abb. 2: Diego Gabathuler (links) wird neuer CEO der Ivoclar Vivadent AG. Sein Vorgänger Robert Ganley wechselt in den Verwaltungsrat des Dentalunternehmens.

fortzuführen“, begründet Christoph Zeller diesen Schritt. Nachfolger von Christoph Zeller wird Helmut Schuster, der seit Januar 2015 dem Verwaltungsrat der Ivoclar



Vivadent AG angehört. Der ausgebildete Betriebsökonom mit österreichischer und britischer Staatsbürgerschaft bringt internationale Erfahrung aus verschiedenen Bereichen mit, unter anderem als Führungskraft in der Energiebranche. **ZT**

ZT Adresse

Ivoclar Vivadent AG
Bendererstr. 2
9494 Schaan, Liechtenstein
Tel.: +423 235 3535
Fax: +423 235 3360
info@ivoclarvivadent.com
www.ivoclarvivadent.com



ANZEIGE

ZAHNTECHNISCHE FORTBILDUNG MIT KONZEPT

Curriculum „Zahntechnische Implantatprothetik – DGZI“

Die besondere Qualifizierung für Mitarbeiter zahntechnischer Labore, welche sich auf die Implantatprothetik spezialisiert haben.

- 4 Wochenenden (jeweils Fr./Sa.)
- für Zahntechniker
(Zahnärzte & Zahntechniker im Team möglich)
- Kursgebühr: 1.999 €*

* Für DGZI-Mitglieder (kann bei Buchung des Kurses beantragt werden) und mindestens zwei Jahre dauernde Mitgliedschaft in der DGZI. Für Nichtmitglieder 2.500 Euro Kursgebühr.



Das aktuelle Fortbildungsprogramm mit allen Details zum Curriculum anfordern oder unter www.DGZI.de anschauen.

Alle Informationen im aktuellen Fortbildungsprogramm der DGZI und unter www.DGZI.de



Deutsche Gesellschaft für Zahnärztliche Implantologie e.V.
Geschäftsstelle: Paulusstraße 1, 40237 Düsseldorf
Tel.: 0211 16970-77 | Fax: 0211 16970-66 | sekretariat@dgzi-info.de | www.dgzi.de

Woher kommt mein Gold?

ESG bietet ausschließlich Anlagebarren aus Recyclingproduktion an.

Gold in Form von Schmuck oder als Anlage steht immer wieder in der öffentlichen Kritik. „Denn teilweise stammt die Ware aus Krisenregionen oder daran angrenzenden Ländern. Und oftmals werden beim Abbau weder Menschenrechte beachtet noch Sicherheitsvorschriften eingehalten“, weiß Dominik Lochmann, Geschäftsführer ESG Edelmetall-Service GmbH & Co. KG. „Im Gegensatz zur Elektroindustrie, wo es schon seit Längerem strenge Vorschriften für Lieferanten gibt und ausschließlich sogenanntes konfliktfreies Edelmetall für die Weiterverarbeitung infrage kommt, stehen für Anlageprodukte noch keine festgesetzten Richtlinien bereit.“ Seit 2008 gibt es jedoch mit der cfsi (conflict-free sourcing initiative) eine Initiative, die auf Grundlage streng überwachter Kriterien Hersteller als konfliktfreie Goldaufarbeiter auszeichnet.

Konfliktfreie Aufarbeitung von Recyclinggold

Beim Kauf von Barren, Münzen oder CombiBars informieren sich Verbraucher zunehmend über die Herkunft des verwendeten Goldes. Problem: Nicht bei allen Waren lässt sich die Lieferkette bis zum Ursprung zurückverfolgen. „Um Käufern zumindest die Herstellung ihres Goldes möglichst transparent darzustellen, arbeiten wir beispielsweise mit dem cfsi-zertifizierten Barrenproduzenten Heimerle & Meule

zusammen“, betont Edelmetall-experte Dominik Lochmann. „Für alle Barren, die das ESG-Logo oder jenes von Heimerle & Meule tragen, können wir die Herstellungskette daher sauber nachweisen. Denn wir verwenden dafür ausschließlich und selbstverpflichtend Recyclinggold, das aus dem Einschmelzen von altem Schmuck, Zahngold und zerkratzten Münzen oder Barren sowie aus der Aufarbeitung von Elektroschrott entsteht.“ Kaufen Kunden solche Goldanlagen, können sie sicher sein, dass diese nicht aus dem Import von Minengold stammen. Es handelt sich also um Recyclinggold, das konfliktfrei aufgearbeitet wurde. **ZT**

ZT Adresse

ESG Edelmetall-Service GmbH & Co. KG
Gewerbering 29 b
76287 Rheinstetten
Tel.: 07242 95351-58
Fax: 07242 95351-29
shop@edelmetall-handel.de
www.edelmetall-handel.de

