

dental:spiegel

Das Magazin für das erfolgreiche Praxisteam



Praxiseinrichtung

WIRTSCHAFT + RECHT

Was ist beim Verkauf der Praxis zu beachten?

ANWENDERBERICHT

Design trifft auf edlen Altbau



Endo

Ich bin Endo. Ich bin Einfachheit, Sicherheit und Qualität.
Ich bin ein komplettes Sortiment. Ich bin persönlicher Service.
Ich bin Komet. www.ich-bin-endo.de

Liebe Leserinnen und Leser!

Selbstfahrende Autos, Kühlschränke, die uns beim Einkaufen helfen, GPS-Systeme, die die optimale Route finden und uns nie mehr vom Weg abkommen lassen: Die Welt ist vernetzter und schneller geworden. Die Geschwindigkeit der technologischen Entwicklung ist hoch – Tendenz steigend. So betrifft die digitale Revolution alle Bereiche von Telekommunikation, Automobil, Handel, Gesundheit & Medizin, vor allem aber auch die Medienlandschaft. Laut einer ARD-ZDF-Studie sind mehr als 80 % Deutschen online – wengleich mehr als 90% der Bundesbürger regelmäßig Zeitschriften lesen.

Für die (zahnmedizinische) Medienlandschaft bedeutet das eine ganz eigene Herausforderung, denn auch in der Dentalwelt ist das digitale Zeitalter mit der „Praxis 4.0“, dem „digitalen Röntgen“ oder der „papierlosen Patientenakte“ längst angekommen.

Hier heißt es nun, zielgruppenspezifische Inhalte zu schaffen und diese crossmedial auf allen Plattformen zur Verfügung zu stellen. Der Konsument möchte selbst entscheiden, wann und wo er etwas liest, sieht oder hört – online, print oder beides.

Für uns als Fachzeitschrift ist es daher auch entscheidend beim Thema Digitalisierung am Ball zu bleiben. Schon in der Vor-Internet-Zeit war uns das wichtig: Bereits 1981 haben wir uns als erste Kennziffernzeitschrift Deutschlands einen Namen gemacht. Das heißt, die Resonanzen wurden mit Hilfe von Antwortkarten gemessen. Damals waren wir die einzigen am Markt, die das geschafft haben.

Die „Mediennutzungsstudie Dental“ hat wie auch die „LA-DENT 2016“ deutlich gezeigt, dass die „klassischen Printmedien“ weiterhin eine unersetzliche Informationsquelle für den Zahnarzt ist. In dieser konnte sich der dental:spiegel mit einer LpA-Reichweite von 32,1% erneut beweisen; er zählt somit auch weiterhin zu den reichweitenstärksten Dentalfachzeitschriften Deutschlands.

Dennoch gewinnt online mehr und mehr an Bedeutung und so gehen auch wir mit der Zeit:

2013 haben wir für die Inhalte des dental:spiegel – wieder als erste Dentalfachzeitschrift – einen QR-Code eingeführt. Der Vorteil: Der Leser wird schnell und unkompliziert zum gewünschten Inhalt geleitet, wenn er den Code mit seinem Smartphone einscannet.

2016 gehen wir den nächsten Schritt: dental:spiegel goes online!

Neben der Printversion des dental:spiegel – die natürlich in seiner bestehenden Form, Inhaltstiefe und Qualität bestehen bleibt – launchen wir unter www.dentalspiegel.de ein eigenes Onlineportal.

Dort finden Sie aktuelle Themen, Artikel aus den Fachgebieten wie zum Beispiel „Wirtschaft & Recht“, Möglichkeiten zur Teilnahme an CME-Fortbildungen, anstehende Termine, Herstellerinformationen sowie alle Ausgaben des dental:spiegel, lesefreundlich als ePaper.

Ähnlich wie für die „großen“ Medien gilt nun auch für uns: Lange, ausführliche Stücke veröffentlichen wir in der Printversion des dental:spiegel (später dann natürlich auch online), News mit geringer Halbwertszeit oder bei denen der Veröffentlichungsdruck hoch ist, veröffentlichen wir zeitnah unter www.dentalspiegel.de.

Auch der Ausblick auf 2017 lässt einiges erwarten. An dieser Stelle verrate ich allerdings nur soviel: Lassen Sie sich überraschen ... es bleibt spannend, versprochen!

Ihre

Brigitte Franz

RUBRIKEN

- 03** EDITORIAL
- 06** WIRTSCHAFT + RECHT
- 24** ANWENDERBERICHTE
- 36** INTERVIEW
- 38** VOCO DENTAL CHALLENGE 2016
- 40** IDS 2017
- 42** BZÄK
- 44** VOCO-TIPP
- 45** KOMET-TIPP
- 46** HERSTELLERINFORMATIONEN
- 61** IMPRESSUM
- 62** REISE-TIPPS

Seite 24



Seite 29



Seite 62



THEMEN

Brigitte Franz

- 03** dental:spiegel goes online!
- 06** Mehr Patienten für die Praxis – Teil 2
Flyer, Einrichtung, Bekleidung
Anna Stenger
- 10** Patientengeheimnis: Was ist beim Verkauf der Praxis zu beachten?
Dr. Volker Lang
- 12** Augen auf beim Online-Banking
- 14** ZFA suchen, einstellen und binden – Teil 4
Beurteilungen in Arbeitszeugnissen:
Nuancen machen die Note
Robert Sebastian Koch
- 20** Kleine und Große Extras zum Gehalt
Christine Kaps
- 24** Design trifft auf edlen Altbau
Christian Bärmann
- 28** Modernes Praxismarketing
Dr. Ludwig Hermeler
- 32** CGM Z1.PRO – Ein Erfahrungsbericht aus der Praxis eines Anwenders
- 36 Innovation ist unsere Tradition
- 38** VOCO Dental Challenge 2016: Junge Forscherinnen und Forscher überzeugen
- 40** 3D-Druck auf der IDS 2017: ein Einstieg in die Zukunft
- 42** Tipps für die Zahnpflege bei Pflegebedürftigen und Menschen mit Behinderung
- 44** Admira Fusion (Universal-Füllungsmaterial) trifft FinalTouch (Charakterisierungsfarbe)
- 45** Instrumentenständer selbst designen!
- 46** Der Hygoclave 90 mit DuraSteam Technologie
- 48** KaVo Einheit jetzt zum Vorteilspreis tauschen!
- 50** Start-up macht Lichtgestaltung mit Design und Köpfchen
- 51** Implantatversorgung mit CEREC: TiBase für mehr Implantatsysteme
- 52** Fachdental Südwest: Zahnbehandlung mit mehr Komfort
- 62** Vier Südtiroler Hotels, die Sie unbedingt kennen lernen sollten
- 64** Exzellente Gaumenfreuden zum 30. Schleswig-Holstein Gourmet Festival
- 66** WeinHochZwei im Palais Hansen Kempinski startet in die neue Saison

Die wahre Evolution!

Beachten Sie
unsere aktuellen Angebote!*

Jetzt
auch als Flow



DIE ERSTE KERAMIK ZUM FÜLLEN

- Das weltweit erste rein keramisch basierte Füllungsmaterial
- Niedrigste Polymerisationsschrumpfung (1,25 Vol.-%) und besonders niedriger Schrumpfungstress**
- Inert, somit hoch biokompatibel und extrem farbstabil
- Für höchste Ansprüche im Front- und Seitenzahnbereich
- Hervorragendes Handling, einfache Hochglanzpolitur sowie hohe Oberflächenhärte garantieren erstklassige Langzeit-Resultate
- Mit allen konventionellen Bondings kompatibel

* Alle aktuellen Angebote finden Sie unter www.voco.de oder sprechen Sie bitte Ihren VOCO-Außendienstmitarbeiter an.

** im Vergleich zu allen herkömmlichen Füllungscomposites





Mehr Patienten für die Praxis – Teil 2

Flyer, Einrichtung, Bekleidung

Laut statistischem Jahrbuch der BZÄK kommen in Hamburg und Berlin auf einen praktizierenden Zahnarzt nur 800 bis 1.000 (potenzielle) Patienten. Jenseits dieser Ballungsgebiete sieht es nur wenig besser aus. Hinzu kommt, dass Patienten oft gut informiert sind, Zweitmeinungen einholen und vorgeschlagenen Behandlungsmethoden zuweilen Alternativen entgegenhalten. Zahnärzte, die ihre „Kunden“ nicht nur langfristig an die Praxis binden, sondern auch neue gewinnen wollen, benötigen eine durchdachte Marketing-Strategie. Aber mit welchen über die bloße Behandlung hinausgehenden Maßnahmen können Zahnärzte und Praxispersonal neue Patienten werben? Das ist das Hauptthema der vierteiligen Serie „Mehr Patienten für die Praxis“.

Teil 2: Sind Zuverlässigkeit, Kompetenz und Ehrlichkeit als Grundlagen sichergestellt, gilt es, Konkurrenz und Patienten im Einzugsgebiet der Praxis näher zu betrachten. Das hilft, sich von Mitbewerbern abzuheben und Zielgruppen zu definieren. Dies thematisierte der erste Teil der Serie in der September-Ausgabe des dental:spiegel. Jetzt stellt sich die Frage, welche Mittel Praxisinhaber anwenden können: Eingegangen wird im zweiten Teil auf Flyer, Gestaltung der Praxisräume und Teambekleidung.

Redaktion

Unabhängig davon, welche Mittel eingesetzt werden, sollte zuallererst ein grobes Gesamtkonzept feststehen, sodass alles, was über die Praxis veröffentlicht wird, einer vorab festgelegten Linie folgt. Zu viele Farben verwässern diese Linie ebenso wie inkonsequent gestaltete Räume. Bevor es an die Produktion von Flyern, an die Einrichtung der Praxis und an die Auswahl der Teambekleidung geht, sollten die Antworten auf wichtige Fragen klar sein: Welche Zielgruppe(n) soll die Praxis bedienen? Ist das Leistungsspektrum auf sie abgestimmt? Welche Besonderheiten an der Einrichtung sollen realisiert werden? Und passen zu all dem Praxis-Slogan und Logo? Eine Komponente in diesem Gesamtkonzept ist der Praxisflyer.

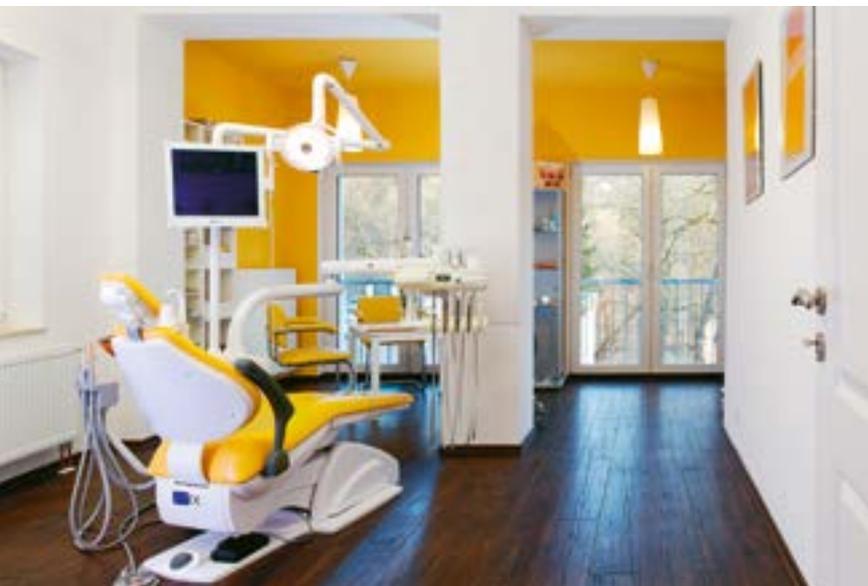
/// Allgemeine und themengebundene Flyer

In der allgemeinen Flyer-Variante sind erste Informationen über die Praxis enthalten: Neben Öffnungszeiten, Webadresse, Kontaktmöglichkeiten und Vorstellung des Teams sind dies auch Leistungsschwerpunkte der Praxis. Ein ergänzendes Angebot dazu sind themengebundene Flyer: Interessiert sich etwa ein Patient für Bleaching, ist ein Flyer, der speziell zu diesem Thema alle wichtigen Infos zusammenfasst, eine gute Ergänzung zur zahnärztlichen Beratung im Behandlungszimmer. Im Idealfall wird er direkt vom Zahnarzt übergeben, weil er in den Augen eines Patienten dadurch eine persönlichere Note erhält. Dennoch sollten Praxisinhaber ihre Flyer zusätzlich im Wartezimmer oder am Empfang auslegen – vielleicht wird der eine oder andere Patient dadurch animiert, vor oder nach der Behandlung dem Zahnarzt gezielte Nachfragen zu stellen.

/// Titel- und Innenseite des Flyers

Schon anhand der Titelseite muss deutlich werden um welches Thema es geht und welche Zielgruppe(n) sich angesprochen fühlen sollen. Es gibt viele Wege, dies zu realisieren, eine Anregung ist zum Beispiel: Auf der ersten Seite könnte ein kurzer Schriftzug stehen (etwa „Keine Angst“ oder „Zahnreinigung“) und ein dazu passendes Motiv. Eine Unter- oder/und Oberzeile ergänzen den Titel, zum Beispiel so: „Keine Angst. Lachgas macht Ihre Behandlung angenehm“ oder: „Regelmäßige Zahnreinigung. Für ein strahlend weißes Lächeln“.

Für die Innenseiten des Flyers ist zu beachten, dass zu viel Text eher abschreckend wirkt. Geht es beispielsweise um das Leistungsspektrum der Praxis, genügt eine Aufzählung der einzelnen Leistungen ohne ergänzende Erklärungen. Wichtig ist ferner, Fachchinesisch zu vermeiden:



Ein Flyer mit zu vielen Fremdwörtern, welche die meisten Patienten nicht verstehen, verfehlt seine Wirkung.

Eine große Bedeutung kommt der Vorstellung der Mitarbeiter zu, entweder als Gruppenfoto oder in Form einzelner Portraits. So wissen Patienten schon im Wartezimmer, wem sie während der Behandlung (wieder) begegnen. Insbesondere, wenn das Team nicht so groß ist, könnte es lohnen, die Arbeitsschwerpunkte des Personals jeweils kurz vorzustellen (wenn die Praxis größer ist, genügt es bei Flyern mit thematischem Schwerpunkt, die jeweils zuständigen Mitarbeiterinnen vorzustellen).

/// Visiten- und Terminkarten

Weitere Druckerzeugnisse, die den Wiedererkennungswert der Praxis neben Flyern steigern können, sind Visitenkarten und individuelle Terminkärtchen. Auf ihnen sollten jeweils Logo (und ggf. der Slogan), Name und Funktion gut erkennbar sein. Außerdem eignen sie sich, um auf die Praxis-Website zu verweisen. Ziel ist, dass ein Patient mit einer Praxis auch ein Gesicht und eine Ansprechpartnerin assoziiert. Dies hilft, die Bindung an eine Praxis zu stärken.

/// Kosten für Druckerzeugnisse

Allerdings kann es hin und wieder zu personellen Änderungen im Team oder zu Verschiebungen oder Ergänzungen des Leistungsspektrums kommen. Die Flyer müssen jedoch aktuell bleiben, wenn sie beim Patient einen guten Eindruck hinterlassen sollen. Wird der eigene Drucker zur Herstellung verwendet, muss sichergestellt sein, dass Druckqualität und Papier hochwertig wirken. Die Kosten pro Flyer sind in den meisten Fällen jedoch deutlich höher als bei einer Druckerei. Im Internet gibt es viele Anbieter mit günstigen Angeboten, die sich auf den Druck von Flyern, Visitenkarten und mehr spezialisiert haben, zum Beispiel www.flyeralarm.com.

/// Praxiseinrichtung: Spagat zwischen Funktionalität und schöner Einrichtung

Ist die Praxis besonders originell eingerichtet, könnten im Flyer und auf der Website auch Fotos von einer optisch einprägsamen Stelle des Innenraums platziert werden: Eine Kieferorthopädie hat sich bei der Einrichtung an den Star-Wars-Filmen orientiert. An den Wänden prangen Bilder von Raumschiffen und Darstellungen der Star-Wars-Helden. Auch die Einrichtung ist farblich und optisch auf das inzwischen siebenteilige Weltraum-Epos ausgerichtet. Dies macht eine weitere Herausforderung deutlich: Die Einrichtung soll zwar originell und ästhetisch hochwertig wirken, sie soll aber auch nichts von ihrer Funktionalität einbüßen. Wichtig ist und bleibt die zahnärztliche Behandlung, weshalb die Funktionalität der Einrichtung im Zweifel mehr Priorität hat. Die zuweilen entgegen gesetzten Pole ‚Funktionalität‘ und ‚Ästhetik‘ gilt es, auf sinnvolle Weise zusammenzubringen.

Darüber hinaus sollten Praxisinhaber beachten, dass aktuelle Trends, etwa im Hinblick auf die Farbgebung der Räume, auch wieder vergehen können. Die Einrichtung ist nämlich eine Investition für oft mehrere Jahrzehnte. Ob ein Trend von heute auch noch in 15 Jahren Bestand hat, ist in vielen Fällen nicht eindeutig zu klären.

/// Praxis gestalten

Sowohl die Auswahl von Material und Farben, als auch das Beleuchtungskonzept müssen aufeinander abgestimmt sein, um einen „stimmigen“ optischen Eindruck zu vermitteln. Zu bedenken sind dabei auch Form und die Größe der Möbel: Sie sollten nicht wuchtig, aber auch nicht zierlich wirken.

Aufgrund der zahlreichen Details, die es bei der Raumgestaltung zu beachten gilt, ist es für Praxisinhaber oft unerlässlich, einen erfahrenen externen Dienstleister zu engagieren. Die optimal eingerichtete Praxis ergibt sich dann aus der Zusammenarbeit zwischen Praxisinhaber und externem Partner.

Bevor die Planung jedoch startet, werden in einem Vorab-Gespräch die Vorstellungen des Praxisinhabers aufgenommen. Bereits vor diesem Gespräch sollte man daher grob wissen, welchem Konzept die Praxis folgen soll. Sind die Räume nämlich erst einmal eingerichtet, müssten sie nachträglich für viel Geld wieder umgebaut werden.

/// Zielgruppen und Einrichtung

Im Idealfall legen Praxisinhaber daher fest, welche Zielgruppe sie ansprechen wollen: Gehören dazu Angstpatienten könnte bei der Einteilung der Räume die Einrichtung eines eigenen Beratungszimmers berücksichtigt werden; soll die Praxis später auf Senioren spezialisiert sein, empfiehlt sich, die Eingänge in die Behandlungsräume etwas breiter zu machen, sodass sie für ältere Menschen mit Rollator nicht zum Hindernis werden; liegt der Schwerpunkt auf Familien, wäre es sinnvoll, eine Kinderspielecke einzurichten und den Grundriss des Wartezimmers, entsprechend den dadurch gewachsenen räumlichen Anforderungen, zu vergrößern.

Im Einzugsgebiet der Praxis muss es jedoch unbedingt genug Angehörige der jeweiligen Zielgruppe(n) geben. Kristallisiert sich erst im Nachhinein heraus, dass im Umfeld zum Beispiel viel zu wenige Familien leben, war die Einrichtung der Spielecke quasi umsonst. Eine Marktanalyse ist daher unerlässlich (siehe Teil eins in der September-Ausgabe des dental:spiegel).





Eine Spezialisierung auf eine einzige Patientengruppe kann zwar hilfreich sein, aber es gibt Praxisstandorte, die von einer Vielzahl von Zielgruppen frequentiert werden. Praktiziert ein Zahnarzt beispielsweise in einer Innenstadt, wird es eine gewisse Zahl von Patienten geben, welche die Praxis aufgrund ihrer Nähe zum Arbeitsplatz und wegen der guten Erreichbarkeit aufsuchen. Hinzu kommen Anwohner, die älter oder jünger sein können. In diesem Fall entsteht die Herausforderung, die Praxis zielgruppengerecht einzurichten. Fasst man im Gegensatz dazu vor allem Kinder ins Auge, ist die Richtung viel klarer. Sind die Zielgruppen zahlreich, empfiehlt sich, bei der Einrichtung auf allgemeingültige Themen zurückzugreifen. So könnten Praxisinhaber den Slogan „Wohlfühlen und Lächeln“ wählen. Dies schafft im Hinblick auf die Einrichtung eine gewisse Freiheit und eröffnet die Möglichkeit, eine Atmosphäre zu schaffen, welche für viele Zielgruppen gleichermaßen zum Wohlfühlen und Lächeln ist.

/// Ideen umsetzen, Einrichtung gestalten

Arbeiten Praxisinhaber mit externen Dienstleistern zusammen, kommt es zunächst zum (erwähnten) Vorab-Gespräch und der Besichtigung der Räumlichkeiten. Daraufhin erstellt der Planer einen ersten Entwurf der Einrichtung (entweder digital oder auf Papier), der mit dem Praxisinhaber abgesprochen wird. Dabei hat der Praxisinhaber die Gelegenheit nachzuzustieren und seine eigenen Ideen einzubringen. In Absprache mit dem externen Dienstleister entsteht so nach und nach ein fertiger Plan. Erst, wenn dieser endgültig feststeht, werden Handwerker beauftragt, die Einrichtung aufzubauen und Anschlüsse zu verlegen.

Der Architekt oder Generalunternehmer hat dabei die Aufgaben, die Aufträge für die verschiedenen Gewerke auszuschreiben, diese zu beauftragen, schließlich ist er für die korrekte Ausführung der vorab festgelegten Planung zuständig.

Unbedingt sollten Praxisinhaber jedoch darauf achten, dass ihnen der externe Dienstleister einen verbindlichen Zeit- und Kostenplan vorlegt, sodass sie in der Lage sind, die Zukunft mit ihrer neuen Praxis sicher planen zu können.

/// Einheitlicher Look fürs Praxisteam

Die klassische Farbe für die Bekleidung des Praxisteams ist Weiß. Der Eindruck vom Zahnarzt als „Halbgott in Weiß“ liegt da nicht fern. Dies erzeugt jedoch nicht nur Respekt vor dem Zahnarzt, sondern auch Distanz. Dabei ist es eine gewisse persönliche Nähe, welche die Bindung der Patienten an die Praxis begünstigt. Und nicht nur das kann ein Grund für eine individuelle Praxiskleidung sein.

Gerade, wenn sich eine Praxis auf die Behandlung von Kindern spezialisiert hat, könnte sich eine farbenfrohe Bekleidung eignen. Doch bei der Auswahl der Farben ist auch Vorsicht geboten: Zu viele Farben wirken wiederum unseriös. Wichtig ist darüber hinaus, dass die Auswahl der Kleidung auf die Praxiseinrichtung abgestimmt ist. Besonders pfiffig ist das Konzept einer Münchener Praxis, in der sich der bayerisch gemütliche Charme der Einrichtung in den Lederhosen und Dirndl des Praxisteams fortgesetzt. Zu beachten ist, dass anhand der Kleidung die berufliche Funktion der Praxismitarbeiter klar erkennbar sein muss. Dies vermeidet Verwechslungen zwischen Zahnarzt und Zahnmedizinischen Fachangestellten. Ein etablierter Anbieter von Praxisfashion, der auch beratend zur Seite steht, ist zum Beispiel BEYCODENT (www.beycodent.de).

/// Fazit

1. Gleich, welches Marketing-Mittel man einsetzt, wichtig ist zuallererst, dass das Praxiskonzept grob feststeht.
2. Bei der inhaltlichen Gestaltung von Flyern ist zu beachten, dass es zwei Varianten gibt: Der allgemein gehaltene Flyer und ergänzend dazu den themenspezifischen.
3. Im Flyer könnte auch eine optisch einprägsame Stelle abgebildet werden, wenn die Einrichtung entsprechend außergewöhnlich ist.
4. Praxisinhaber werden im Hinblick auf die Einrichtung ihrer Praxis sicher nicht umhin kommen, einen erfahrenen externen Dienstleister zu engagieren. Dieser koordiniert Planung und Umsetzung mit dem Auftraggeber.
5. Die Praxisgestaltung sollte im Wortsinne auch an der Teambekleidung augenfällig werden. Eine originelle Teambekleidung erhöht darüber hinaus den Wiedererkennungswert.

Eine originelle Einrichtung, Flyer, Teambekleidung, Visiten- und Terminkarten sind eine gute Grundlage, doch genauso wichtig ist das Verhalten des Praxispersonals gegenüber Patienten. Dies wird das Thema des dritten Teils im dental:spiegel vom 11. November 2016 sein. A//Ka

Perfektion in ihrer höchsten Form:



G-Premio BOND™ von GC.

Das Premium-Universaladhäsiv, das so
gut wie alles kann – **sogar Reparaturen.**



GC Germany GmbH
Seifgrundstrasse 2
61348 Bad Homburg
Tel. +49.61.72.99.59.60
Fax. +49.61.72.99.59.66.6
info@germany.gceurope.com
<http://www.gcgermany.de>

Kostenfreies
Muster anfordern





Patientengeheimnis: Was ist beim Verkauf der Praxis zu beachten?

Wird die Praxis an einen Nachfolger verkauft, wird regelmäßig auch die Patientenkartei mitverkauft. Diese ist aber nicht nur ein wertvoller Bestandteil der Praxis für den Nachfolger, sondern das Patientengeheimnis ist in erster Linie Grundlage für die Vertrauensbeziehung zwischen Zahnarzt und Patient. Daher unterliegen alle in der Praxis erhobenen Patientendaten der zahnärztlichen Schweigepflicht. Dies führt häufig zu Unsicherheiten bei der Frage, wie mit diesen Daten im Rahmen eines Praxisverkaufs umgegangen werden kann.

Anna Stenger

Der Praxiskäufer hat naturgemäß ein reges Interesse daran, die Patientendaten des Praxisverkäufers nutzen zu können. Dabei wird nur allzu oft „übersehen“, dass der Praxiskäufer die Daten des Vorgängers zunächst einmal gar nicht nutzen darf. Für den Praxiskäufer ist dies natürlich ein Ärgernis, da er für die Patientendaten häufig viel Geld bezahlt hat. Denn der Patientenkartei kommt bei einem Praxisverkauf aus betriebswirtschaftlicher Sicht ein erheblicher Wert zu. Der Patientenstamm repräsentiert den guten Ruf einer Praxis, aus dem sich der „Goodwill“ der Praxis errechnet, der wesentlich zur Preisfindung einer Praxis beiträgt.

Häufig übersehen wird aber, dass dieser Wert – wegen des Patientengeheimnisses als spezifische Datenschutzregelung – nicht frei einsehbar ist.

Nach § 7 der zahnärztlichen Musterberufsordnung (MBO-Z) hat der Zahnarzt die Pflicht, über alles, was ihm in seiner Eigenschaft als Zahnarzt anvertraut und bekannt geworden ist, gegenüber Dritten Verschwiegenheit zu wahren. Er ist lediglich dann zur Offenbarung befugt, soweit er von dem Betroffenen oder seinem gesetzlichen Vertreter von der Schweigepflicht entbunden wurde. Daher muss der Arzt, dem bei einer Praxisübergabe zahnärztliche Aufzeichnungen über Patienten in Obhut gegeben werden, diese Aufzeichnungen unter Verschluss halten und darf sie nur mit Einwilligung des Patienten einsehen oder weitergeben.

Der Bundesgerichtshof (BGH) hat hierzu mehrfach entschieden, dass eine Praxisveräußerung einschließlich der Übertragung der Patientenkartei ohne die eindeutige und unmissverständliche Einwilligung der Patientinnen und Patienten in die Weitergabe der sie betreffenden Akten nicht nur einen Berufsrechtsverstoß darstellt, sondern auch gegen § 203 Strafgesetzbuch (StGB) verstößt. Nach § 203 StGB wird mit Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr oder mit Geldstrafe bestraft, wer unbefugt ein fremdes Geheimnis,



Anna Stenger

namentlich ein zum persönlichen Lebensbereich gehörendes Geheimnis oder ein Betriebs- oder Geschäftsgeheimnis, offenbart, das ihm als Zahnarzt anvertraut worden oder sonst bekanntgeworden ist. Daher bedeutet ein Verstoß gegen die Verschwiegenheitspflicht zum einen, dass Praxisverkäufer und Praxiskäufer sich strafbar machen, wenn die Patientendaten im Rahmen des Praxisverkaufs vorbehaltlos übergeben werden. Zum anderen kann dieser Verstoß gegen strafrechtliche Vorschriften dazu führen, dass der

Praxiskaufvertrag insgesamt unwirksam nach § 134 Bürgerliches Gesetzbuch (BGB) ist, (vgl. Neue Juristische Wochenschrift – NJW 1995, 2026, NJW 1996, 773 f.).

Lassen Praxisverkäufer und Praxiskäufer diese Regelungen unbeachtet, verletzen sie das informationelle Selbstbestimmungsrecht der Patienten sowie die ärztliche Schweigepflicht. Denn: Die Zahnarzt-Patienten-Vertrauensbeziehung lässt sich nicht ohne weiteres auf einen Praxisnachfolger übertragen. Bloße vorherige oder begleitende Hinweise auf den Praxisübergang in der Zahnarztpraxis (z.B. mittels Schild), in der Tagespresse oder auf mündlichem Wege an die Patienten genügen nicht, um den Zugriff des Nachfolgers auf die bestehenden Patientendaten zu rechtfertigen.

Wenn also die Patientendaten an den Praxiskäufer übergeben werden sollen, müssten vor Übergabe der Patientenkartei sämtliche Patienten in die Übergabe ihrer Daten zuvor ausdrücklich zugestimmt haben. Um diese Zustimmung einzuholen, müsste der Praxisverkäufer alle Patienten anschreiben. Dabei ist es jedoch nicht möglich wie folgt zu formulieren: „Sollten Sie sich in den nächsten zwei Wochen nicht bei mir melden, gehe ich von einer Zustimmung der Weitergabe der Behandlungsunterlagen an meinen Nachfolger Dr. XY aus.“ Ein Schweigen des Patienten kann auf diese Weise nicht in eine Zustimmung umgedeutet werden. Vielmehr ist die ausdrückliche Zustimmung des Patienten erforderlich.

Da die Erfahrung gezeigt hat, dass Patienten auf solche Anschreiben kaum reagieren, wurde das so genannte „Zwei-Schrank-Modell“ entwickelt. Bei diesem Zwei-Schrank-Modell verbleiben die Patientendaten in einem verschlossenen Schrank, an dem der Praxisverkäufer das Eigentum behält, wobei der Schrank ohne weiteres vom Praxiskäufer verwahrt werden kann. Kommt ein Patient, dessen Unterlagen sich in dem verschlossenen Schrank befinden, in die Praxis, muss er sein Einverständnis dazu erklären, dass der neue Arzt die Behandlungsunterlagen einsehen und nutzen darf. Dabei liegt das Einverständnis in der Regel bereits konkludent durch das Aufsuchen des Praxismachfolgers in der Praxis vor.

Dieses Zwei-Schrank-Modell ist auch bei Einsatz von EDV-Systemen anzuwenden. Bei elektronisch geführten Patientendaten ist der alte Bestand zu sperren und der Zugriff hierauf z.B. mittels Passwort zu sichern. Für einen erstmaligen Zugriff auf einen Patientendatensatz durch den Praxismachfolger ist wiederum die Zustimmung der Patientin bzw. des Patienten erforderlich. Liegt diese vor, so darf insoweit der Datensatz vom Nachfolger freigeschaltet und weitergenutzt werden.

Erst wenn der Patient sein Einverständnis in die Weitergabe seiner Daten erklärt hat, ist der Praxisverkäufer verpflichtet, das Eigentum an diesen Unterlagen an den neuen Praxismachhaber zu übertragen.

/// FAZIT

Daher ist es unentbehrlich in Praxiskaufverträgen Regelungen zur Übergabe der Patientenkartei zu treffen, die den dargestellten Anforderungen gerecht werden. Diese sind jedoch nicht nur auf dem Papier zu vereinbaren, sondern müssen von Praxisverkäufer und Käufer auch entsprechend umgesetzt werden. Das Vertrauensverhältnis zwischen Zahnarzt und Patient ist nach wie vor ein sehr hohes Gut, dessen Ausfluss die Pflicht zur Verschwiegenheit ist. Daher sollten sich Zahnärzte bewusst sein, dass ein Verstoß hiergegen nicht nur eine Verletzung dieser Vertrauensbeziehung oder eine berufsrechtliche „Lappalie“ darstellt, sondern ein strafbares Verhalten.

AUTOR

Anna Stenger, LL.M.
Rechtsanwältin und Fachanwältin für Medizinrecht

KONTAKT

LYCK+
PÄTZOLD.
healthcare . recht

Lyck & Pätzold healthcare.recht
Nehringstraße 2
61352 Bad Homburg
Telefon: 06172/13 99 60
Telefax: 06172/13 99 66
E-Mail: kanzlei@medizinanwaelte.de
Internet: www.medizinanwaelte.de



AERA®

Seit 1993

Immer einen SCHRITT voraus...



...damit Ihnen

NIE

mehr das Material ausgeht.



Alle Info's unter:
www.aura-online.de

einfach, clever, bestellen





Augen auf beim Online-Banking

Zapfen Kriminelle das Konto an, müssen unvorsichtige Bankkunden selbst für den Schaden aufkommen. Wie Kunden Online-Attacken vorbeugen und eigene Haftungsrisiken minimieren.

Dr. Volker Lang



Dr. Volker Lang

Eine aktuelle Studie des Bundeskriminalamtes mahnt zur erhöhten Vorsicht. Die Fälle von Computerbetrug haben in 2015 um 5,6 Prozent zugenommen. Der erfasste Gesamtschaden durch missbräuchliche Transaktionen liegt bei 35,9 Millionen Euro. Das ist allenfalls die Spitze des Eisberges, denn die Kriminalisten gehen von einer sehr hohen Dunkelziffer aus.

Der größte Schwachpunkt beim Online-Banking ist oft der Nutzer selbst. Immer noch unterschätzen viele die

Gefahren. Sie gehen allzu sorglos mit den Zahlungsdaten um und vernachlässigen die IT-Sicherheit auf den eigenen Geräten. Wenn Kunden ihre Sorgfaltspflichten verletzen, müssen sie unter Umständen selbst für den entstandenen Schaden aufkommen.

/// Wann haften Bankkunden?

Die Rechtsprechung stellt zunehmend strengere Anforderungen an das Verhalten von Online-Banking-Nutzern (z.B. AG Köln, Az. 119 C 143/13, LG Hannover, Az. 11 O 229/15). Die Richter erwarten, dass Anwender aufgrund der weitreichenden Berichterstattung und Warnungen allgemein bekannte Sicherheitsmaßnahmen einhalten. Dies gilt für den privaten und in besonderem Maße für den unternehmerischen Bereich.

Grundsätzlich sind Banken und Sparkassen verpflichtet, falsche Abbuchungen unverzüglich zu erstatten. Allerdings können sie bei Mitverschulden des Kunden 150 Euro einbehalten, bei grober Fahrlässigkeit sogar den ganzen Betrag. Wo aber beginnt Fahrlässigkeit beim Online-Banking?

Welches Verhalten als fahrlässig gilt, regeln Kreditinstitute meist in den Geschäftsbedingungen zum Online-Banking.

Konto leereräumt – was tun?

/// 1. Konto sperren

Der Zugang zum Online-Banking sollte umgehend blockiert werden. Anwender sollten sich für den Ernstfall wappnen und die zentrale Notrufnummer auf dem Handy abspeichern. Viele Kreditinstitute verwenden den bundesweiten Sperr-Notruf 116 116, der rund um die Uhr gebührenfrei erreichbar ist.

/// 2. Geld zurückrufen

Nutzer sollten die kontoführende Stelle sofort kontaktieren. Falsche Überweisungen auf inländische Empfängerkonten lassen sich zurückrufen, solange noch keine Gutschrift erfolgt ist. Andernfalls sollte man möglichst unter Mithilfe der Bank den Empfänger ermitteln und zur Rücküberweisung des Betrages auffordern.

/// 3. Anzeige erstatten

Liegt eine Straftat vor, sollten Anwender unverzüglich Strafanzeige erstatten. Dazu sollten sie alle Beweise sichern, wie etwa einen Screenshot der Betrugsseite oder verdächtige E-Mails. Zudem kann man der Polizei das Endgerät zur kriminaltechnischen Auswertung überlassen. Ist der Täter zu ermitteln, ist eine Klage auf Schadenersatz ratsam.

(Quelle: BKL Fischer Kühne Lang, www.bkl-law.de)



Nutzer müssen dafür Sorge tragen, dass ihre Zugangsdaten und die Sicherungssysteme nicht leichtfertig missbraucht werden können. Sie sind verpflichtet, ihre Authentifizierung (PIN und TAN) geheim zu halten und nicht an Dritte weiterzugeben. Es darf pro Vorgang nie mehr als eine TAN-Nummer eingegeben werden. Obendrein müssen Kunden alle bankseitigen Sicherheitshinweise beachten und einen Missbrauch unverzüglich melden. Die aktuelle Rechtsprechung geht noch einen Schritt weiter. Die Gerichte halten es für zumutbar, dass Nutzer ihre Rechner per Virenschutzsoftware und Firewall sichern. Nutzer dürfen einer expliziten Aufforderung zur Eingabe von Zugangsdaten oder TAN-Nummern zu keinem Zeitpunkt Folge leisten.

Gerade Unternehmen sollten die Haftungsrisiken keinesfalls unterschätzen. Hier wird der Grad einer groben Fahrlässigkeit deutlich schneller angenommen als bei Privatpersonen. Die Gerichte erwarten von Unternehmen ein weit höheres Maß an Wissen, Technik und Risikoschutz.

/// Risiken minimieren

Anwender können das Gefährdungspotenzial deutlich reduzieren, wenn sie einige Verhaltenstipps befolgen. Das A und O ist eine effektive IT-Sicherheit. Neben aktueller Firewall und Antivirensoftware ist bei WLAN-Nutzung stets auf eine sichere Verschlüsselung zu achten. Auch Bankgeschäfte von fremden Rechnern sind Tabu. Nicht zuletzt sind Limits für tägliche Transaktionen sinnvoll. Weitere hilfreiche Tipps hält das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik bereit, die unter www.bsi-fuerbuerger.de abrufbar sind.

Für Unternehmen gilt: Haben mehrere Personen Zugriff auf das Online-Banking, sind sie sorgfältig auszuwählen und für IT-Risiken zu sensibilisieren. Idealerweise protokolliert das IT-System alle Zahlungsvorgänge, auch um etwaigen Missbrauchsfällen und ihren Ursachen besser auf die Spur zu kommen. Firmen sollten keinesfalls bei Investitionen in IT-Sicherheit sparen. Im Schadensfall wird es deutlich teurer.

AUTOR

Dr. Volker Lang
Rechtsanwalt, Fachanwalt für Bank- und
Kapitalmarktrecht

KONTAKT

BKL Fischer Kühne Lang
Rechtsanwälte Steuerberater
Partnerschaft mbB
Pettenkoferstraße 37
80336 München
Telefon: 089/244 16 88-0
Telefax: 089/244 16 88-88
eMail: info@bkl-law.de
Internet: www.bkl-law.de



STERI-SAFEwave



... gut durchdacht ist der neue STERI-SAFEwave Bohrerständler aus Medical Kunststoff mit den überzeugenden Vorteilen:

- universell
- sicher
- systematisierbar
- hygienisch
- validiert
- und mehr



Neugierig geworden?
Fordern Sie den
Spezialprospekt an oder
informieren Sie sich unter
www.busch-dentalshop.de



... da finden Sie auch
Ihre Premium Produkte
zu Top Konditionen.



BUSCH & CO. GmbH
& Co. KG

51766 Engelskirchen • Tel. +49 2263 86-0 • www.busch.eu



ZFA suchen, einstellen und binden – Teil 4

Beurteilungen in Arbeitszeugnissen: Nuancen machen die Note

Die Arbeitslosenquote unter ausgebildeten Zahnmedizinischen Fachangestellten erreicht Tiefststände. Die Bereitschaft zum Wechsel des Arbeitgebers sinkt. Die Zahl der neu geschlossenen Ausbildungsverträge stagniert seit Jahren auf nahezu gleichem Niveau und die Abbrecherquote ist überdurchschnittlich. Es herrscht Fachkräftemangel. Einstellungswillige Zahnärzte locken mit „Bonuszahlungen“, „Extrurlaub“ oder „guten Arbeitsbedingungen“.

Das Anwerben Zahnmedizinischer Fachangestellter ist eine Herausforderung: Zahnärzte müssen eine ZFA suchen, einstellen und im besten Fall an die Praxis binden – und im schlechtesten Fall ein Arbeitszeugnis ausstellen. Das sind die Themen einer vierteiligen Serie.

Teil 4: Was Zahnärzte tun können, um neu eingestellte Mitarbeiterinnen an ihre Praxis zu binden, war das Thema des dritten Teils der Serie. Trotz aller Maßnahmen kann es vorkommen, dass eine ZFA kündigt. Arbeitgeber sind in einem solchen Fall gesetzlich verpflichtet, ein Arbeitszeugnis auszustellen. Dabei können sie viele Fehler machen, denn die Sprache in Arbeitszeugnissen ist von Codes durchsetzt. Diese Codesprache müssen Praxisinhaber kennen, wenn sie eine ZFA ausreichend differenziert bewerten wollen. Was Praxisinhaber bei der Formulierung des Zeugnis-Texts beachten sollten, ist das Thema des vierten und letzten Teils der Serie.

Redaktion

Seit dem Jahr 1900 ist der Anspruch auf ein Arbeitszeugnis im Bürgerlichen Gesetzbuch fest verankert. Aufgrund dieser rechtlichen Stellung, kann es eine große Bedeutung für das berufliche Fortkommen von Arbeitnehmern haben. Grob unterschieden werden zwei Arten von Zeugnissen: das einfache und das qualifizierte. Daneben gibt es etwa Ausbildungszeugnisse, Zwischenzeugnisse oder vorläufige Zeugnisse, die in diesem Artikel aber nicht thematisiert werden.

/// Einfaches und qualifiziertes Arbeitszeugnis

Das einfache Arbeitszeugnis listet die Aufgaben einer Arbeitnehmerin¹ auf, nimmt jedoch keine Bewertung vor. Deshalb ist es vielmehr eine Bescheinigung über erbrachte Leistungen. Wenn es um die engere Auswahl von Bewerberinnen anhand ihrer Unterlagen geht, sollten Praxisinhaber auf die Art des Zeugnisses achten. Es gibt nämlich Arbeitnehmer, die mit einfachen Arbeitszeugnissen versuchen könnten, eventuelle negative Bewertungen zu kaschieren.

Über die Informationen des einfachen Arbeitszeugnisses hinausgehend, enthält das qualifizierte eine Bewertung der Leistung. Einem künftigen Arbeitgeber soll es einen ersten Eindruck von der potenziellen Mitarbeiterin vermitteln. Wichtig für Arbeitgeber: Ehemalige Mitarbeiterinnen können bis spätestens drei Jahre nach Beendigung des Dienstverhältnisses ein qualifiziertes Zeugnis einfordern, danach verfällt der Anspruch.

Ein qualifiziertes Arbeitszeugnis muss per Gesetz zwei Bedingungen erfüllen: Es muss wahr und gleichzeitig wohlwollend sein. Arbeitgeber dürfen ihre ehemaligen Angestellten daher nicht direkt kritisieren. Wenn sie Kritik üben, dann nur mit (scheinbar) angenehmen Worten. In diesem Zusammenhang spricht man auch von einer „Codesprache“. Praxisinhaber müssen diese Codes kennen, wenn sie Arbeitszeugnisse schreiben und verstehen möchten. Darüber hinaus sollten sie wissen, in welche Abschnitte sich ein Zeugnis gliedert.

/// Inhaltliche Abschnitte eines Arbeitszeugnisses

Jedes Arbeitszeugnis beginnt mit den persönlichen Daten der Arbeitnehmerin (Name, Geburtstag und -ort). Darauf folgen eine kurze Beschreibung des Unternehmens; Dauer und Art des Beschäftigungsverhältnisses; Beschreibung der Aufgaben und Beurteilung von Leistung und Sozialverhalten. Danach stehen ggf. der Grund für die Beendigung des Arbeitsverhältnisses, Beendigungsfloskeln und Zukunftswünsche.

/// Codesprache bei der Leistungsbeurteilung²

Die Anwendung der Codesprache beginnt bei der Leistungsbeurteilung. Diese sollte Auskunft über Arbeitsbereitschaft, Wissen und Weiterbildung, Arbeitsweise und Arbeitserfolg geben. Zu beachten ist, dass Unterschiede, etwa zwischen einer guten und sehr guten Leistung, in

¹ Der Einfachheit wegen wird im Text nur die weibliche Form verwendet.

² Die folgenden Beispiele zitiert von www.jobworld.de, Abschnitt „Leistungsbewertung“.



- „...arbeitete sehr effizient, routiniert und zielstrebig. Sie dachte mit, erledigte Arbeitsvorbereitungsmaßnahmen selbstständig und plante ihre Arbeitsabläufe gut“ (Note: 2,0),
- „...arbeitete effizient und zielstrebig“ (Note: 3,0),
- „...beachtete die Vorgaben zur Arbeitssicherheit“ (Note 4,0),
- „...arbeitete in der Regel effizient und zielstrebig“ (Note: 5,0).

Arbeitserfolg (Arbeitsmenge, Tempo, Qualität):

Frau Müllers...

- „...Arbeitsergebnisse waren – auch bei wechselnden Anforderungen und in sehr schwierigen Situationen – stets von sehr guter Qualität. Arbeitsmenge und -tempo lagen jederzeit sehr weit über unseren Erwartungen/Anforderungen“ (Note: 1,0),
- „...Arbeitsergebnisse waren – auch bei wechselnden Anforderungen und in schwierigen Fällen – stets von guter Qualität. Arbeitsmenge und -tempo lagen immer weit über unseren Erwartungen/Anforderungen“ (Note: 2,0),
- „...Arbeitsergebnisse waren von guter Qualität und waren – was Arbeitsmenge und -tempo anbetrifft – über unseren Erwartungen“ (Note: 3,0),
- „...Arbeitsergebnisse entsprachen der erforderlichen Mindestqualität. Arbeitsmenge und -tempo entsprachen unseren Erwartungen“ (Note: 4,0),
- „...hat sich angestrengt, die gesetzten Vorgaben einzuhalten“ (Note 5,0).

Sozialverhalten³

Frau Müllers...

- „...Verhalten gegenüber Vorgesetzten und Kollegen war stets einwandfrei“ (Note: 1,0),
- „...Verhalten gegenüber Vorgesetzten und Kollegen war einwandfrei“ (Note: 2,0),
- „...Verhalten gegenüber den Kollegen und Vorgesetzten war einwandfrei“ (Note: 3,0),
- „...Verhalten gegenüber den Vorgesetzten/Mitarbeitern war einwandfrei“ (Note: 4,0),
- „...Verhalten zu Vorgesetzten und Kollegen war insgesamt zufrieden stellend“ (Note: 5,0).

Gesamtnote

Abgeschlossen wird die Leistungsbewertung von einem abschließenden Satz, der die vorangegangenen Ausführungen zusammenfasst und eine Gesamtnote vermittelt. Die Floskeln, die in der Beurteilung von Leistungen angewendet werden, sind immer ähnlich und orientieren sich an Ausdrücken und Formulierungen, die sich als Standard eingebürgert haben:

- Note 1,0: „Stets zur vollsten Zufriedenheit“,
- Note 2,0: „Stets zur vollen Zufriedenheit“,
- Note 3,0: „Zur vollen Zufriedenheit“,
- Note 4,0: „Zur Zufriedenheit“ oder „zufrieden stellend“,
- Note 5,0: „Insgesamt/Weitgehend/Im Großen und Ganzen zur Zufriedenheit“.

Darüber hinaus gilt beispielsweise der Begriff „Bemühungen“ in Arbeitszeugnissen als (tendenziell) negative Bewertung. Dagegen sind „stets“ und „jederzeit“ in Kombination mit „hervorragend“, „erfolgreich“ oder sogar „äußerst erfolgreich“ als gute bis sehr gute Leistungsbewertung zu verstehen.

/// Abschließende Formulierungen und Zukunftswünsche⁴

Auf den Gesamtnotensatz folgt ggf. der Grund für das Ausscheiden. Hier kommt es zunächst darauf an, ob die Kündigung von der Arbeitnehmerin oder vom Arbeitgeber ausgegangen ist. Hat die ZFA von sich aus gekündigt, sollten Praxisinhaber zunächst beachten, dass die Begründung der Kündigung nur auf Wunsch der Arbeitnehmerin benannt werden darf. Unverfänglich sind jedoch Floskeln wie „Frau Müller verlässt uns auf eigenen Wunsch zum 31. Oktober 2016“. Dagegen gibt es auch Negativ-Formeln, zum Beispiel: „Frau Müller verlässt uns, um in einem anderen Wirkungskreis eine ihrer Fähigkeiten entsprechende Aufgabe zu finden“.

Ist hingegen die Kündigung vom Arbeitgeber ausgegangen, können Gründe benannt werden. Dies könnten beispielsweise die wirtschaftliche Entwicklung der Praxis

Arbeitszeugnis

boren am 3. Juli 1978, war vom
 rer in unserem Unternehmen besch
 e ihm übertragenen Aufgaben stets zu
 plizierte Problemstellungen konnte er
 Die vereinbarten Ziele hat Herr Schröc
 zumeist noch übertroffen.
 rörder umfasste vor allem die Program
 einem Aufgabenbereich gehörte insbe



3 Die folgenden Beispiele zitiert von www.jobworld.de, Abschnitt „Sozialverhalten“.

4 Die folgenden Beispiele zitiert von www.jobworld.de, Abschnitte „Beendigungsfloskeln“, „Dank und Bedauern“, „Zukunftswünsche“.



Philips Sonicare Schallzahnbürsten

Überzeugen Sie sich jetzt
selbst von den Vorteilen

Sanfte und zugleich
effektive Reinigung



Herkömmliche rotierende
Zahnbürste
z.B. Philips Sensiflex

Tiefreines
Mundgefühl



Philips Sonicare
Schallzahnbürste
z.B. FlexCare Platinum

**Sichern Sie sich jetzt einmalige
Testangebote für Praxismitarbeiter**

040 / 2899 1509

sonicare.deutschland@philips.com

z.B. Philips Sonicare FlexCare Platinum

- ✓ Bis zu 10 Mal mehr Plaqueentfernung¹
- ✓ Mit Andruckkontrolle...
- ✓ 3 Putzprogramme
- ✓ Inkl. Reiseetui

¹ im Vergleich zu einer Handzahnbürste



www.philips.de/zahnmedizin

PHILIPS
sonicare



sein, eine Betriebsstilllegung oder interne Umstrukturierungen, aber auch mangelnde Qualifikation der neu eingestellten Mitarbeiterin. Letzter Fall kann zum Beispiel so vermittelt werden: „Aufgrund des Wunsches, den beruflichen Horizont zu erweitern, scheidet sie aus unserem Unternehmen aus“ oder „Frau Müller verlässt uns, um ihre Berufserfahrung zu erweitern“.

Dank und Bedauern

Bei der Formulierung des folgenden Abschnitts „Dank und Bedauern“ können Praxisinhaber die Inhalte wieder differenzierter gestalten und Noten vergeben, zum Beispiel:

- „Wir danken Frau Müller für ihre stets sehr hohen Leistungen und bedauern den Verlust dieser sehr guten Mitarbeiterin“ (Note: 1,0),
- „Wir danken Frau Müller für ihre hohen Leistungen und bedauern den Verlust dieser guten Mitarbeiterin“ (Note: 2,0),
- „Wir bedauern es, dass Frau Müller uns verlässt, und danken für ihre Mitarbeit“ (Note 3,0),
- „Wir danken ihr für die Zusammenarbeit“ (Note: 4,0),
- „Wir bedanken uns für das stete Interesse an einer guten Zusammenarbeit“ (Note: 5,0).

Zukunftswünsche

Auch die Zukunftswünsche sind eine wichtige Komponente in einem Arbeitszeugnis. Idealerweise bedauert ein Arbeitgeber darin das Ausscheiden der Mitarbeiterin, dankt ihr für getane Arbeit und wünscht privat wie beruflich alles Gute, zum Beispiel:

- „Wir wünschen dieser engagierten, tüchtigen, vorwärts strebenden Mitarbeiterin auf ihrem weiteren Berufs- und Lebensweg alles Gute und weiterhin viel Erfolg“ (Note: 1,0),
- „Wir wünschen dieser engagierten und tüchtigen Mitarbeiterin auf ihrem weiteren Berufs- und Lebensweg alles Gute“ (Note: 2,0),
- „Wir wünschen ihr für ihre weitere Tätigkeit alles Gute“ (Note: 3,0),
- „Wir wünschen ihr alles Gute“ (Note: 4,0),
- „Wir wünschen dieser ehemaligen Betriebsangehörigen, die mit Interesse bei der Arbeit war, alles Gute“ (Note: 5,0).

/// Stilistische Mittel

Ein stilistisches Mittel, das Arbeitgeber beim Formulieren von Arbeitszeugnissen anwenden ist das bewusste Herausstellen von Selbstverständlichkeiten. Dies ist beispielsweise der Fall, wenn erwähnt wird, dass eine Arbeitnehmerin immer pünktlich gewesen ist. Pünktlichkeit ist selbstverständlich und muss nicht gesondert erwähnt werden. Umgekehrt können Arbeitgeber auch wesentliche erwartete Inhalte bewusst aussparen. Zum Beispiel: Das Thema Sozialverhalten wird nicht erwähnt, weil eine ZFA besonders viel Unruhe ins Team brachte. Dieses Verhalten muss nicht ausdrücklich bewertet, es kann auch verschwiegen werden (= „beredtes Schweigen“).

Im Gegensatz zu solch differenzierenden Formulierungen steht das Gefälligkeitszeugnis. Meist delegiert der Per-

sonalverantwortliche die Zeugnis-Erstellung an die bald ausscheidende Mitarbeiterin, die sich selbstverständlich nur sehr gute Noten gibt. Ein vor Lob strotzendes Arbeitszeugnis sollte aufforchen lassen, da die Beurteilung oft unrealistisch ausfällt.

/// Weitere Informationen im Internet

Das Internet hält zahlreiche Anregungen und Informationen zum Thema Arbeitszeugnis bereit. Über die Suchmaschine Google findet man vom Wikipedia-Eintrag, über Gerichtsurteile bis hin zur Diskussion in einschlägigen Foren zahlreiche detaillierte Informationen. Doch nicht alle Ratschläge aus dem Internet sind auch seriös, zumal ein Arbeitszeugnis ein offizielles Dokument ist, bei dem sich Arbeitgeber nicht auf dubiose Quellen verlassen sollten.

Gute **Anregungen** bietet beispielsweise die Seite www.arbeitszeugnisgenerator.de: In voreingestellten Textfeldern können Arbeitgeber die nötigen Infos eintragen (etwa Name, Geburtsdatum, Tätigkeitsfeld usw.), ansonsten macht das System dem Zeugnisaussteller per Maus-klick allgemeine Vorschläge von „sehr gut“ bis „ausreichend“. Aus einem Textfeld am unteren Ende der Seite kann man den Text kopieren, in ein Word-Dokument einfügen und formatieren.

Umfassender ist das Angebot auf www.jobworld.de: Es gibt einen guten allgemeinen Überblick, beleuchtet wird darüber hinaus die aktuelle Rechtslage. Von der Einleitungsfloskel am Anfang bis hin zu den Zukunftswünschen am Schluss des Zeugnisses listet die Seite zahlreiche Formulierungen von „sehr gut“ bis „mangelhaft“ auf.

Die Angebote aus dem Internet, von denen hier nur wenige erwähnt wurden, sollten jedoch nicht mehr als eine gute Inspiration sein, denn Arbeitszeugnisse müssen immer **individuell** auf eine bestimmte Arbeitnehmerin zugeschnitten werden.

/// Fazit

Das Thema Arbeitszeugnis ist komplizierter als es auf den ersten Blick scheint. Schon das Weglassen oder das Hinzufügen einzelner Wörter kann eine Note Unterschied ausmachen.

Genau das macht das Erstellen eines Zeugnisses für Praxisinhaber zu einer diffizilen Aufgabe. Doch die Tatsache, dass sich gewisse Floskeln mit der Zeit eingebürgert haben, erleichtert das Verfassen des Zeugnistexts. Diese Standardformulierungen sollten Arbeitgeber daher kennen und einsetzen können, um eine der Leistung der ehemaligen Mitarbeiterin entsprechende Beurteilung zu formulieren.

Oft genug kommt es vor, dass das Verfassen des Zeugnistextes an die baldige Ex-Mitarbeiterin delegiert wird. Dadurch verliert ein Zeugnis jedoch an Aussagekraft, was nicht nur auf den Arbeitnehmer, sondern auch auf den Praxisinhaber zurückfällt, der ein solches Gefälligkeitszeugnis auch noch eigenhändig unterschrieben hat.

(AII/Ka)

„Am besten arbeite ich so entspannt
wie meine Patienten liegen.“

Dr. Klaus Boettcher
Zahnarzt



Erfolgsgeschichten der KaVo Behandlungseinheiten

Um länger fokussiert behandeln zu können, hat Dr. Klaus Boettcher etwas gegen Verspannungen – seine KaVo ESTETICA™ E80 Vision. Dank dem von KaVo entwickelten Schwebestuhlkonzept und perfekter Ergonomie geht es seinem Rücken jetzt am Abend so gut wie seinen Patienten.

Konfigurieren Sie Ihre KaVo ESTETICA E80 Vision:
go.kavo.com/vision



Die KaVo Behandlungseinheiten:

PRIMUS 1058 LIFE ESTETICA E50 LIFE ESTETICA E70/E80 VISION



KaVo. Dental Excellence.



Kleine und große Extras zum Gehalt

In den vergangenen Ausgaben haben wir die Grundlagen zu Mini- und Midijob sowie die Möglichkeiten der Gleitzone bei der Beschäftigung von Familienangehörigen besprochen. In diesem Artikel geht es um die Optimierung der Nettolöhne. Da auch dieser Themenbereich wieder sehr komplex ist, können wir ihn nur auszugsweise wiedergeben.

Robert Sebastian Koch



Robert Sebastian Koch

Sollen die Nettolöhne optimiert werden, muss zunächst zwischen zwei verschiedenen Leistungsarten unterschieden werden. Solche mit Zusätzlichkeitserfordernis und solche ohne Zusätzlichkeitserfordernis.

Die Zusätzlichkeit bezieht sich auf den Arbeitslohn. Manche Gehaltsbestandteile müssen, wenn Sie gewollt sind, zusätzlich zum ohnehin geschuldeten Arbeitslohn bezahlt werden (vgl. Zusätzlichkeitsprinzip § 1 (1) Nr. 1 SvEV), bei anderen ist zum Beispiel auch eine Gehaltsumwandlung möglich.

/// Gehaltsbestandteile mit Zusätzlichkeitserfordernis

Die Zusätzlichkeitserfordernis ist insbesondere steuerrechtlich von Bedeutung. So hat der BFH mit Urteilen vom 19.09.2012 (VI R 54/11 und VI R 55/11) entschieden, dass bestimmte lohnsteuerliche Begünstigungsnormen nur bei freiwilligen Arbeitgeberleistungen zutreffen. Diese Zusätzlichkeit wird auch dann erfüllt, wenn der Arbeitnehmer laut Arbeitsvertrag einen Anspruch auf die zweckbestimmte Leistung hat.

Beispiel: Anstelle einer anstehenden Gehaltserhöhung erhält der Mitarbeiter einen Kindergartenzuschuss. Das sollte natürlich in einem Nachtrag zum Arbeitsvertrag festgehalten werden. Ein Nachteil dieser Regelung ist allerdings, dass bei Wegfall der Kindergartenpflicht auch das zusätzliche Entgelt wieder wegfällt. Sog. Rückfallklauseln, die besagen, dass der Kindergartenbeitrag dann wieder dem Bruttogehalt zugeschlagen wird, sind unzulässig und führen zur Steuer- und Sozialversicherungspflicht.

Zusätzliche, begünstigte Arbeitgeberleistungen sind beispielsweise:

- **Der Kindergartenzuschuss** ist in § 3 Nr. 33 EStG geregelt und kann Eltern mit nicht schulpflichtigen Kindern steuer- und sozialversicherungsfrei ausbezahlt werden. Begünstigt sind Beiträge zur Betreuung in einer Kindertagesstätte oder bei einer Tagesmutter.

Der Arbeitnehmer muss die Nachweise über die Beitragszahlungen im Original seinem Arbeitgeber vorlegen. Die Nachweise sind dem jeweiligen Lohnkonto beizufügen.

Der Kindergartenzuschuss darf nur bei tatsächlicher Fremdbetreuung steuer- und sozialversicherungsfrei ausbezahlt werden. Sind die Kinder zu Hause, geht es nicht.

Wird das Kind eingeschult, entfällt logischerweise der Zuschuss wieder. Beachten Sie hierbei auch etwaig beitragsfreie Kindergartenjahre!

- **Datenverarbeitungsgeräte** können dem Arbeitnehmer i.d.R. auch zur privaten Nutzung steuer- und sozialversicherungsfrei überlassen werden (§ 3 Nr. 45 EStG, § 40 (2) S. 1 Nr. 5 EStG). Welche Geräte zählen dazu? Hier können Notebooks, Tablets etc. samt Zubehör wie LTE-Karten, Ladegeräte, Taschen usw. genannt werden. Supportkosten zur Installation oder Reparatur sind ebenfalls begünstigt. Keine Begünstigung erfahren zum Beispiel E-Book-Reader, Digitalkameras oder Spielekonsolen. Werden die Geräte schenkweise überlassen, führt der Arbeitgeber 25% Pauschalsteuer

ZIRKONOXID, EINFACH SCHNELLER.

NUR MIT CEREC: VOLLKONTUR-ZIRKONOXID-RESTAURATIONEN IN EINER SITZUNG.

Überraschen Sie Ihre Patienten mit einer schnelleren und angenehmeren Behandlung. Ab sofort können Sie die Vorteile von Zirkonoxid mit dem erprobten CEREC Workflow verbinden. Ihre Patienten erhalten damit langlebige, präzise Restaurationen in einer Sitzung – ohne unangenehme Abdruckmasse, ohne lästige Provisorien und mit nur einer Betäubungsspritze. So werden Sie höchsten qualitativen Ansprüchen gerecht und Ihre Patienten bekommen die bestmögliche Behandlung. **Erfahren Sie mehr unter CEREC.com/Zirkonoxid**



**BESUCHEN SIE UNS AUF DER
FACHDENTAL IN IHRER NÄHE**

Testen Sie jetzt CEREC Zirconia und
erhalten Sie eine süße Überraschung.

The Dental Company

sirona.



ab. In der Sozialversicherung verbleibt es bei der Freiheit.

- **Fahrtkostenzuschüsse** im Sinne von § 40 (2) S. 2 EStG können bis zur Höhe der einkommensteuerlichen Entfernungspauschale in Höhe von 0,30 € je Entfernungskilometer zwischen Wohnung und erster Tätigkeitsstätte gezahlt werden. Der Arbeitgeber führt 15 % Pauschalsteuer ab.
- **Betriebliche Gesundheitsförderung** hat in den letzten Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen. Rechtsgrundlage bilden hier die §§ 3 Nr. 34 EStG und 20, 20a SGB V. Jedes Jahr kann je Arbeitnehmer ein Freibetrag in Höhe von EUR 500,00 in Anspruch genommen werden. Unter Einhaltung der Vorschriften fallen weder Steuern noch Sozialversicherungsbeiträge an. Der GKV-Spitzenverband schreibt auf seiner Homepage auszugsweise folgende Handlungsfelder zur Primärprävention:
 - **Bewegungsgewohnheiten:** Reduzierung von Bewegungsmangel durch gesundheitssportliche Aktivität, Vorbeugung und Reduzierung spezieller gesundheitlicher Risiken durch geeignete Bewegungsprogramme
 - **Ernährung:** Vermeidung von Mangel- und Fehlernährung, Vermeidung und Reduktion von Übergewicht
 - **Stressmanagement:** Förderung von Stressbewältigungskompetenzen, Förderung von Entspannung (z. B. durch Autogenes Training oder Hatha Yoga)
 - **Suchtmittelkonsum:** Förderung des Nichtrauchens, Gesundheitsgerechter Umgang mit Alkohol

Beachten Sie, dass die Anbieter der Programme bestimmte Anforderungen erfüllen müssen. Sie können die Trainings auch im Betrieb durchführen! Die gesetzlichen Krankenkassen beraten sie bei Fragen zur betrieblichen Gesundheitsförderung und unterstützen auch bei der Wahl des Anbieters.

Bitte denken Sie daran, dass die Übernahme von Beiträgen für Sportvereine und Fitnessstudios nicht gefördert wird!

/// Gehaltsbestandteile ohne Zusätzlichkeitsanforderung

Wesentlich unkomplizierter als die Gehaltsextras, die wir im vorigen Abschnitt behandelt haben sind die nachfolgenden Gimmicks. Hier können die Mitarbeiter mit ihrem Arbeitgeber beispielsweise vereinbaren, dass sie auf einen Teil ihres künftigen Gehalts verzichten und dafür z. B. leihweise ein Smartphone erhalten.

Eine der interessantesten Möglichkeiten, den Mitarbeitern etwas Gutes zu tun ist sicherlich die **44 €-Freigrenze** (§ 8 (2) S. 11 EStG). Es ist eine sogenannte Bagatellgrenze, die alle Sachbezüge im Monat berücksichtigt und bis zum Erreichen des Wertes steuerfrei stellt. Wird der Wert überschritten, ist der gesamte Sachbezug steuer- und sozialversicherungspflichtig!

Sie können die Freigrenze anwenden bei Sachgeschenken aller Art (hier bieten sich insbesondere **Warengutscheine** an). Beachten Sie, dass der Gutschein über einen in Euro lautenden Höchstbetrag lautet, der für einen Warenbezug bestimmt ist. Die Begünstigung greift nicht, sobald der Mitarbeiter anstelle von Sachleistungen auch Barlohn verlangen kann. Achtung, das gilt auch, wenn der Mitarbeiter den Gutschein zwar für Waren einlöst, einen etwaigen Differenzbetrag aber noch ausbezahlt bekommen kann! Die Freigrenze gilt aber auch für Zinsersparnisse bei einem Arbeitgeberdarlehen, bei Jobtickets (sofern der Wert 44 € monatlich nicht übersteigt), Rabatte durch Dritte, Belohnungssessen, Überlassung von Telefonkaten etc.

§ 3 Nr. 45 EStG erlaubt es ihnen, Ihren Mitarbeitern Smartphones, Notebooks etc. auch nur zur **privaten Nutzung** zu überlassen. Beachten Sie aber, dass die Geräte nicht im Eigentum der Mitarbeiter sondern im Eigentum der Praxis stehen. Außerdem muss es sich um Geräte handeln, die üblicherweise auch in der Praxis verwendet werden.

Sie haben Notdienst oder Bereitschaft abends und am Wochenende? Zahlen Sie Ihren Angestellten **steuerfreie Zuschläge** für Nacharbeit (25% des Grundlohns), Sonntagsarbeit (50% des Grundlohns), Feiertagsarbeit (125% des Grundlohns). Heiligabend ab 14:00 Uhr sowie am 25. und 26. Dezember und am 01. Mai dürfen Sie sogar 150% des Grundlohns steuerfrei auszahlen. Bitte beachten Sie die tageweise Betrachtung des Grundlohns.

Es gibt noch viele weitere Möglichkeiten, Ihren Mitarbeitern etwas Gutes zu tun, wie zum Beispiel Übernahme von Reinigungskosten für Arbeitskleidung, Firmenwagen, Rabattfreibeträge, Betriebsveranstaltungen, Betriebliche Altersversorgung und viele mehr. Super ist, dass sie steuerfreie Gehaltsextras auch Ihren Minijobbern anbieten dürfen, selbst, wenn diese schon die 450 Eurogrenze überschritten haben! Denn steuerfreie Extras erhöhen das Minijobgehalt grundsätzlich nicht!

Beachten Sie aber immer, dass Sie genau dokumentieren, was Sie steuerfrei auszahlen. Ein etwaiger Außenprüfer wird nur anerkennen, was er nachvollziehen kann!

AUTOR

Dipl.-Kfm. (FH), Dipl.-Wirt.-Jur. (FH)
Robert Sebastian Koch, Steuerberater

KONTAKT

Janetta & Koch Steuerberater
Partnerschaft mbB
Lustheide 85
51427 Bergisch Gladbach
Telefon: 02204/987 11 92
Telefax: 02204/987 11 91
E-Mail: kontakt@janetta-koch.de
Internet: www.janetta-koch.de



Das perfekte Zusammenspiel
aus Schweizer Präzision, Innovation
und funktionalem Design.



Das Thommen Implantatsystem – hochpräzise, durchdacht und funktional designed. Eine aussergewöhnliche Produktkomposition dank langjähriger Erfahrung, Kompetenz und permanentem Streben nach Innovation. Eine ausgezeichnete Erfolgsrate und höchste Sicherheit in der Anwendung werden

Ihren Praxisalltag spürbar erleichtern und die Zufriedenheit Ihrer Patienten garantieren. Entdecken Sie eine Thommen Welt der besonderen Note. Wir freuen uns auf Sie.

Infos unter www.thommenmedical.com





Design trifft auf edlen Altbau

Nachdem die renommierten Münchner Zahnärzte und Oralchirurgen Dr. Farhud Mortazavi und Dr. Arzhang Alavi bereits seit einigen Jahren äußerst erfolgreich eine Privatpraxis betrieben, erwachte in Ihnen der Wunsch nach einer räumlichen Veränderung.

Christine Kaps

Die Vision einer vollkommen neuen Praxis entstand, und wie in solchen Fällen üblich sollten mit ihr die störenden Probleme im Arbeitsablauf, zumeist Kleinigkeiten welche aber nun einmal vorhanden sind, ausgemerzt werden, da immer wieder die gleichen Punkte negativ auffielen.

Noch einmal mit anderen Praxisräumen und komplett neuer Einrichtung starten, edel und elegant mit viel Chic, jedoch keinesfalls modisch, in Kombination mit der neuesten dentalen Technik – eine sehr moderne und zukunftsweisende Praxis schaffen. Das erklärte Ziel der Ärzte wurde es, einen neuen Anreiz in die eingefahrenen Strukturen zu bringen- einfach noch einmal neu, aber mit dem Luxus eines vorhandenen Patientenstammes anfangen!

So begannen sie mit der Suche nach geeigneten Räumlichkeiten, welche möglichst zentral liegen und unbedingt hell, großzügig und repräsentativ sein sollten. Ansprüche, denen der Innenstadtbereich Münchens mit seinen prachtvollen Bauten definitiv gerecht werden konnte!

Bereits im Vorfeld nahmen Dr. Alavi und Dr. Mortazavi Kontakt zum Düsseldorfer Innenarchitekten Hartwig Göke auf, der mit seinem Büro GÖKE PRAXISKONZEPTE spezialisiert auf die Planung von Arzt- und Zahnarztpraxen und bundesweit tätig ist.



Nachdem ein erstes Projekt wieder verworfen wurde, fanden sich im zweiten Anlauf in bester Münchner Innenstadtlage genau die gesuchten Räumlichkeiten: In der 3. Etage eines Eckhauses mit Blick über die Residenzstraße und den Hofgraben, mit direktem Blick auf die Frauenkirche als einem der bekanntesten Münchner Wahrzeichen, standen in einem denkmalgeschützten Gebäude ca. 270 qm große Räumlichkeiten einer ehemaligen Anwaltskanzlei zur Vermietung. Die Fläche war hell, lichtdurchflutet, mit altem, im Fischgrätmuster verlegtem Parkettboden versehen, und die Decken der hohen Räume waren mit Stuck verziert.

Diese altherwürdigen Räume waren ganz eindeutig die perfekte Kulisse für die von den Ärzten ausdrücklich gewünschte moderne und sehr klare Einrichtung. Dr. Alavi



und Dr. Mortazavi gaben die Aufgabe der räumlichen Gestaltung vertrauensvoll in die Hände von Innenarchitekt Göke, der im steten Dialog mit den Kunden ein klar strukturiertes Praxiskonzept entwickelte.

Das unter Berücksichtigung sämtlicher Kundenwünsche hinsichtlich Optik und modernster Technik entstandene Konzept setzte das Büro GÖKE Praxiskonzepte anschließend in eine CAD – Zeichnung um, die nach erfolgtem Aufmaß der Räume und inhaltlicher Freigabe durch die Kunden die Grundlage für die detaillierte Installationsplanung bildete.

Diese sollte grundsätzlich neben den benötigten dental-technischen Installationsangaben alle weiteren benötigten und gewünschten Anschlüsse für die gesamte Fläche bis hin zur letzten Steckdose angeben, so dass die in vielen Fällen oftmals zwingend notwendige Beauftragung eines zweiten Architekten für den restlichen Innenausbau entfallen kann.

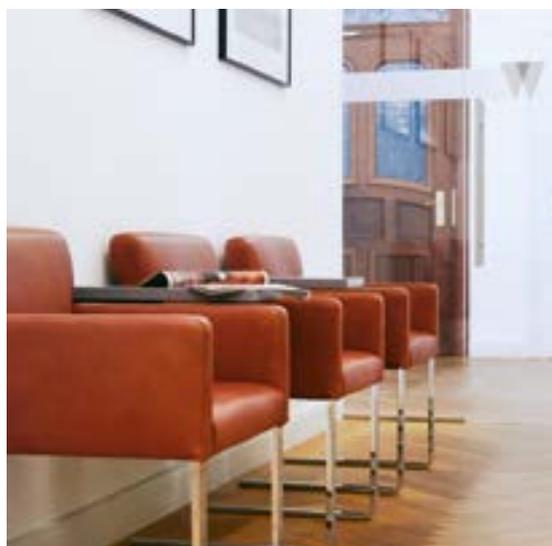
In diesem speziellen Fall hatte die Einhaltung des Denkmalschutzes hierbei oberste Priorität, da Parkettboden und Stuck unbedingt erhalten werden mussten, so dass Eingriffe in die Bausubstanz fast nicht möglich waren. Dies umzusetzen stellte alle Beteiligten, allen voran Hartwig Göke als Praxisplaner, angesichts der Vielzahl der in einer zahnärztlichen Praxis benötigten Leitungen und Anschlüsse vor nicht unerhebliche Herausforderungen.

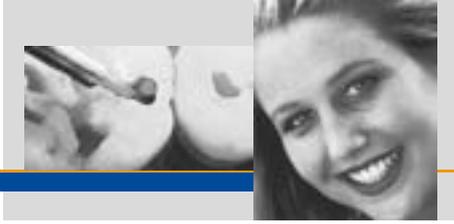
Zudem gab es, wie in allen Altbauten, für die Ausführenden mit jedem Baufortschritt neue Überraschungen in der vorhandenen Bausubstanz, die oftmals kurzfristige Umplanungen und Änderungen notwendig machten.

Umgesetzt werden sollte der Arbeitsbereich der Zahnärzte mit zwei Behandlungszimmern, einem Prophylaxeraum und einem Eingriffsbereich für die Oralchirurgie, zusätzlich musste ein großzügiger zahntechnischer Arbeitsbereich untergebracht werden.

Ein Herzenswunsch der Ärzte war zudem, die helle Großzügigkeit, die hohen Decken und die feine Schönheit der Räume zu betonen.

Göke setzte diese Vorgaben unter anderem durch den gezielten Einsatz von raumhohen Glaselementen gelungen um, welche den Stuckprofilen angepasst mussten, da diese keinesfalls beschädigt oder verändert werden durften,





was dem beauftragten Glaser durch Ausschnitte in den Glaswänden hervorragend gelang.

In der Praxis kam die aktuellste dentale Technik zum Einsatz, die Möblierung wurde modern, optisch zurückhaltend und zeitlos gestaltet, entworfen von Innenarchitekt Göke, und passgenau für diese Praxis gebaut. In allen Räumen finden sich ausschließlich Möbel mit matt lackierten und vollständig grifflosen Oberflächen, was ihnen eine äußerst hochwertige Optik verleiht.

Das ausgeklügelte Lichtkonzept, bestehend aus einer Kombination von direkter und indirekter Beleuchtung, setzt zusätzliche Akzente in den verschiedenen Bereichen und unterstützt den großzügigen Eindruck, der dem Besucher schon beim Betreten vermittelt wird, drängt sich dabei jedoch niemals in den Vordergrund.

Kunstwerke verschiedenster Art und Stilrichtungen dekorieren die Räume, welche die Ärzte über einen langen Zeitraum zusammengetragen haben, und an etlichen Wänden finden sich künstlerische Schwarzweißfotografien, die Dr. Mortazavi in seiner Freizeit selbst anfertigt.

Die Praxis ist klar strukturiert, und die Räumlichkeiten haben einen sehr persönlichen, offenen und warmen Charakter. Dieser Eindruck wird abgerundet durch den durchgängigen sehr edlen Parkettboden. Die gesamte Einrichtung der Praxis spiegelt in ihrer Hochwertigkeit und gleichzeitigen Zurückhaltung den Geschmack ihrer Betreiber wider, die sich, ebenso wie ihre Mitarbeiter, in den Räumlichkeiten sehr wohl fühlen.

Das gesamte Designkonzept unterstützt die repräsentative Optik der Privatpraxis, die sich sehr edel, aber keinesfalls protzig darstellt.



Die Patienten fühlen sich in dieser Umgebung willkommen und gut aufgehoben, Unwohlsein oder gar Ängste vor der anstehenden Behandlung kommen so gar nicht erst auf.

Die außergewöhnlich schöne Praxisgestaltung überzeugte nicht nur das Praxisteam und ihre Patienten, sondern im Oktober 2014 auch die Jury der Fachzeitschrift AIT, so dass es dem Büro GÖKE PRAXISKONZEPTE beim AIT Wettbewerb „International Healthcare Application Award 2014 – BEST INTERIOR CONCEPT“, der in Madrid vergeben wurde, gelang, den 1. Platz zu erzielen. Dieser Gewinn ist eine deutliche Bestätigung für ein absolut gelungenes Gesamtkonzept!

Fotos:
Achim Grothus Fotografie, Bielefeld



AUTOR
Christine Kaps

KONTAKT
GÖKE PRAXISKONZEPTE
Inh. Dipl.-Ing. Hartwig Göke
Collenbachstraße 45
40476 Düsseldorf
Telefon: 0211/862 86 88
Telefax: 0211/862 86 99
E-Mail: info@goeke-praxiskonzepte.de
Internet: www.goeke-praxiskonzepte.de



NEU

Premium Materialien für offene 3D Drucker



FREEPRINT®

Lichthärtender Kunststoff für alle offenen 3D Drucker
405 nm / 378-388 nm UV

FREEPRINT® 3D Anwendungsclip



Freeprint® splint & ortho

Herstellung von biokompatiblen Schienen & Bohrschablonen

- Medizinprodukt Klasse IIa
- Klar-transparente Formulierung
- Hohe Initialhärte und Endfestigkeit
- Geruchs- & geschmacksneutral
- Herausnehmbare KFO-Apparaturen



Freeprint® model

Herstellung von Dentalmodellen

- Präzise Detailwiedergabe
- Maximale Oberflächenhärte
- Hohe Baugeschwindigkeit
- Hochauflösend, MMA-frei
- grau, elfenbein & sand



Freeprint® cast

Herstellung von Gussobjekten

- Rückstandslos verbrennbar
- Niedrigviskose Einstellung
- Präzise Reproduktion feinsten Oberflächenstrukturen





Modernes Praxismarketing

Anders als die anderen
Auch Zahnarztpraxen stehen heute im Wettbewerb. Es gilt also, sich positiv von der Konkurrenz abzuheben – aufzufallen. Ungewöhnliches und individuelles Praxismarketing kann der Schlüssel zu noch mehr Erfolg sein.

Christian Bärmann

„Weserkind – wirklich?!“ Der Bremer Zahnarzt Fehmi Eke glaubte zunächst an einen Scherz, als ihm der neue Name für seine Praxis vorgeschlagen wurde. Seriös klinge das ja nun nicht, außerdem erkenne man nicht mehr, dass es sich um eine Zahnarztpraxis handle. „Lachen musste ich aber dennoch“, gibt Eke zu – und ließ sich am Ende auf das vermeintliche Wagnis ein. Mit nachhaltigem Erfolg: Längst hat er nicht nur die Lacher auf seiner Seite, sondern auch deutlich mehr Patienten als vor der Umfirmierung. Von den gestiegenen Sympathiewerten ganz abgesehen. Der Bekanntheitsgrad seines innovativen Markenauftritts habe sich sogar schon dahingehend erhöht, dass er mittlerweile oft zu hören bekomme: „Ach, Sie sind das

Weserkind?“ Auch Dr. Marco Volmer und Dr. Holger Nüllmann sind begeistert: Bereits eine Woche nach der Eröffnung ihrer Praxis „Mundraum Hameln“ waren die beiden Jung-Zahnärzte für die kommenden acht Wochen ausgebucht – „das clevere Marketing und kreative Trommeln in den sozialen Netzwerken war ein echter Glücksfall für uns“, so Nüllmann.

Der Zahnarzt als Marke – das sei für viele Zahnärzte noch ein gewöhnungsbedürftiger Schritt, erklärt Jan Worlitz, Geschäftsführer der Firma Medical Instinct®, die sich seit nunmehr fast 10 Jahren neben Implantologieerzeugnissen auch Praxismarketing „mit Pepp“ auf ihre Fahnen geschrieben hat. Die anfängliche Sorge um den





sympathische Licht gerückt werden. Vor allem die Menschen, die in der Praxis arbeiten, sollten dabei im Mittelpunkt stehen. Die Menschen hinter den Experten, von denen der Patient gerne behandelt werden möchte. Kein Möbelstück oder modernes Equipment kann diese Emotionen oder Sympathien transportieren.

Um ein umfassendes, meist eintägiges, Fotoshooting mit einem profession-

„Verlust“ des eigenen Namens auf dem Praxisschild verschwinde aber zumeist schnell hinter den Vorteilen: So ermögliche eine Marke ein elegantes Praxiswachstum – ohne den Praxisnamen ändern zu müssen. Auch werde dadurch der mögliche spätere Verkauf erleichtert – sowie die häufig negativen Assoziationen mit dem Zahnarztbesuch ausgeradiert. Und: Bei einer Marke seien Patienten nicht auf die „Chefbehandlung“ fixiert, sondern würden die Kompetenz aller Behandler als gegeben ansehen.

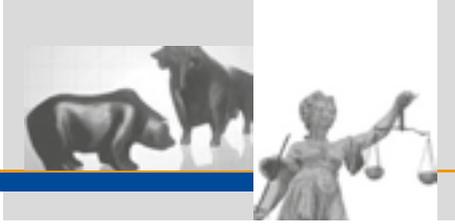
Umso begeisterter fielen anschließend allerdings die Reaktionen aus, die mit Marken wie „Edelmund“, „Mundstolz“ oder eben „Weserkind“ einher gegangen seien. Mehr als hundert individuelle Marken hat Medical Instinct® mittlerweile entwickelt – und immer gegen den Strich: Nicht eine einzige Marke enthält einen Zahn im Logo. Genau das helfe den Kunden dabei, sich von der Konkurrenz abzuheben. Positiv anders auffallen, so lautet die Devise. „Da auch Zahnärzte im Wettbewerb stehen, können wir ihnen aufzeigen, sich unverwechselbar zu präsentieren und sympathisch aus der Masse der Wettbewerber abzusetzen“, erklärt Worlitz.

Wobei die individuelle Markenentwicklung als solche nur ein Baustein der neuen Praxis-Außendarstellung ist – die sich übrigens in den meisten Fällen auch intern in einer gestiegenen Identifikation des gesamten Teams mit der Praxis widerspiegeln. Doch erfolgreich, so Worlitz, werde das Praxismarketing erst, wenn sich der neue Markenauftritt mit einem durchgängigem Corporate Design rundum schlüssig präsentiere. Klar, dass einem stimmigen und modernen Internetauftritt dabei eine Schlüsselrolle zukommt. Er ist die Visitenkarte schlechthin. Und nur einen Klick entfernt. Zumal selbst ältere Patienten für ihre Arztsuche heute zunehmend häufiger das Internet nutzen. Wichtig für einen erfolgreichen Internetauftritt ist eine starke Bildsprache, mit der das Team, die Praxis sowie das Therapiespektrum ins aussagekräftige und vor allem

nellen, auf Praxisfotografie spezialisiertes Fototeam kommen die Praxisinhaber und ihr Team daher nicht herum – doch erfahrungsgemäß macht diese Session nicht nur Spaß, sondern das Ergebnis am Ende auch alle Fotografierten stolz. Dass das gesamte Team dabei seine einheitliche und modische Praxisbekleidung – mit dem aufgedruckten oder eingestickten Logo der Marke – tragen sollte, versteht sich von selbst. „Knackige“ Texte sowie natürlich die Suchmaschinenoptimierung dürfen beim Webauftritt natürlich ebenfalls nicht fehlen – denn was nützt die schönste Internetseite und das beste Praxismarketing, wenn die Praxis nicht gefunden wird?

Doch damit nicht genug: Facebook, Twitter, Instagram und YouTube sind natürlich ebenfalls wunderbare Marketingtools, die sich eine Praxis mit professioneller Hilfe zunutze machen kann. Und sollte. „Natürlich übernehmen wir auch das für unsere Kunden“, erklärt Jan Worlitz





und ergänzt schmunzelnd, dass man die Netzaktivitäten selbstverständlich noch weiter auf die Spitze treiben könne. Stichwort „virale Werbung“: „Wir haben bereits für diverse Kunden unterhaltsam-informative Praxisclips produziert und diese auf den sozialen Plattformen sowie dem eigenen YouTube-Kanal der Kunden platziert.“ Kleine Geschichten aus dem Praxisalltag: informativ, charmant und auch mal augenzwinkernd. Klingt nach einem Riesenaufwand. „Ist es auch“, gibt Worlitz zu, dessen Unternehmen sich aber um alles kümmere: Von der Idee, über das Skript, die Schauspieler, den Maskenbildner, die Dreharbeiten – bis zum fertigen Produkt. Hollywood in der Praxis.

Wem all das etwas zu viel wird, dem sei gesagt: Selbst in Zeiten des Internets haben die klassischen Praxis-Marketingtools noch nicht ausgedient. Dank des neuen Markenauftritts kann auch die gedruckte Geschäftspapierausstattung – vom Anamnesebogen, Terminkärtchen über Briefbögen und Visitenkarte bis zu Info-Flyern – eine ganz neue nachhaltige Wirkung entfalten. Selbstverständlich gibt es auch hier die Kirsche auf dem Kuchen: Ein eigenes Praxismagazin im Corporate Design, das den Patienten mit einer Mischung aus Eigendarstellung und „bunten“ redaktionellen Themen unterhält – und aufgrund seiner hochwertigen Aufmachung und der lesenswerten Beiträge im besten Fall eine lange Verweildauer beim Patienten hat. Alles ist möglich, kein Scherz.

Fragen Sie das „Weserkind“ oder die „Mundräumer“ aus Hameln.



AUTOR
Christian Bärmann

KONTAKT
Medical Instinct® Deutschland GmbH
Graseweg 24
37120 Bovenden
Telefon: 05593/951 96
Telefax: 05593/951 95
E-Mail: info@medical-instinct.de
Internet: www.medical-instinct.de



Unabhängige Studien belegen:
Einfacher, erfrischender, gründlicher und doppelt so wirksam wie Zahnseide*

waterpik® Mundduschen



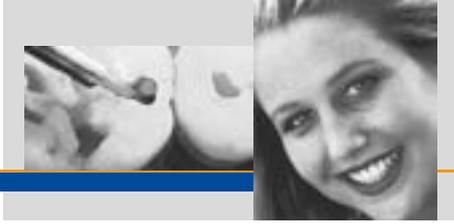
**Säubern nachhaltiger auch dort,
wo Zahnbürste und Zahnseide nicht hinkommen**

Verkauf und kompetente Beratung nur in Zahnarztpraxen, in Prophylaxe-Shops, in Apotheken oder direkt bei


intersanté GmbH
Wellness, Health & Beauty

Berliner Ring 163 B
D-64625 Bensheim
Tél. 06251 - 9328 - 10
Fax 06251 - 9328 - 93
E-mail info@intersante.de
Internet www.intersante.de





CGM Z1.PRO – Ein Erfahrungsbericht aus der Praxis eines Anwenders

Zahnärztliche Softwareprogramme sind längst mehr als reine Abrechnungshilfen. Moderne Systeme sind heute eher „Zahnarzt-Informationsprogramme“, die den Anwender im Praxisalltag von A wie Abrechnung bis Z wie Zufriedenheit der Patienten unterstützen. Mit Z1.PRO hat die CompuGroup Medical Dentalsysteme GmbH (Koblenz) eine neue Generation der Praxissoftware CGM Z1 auf den Markt gebracht.

Dr. Ludwig Hermeler

Der Herausforderung, alle Anforderungen an eine Zahnarztpraxis zu unterstützen, stellt sich CompuGroup mit dem Z1.PRO. Da wir in unserer Praxis konsequent alle Möglichkeiten eines modernen Dentalinformationssystems nutzen, war mein Interesse schnell geweckt. Sabine Zude, Vice President Product Manager, führte die neue Software bei uns als CGM-Referenzpraxis persönlich ein. Als Erstes stand der Wechsel von Z1 auf Z1.PRO an, der sich völlig unkompliziert, einfach und sicher gestaltete. Weder ein Hardwarewechsel noch ein Technikereinsatz in der Praxis waren notwendig. Auch sieht die Oberfläche unseres neuen Startbildschirms nicht mehr genauso aus wie die Tausender anderer Systembenutzer – sie ist in jetzt in wichtigen Bereichen ganz individuell: Auf allen Arbeitsplätzen erscheint mittig unser Teambild. Individuelle Mitarbeiterprofile, die direkt unter dem Profilbild mit Warteliste, ungelesenen Nachrichten, Notizmöglichkeiten und anstehenden Aufgaben erscheinen, sind zusammen mit dem Favoriten-Reiter ein weiterer Pluspunkt. Die Favoriten lassen sich nach Mitarbeiter



Dr. Ludwig Hermeler

oder Arbeitsplatz individuell auswählen, was viel Zeit bei den täglichen Routineabläufen spart.

/// ZEITSPAREND und WIRTSCHAFTLICH

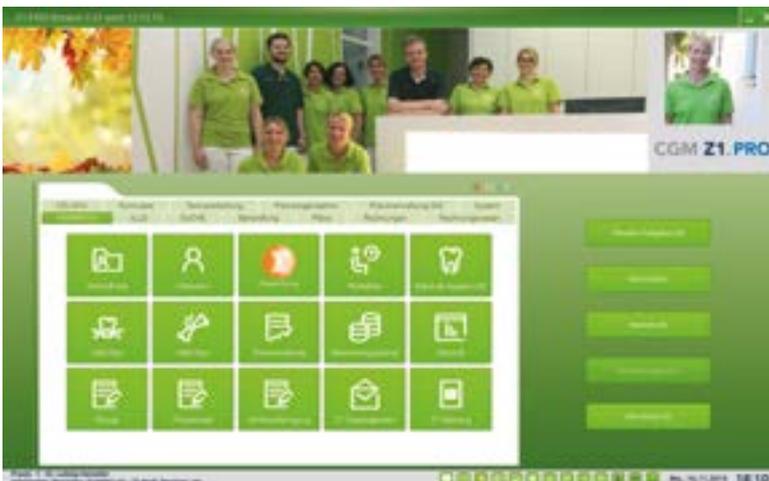
Eine erfolgreiche Praxisführung besteht auch in der Bewältigung vieler zusätzlicher Aufgaben, insbesondere auch der Praxisverwaltung. Z1.PRO als multifunktionales Zahnarzt-Informationssystem begleitet den realen Praxisablauf digital, wobei bei konsequenter

Nutzung eine spürbare Entlastung des Praxisteam's möglich ist.

Schon beim Z1.PRO-Anamnesebogen lässt die Software alle vom Patienten angegebenen Informationen automatisch in die Kartei einfließen. Diese Funktion ist vor allem dann enorm hilfreich, wenn ein besonderes Anliegen, z.B. der Beratungswunsch nach „Zahnästhetik“, im Vordergrund steht. Über die Z1.PRO Skalierbarkeit passt das Design der Software nicht nur der Oberfläche des jeweiligen Endgerätes an, sondern vom Anwender eingestellte Größen und Positionen im Dialog des Systems können auch direkt abgespeichert werden.

Die Leistungseingabe kann über die Komplex- und Dokumentations-Erfassung schnell und intuitiv erfolgen. Im Handumdrehen zeigt der Z1-Patientenstatus alle relevanten Informationen, wie z.B. Praxisbesuche, Recall-Daten, geplante ZE-Anträge, Zahlungsmoral und Umsätze für die jeweilige Person übersichtlich und komprimiert an. Der Behandler behält damit also alles Wesentliche im Blick.

Im TÜV zertifizierten CGM Praxisarchiv werden alle Dokumente des Patienten (nicht nur Röntgen-, sondern auch extra- und intraorale Bilder) der entsprechenden Karteikarte zugeordnet und sind in Sekundenschnelle auffindbar. Nebenbei sei erwähnt, dass natürlich alle Vorgaben des Patientenrechtegesetzes bezüglich einer überprüfbaren Archivierung der Karteikarten mit dem Modul Z1.PRO-Karteikartenarchivierung erfüllt werden. Der protokollierte Zeitstempel macht alle Einträge, deren



KaVo. Dentalmikroskope.

Leica M320 – im Licht der Zukunft.

Erleben Sie bei KaVo die einzigartige
Präzision der Leica Dentalmikroskope.



- Speziell für den Zahnarzt entwickeltes Mikroskop
- Dentalmikroskop mit Hochleistungs-LED für ausgezeichnete Sicht und minimale Betriebskosten
- Integriertes Full HD Video- und Fotosystem für hochwertigste Dokumentation
- Beste Hygieneeigenschaften dank Nanosilber-Beschichtung und innen verlegte Kabel
- MultiFoc Objektiv mit variabler Brennweite 200-300 mm für gleichbleibend hohe Fokussierung

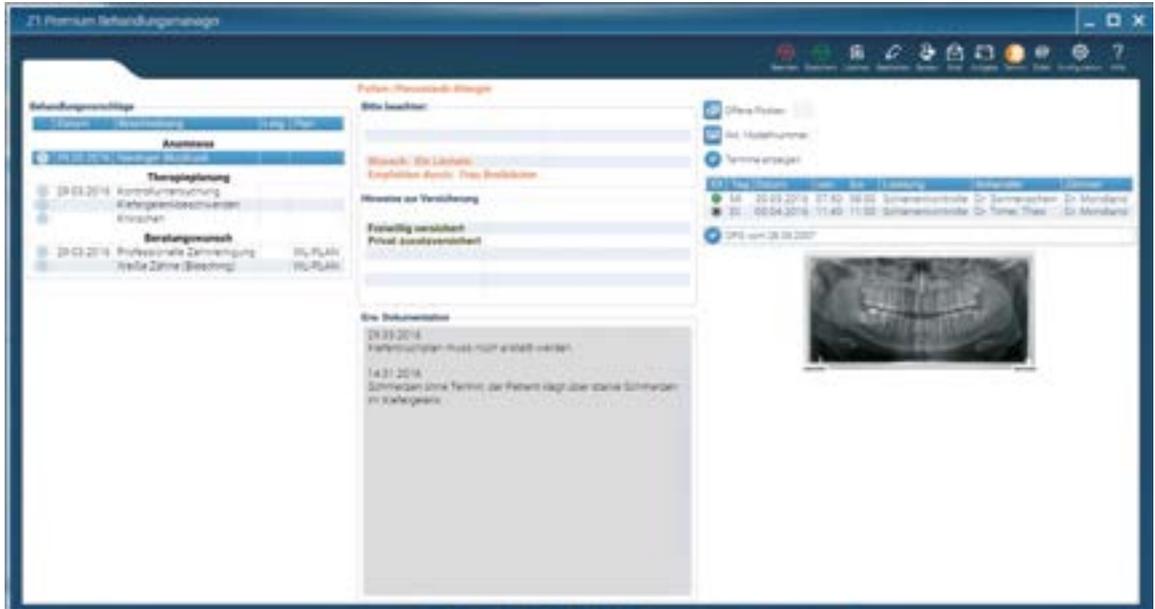
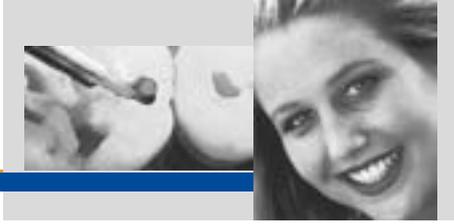


Leica
MICROSYSTEMS

Partners
for
Dental
Excellence



KaVo. Dental Excellence.



Änderungen und Ergänzungen gesetzeskonform. Diese reversionssichere Archivierung und die konsequente und komplette Datensicherung über Nacht am Server, und dies an jedem Arbeitstag, sind in meinen Augen die zwei Conditions sine qua non einer digitalen Praxisführung.

/// EINFACH UNENTBEHRLICH für den CLEVEREN DURCH-Blick

Über den Reiter Statistik rufe ich abends grundsätzlich das Tagesprotokoll auf, das mir die Behandlungen der einzelnen Mitarbeiter sowie deren Umsätze detailliert und in der Gesamtschau zeigt.

Im Laufe des Quartals kontrolliere ich wiederholt über die Funktion KCH-DTA vom Prüfmodul aufgezeigte Meldungen.

Aufgezeigt werden z.B. abrechnungstechnische Einwände, die ich per Klick direkt ohne Verlassen des Moduls in der Karteikarte kontrollieren und gegebenenfalls korrigieren kann. Wichtig sind auch Hinweise wie „Fall ohne Leistungen? Versicherungsnachweis liegt vor“, wenn

schlicht und einfach in der Praxishektik die erbrachte Leistung nicht eingetragen wurde. Damit erst gar nicht eine verhältnismäßig lange Liste an Meldungen entsteht – zum Beispiel wegen fehlender aktueller Versichertennachweise (die am Ende des Vierteljahres unerwünschte Mehrarbeit unter Zeitdruck verursachen) – ist der völlig unkomplizierte Probedurchlauf mehrfach vor Quartalsende sinnvoll.

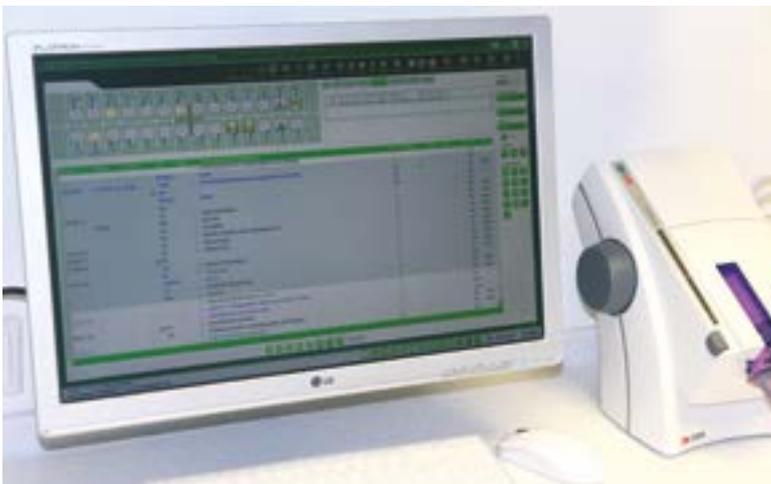
/// Alles unter Kontrolle: Die Z1.PRO Expertenanalyse

Eine clevere Praxis-Managementsoftware wie CGM Z1.PRO ermöglicht dem Zahnarzt, das für die Praxis spezifische Zahlenwerk bei der Abrechnung zu betrachten und auf entsprechende, sich abzeichnende Veränderungen oder Abweichungen im Vorfeld zu reagieren.

Die Z1.PRO Expertenanalyse spart Zeit bei der Abrechnungskontrolle. Die erhöhte Sicherheit, alle erbrachten Leistungen mit den richtigen Begründungen oder Begleitleistungen abzurechnen, und das Aufspüren möglicher Potentiale innerhalb des Patientenstammes zeichnen das Modul aus.

/// FAZIT

CGM Z1.PRO trägt wesentlich zur Effizienz der Praxis bei, und die darüber gewonnene Zeitersparnis ermöglicht Freiräume für andere wichtige Dinge im Leben – eine deutliche Optimierung der Work-Life-Balance.



— KONTAKT

CGM Dentalsysteme GmbH
 Maria Trost 25
 56070 Koblenz
 Telefon: 0261/80 00-19 00
 Telefax: 0261/80 00-19 22
 E-Mail: info.cgm-dentalsysteme@compugroup.de
 Internet: www.cgm-dentalsysteme.de

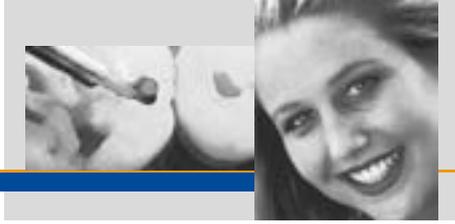


DESIGN QUALITY PRICE

fringe benefits



Fringe kennt Ihre Vorliebe für das italienische Design, weiß aber auch, dass Sie keine Kompromisse bei der Qualität eingehen und Ihr Geld sinnvoll investieren möchten. Wir wissen, wie wir Sie zufrieden stellen können. Vollständig. Genießen Sie die Vorteile von Fringe in vollen Zügen!



Interview mit Jürgen-Richard Fleer

„Innovation ist unsere Tradition“

Im Jahr 1916 von Junichi Morita in Kyoto gegründet, feiert der Dentalspezialist Morita in diesem Jahr sein 100-jähriges Firmenjubiläum. Damals wie heute sieht sich das Traditionsunternehmen dem Anspruch verpflichtet, Produkte und Lösungen anzubieten, welche die Lebensqualität der Patienten wiederherstellen, erhalten oder verbessern. Mit welchen Innovationen sich dieses Ziel heute und zukünftig erreichen lässt, erklärt Jürgen-Richard Fleer, General Manager der J. Morita Europe GmbH.



Herr Fleer, 2016 feiert Morita seinen 100. Geburtstag. Inwiefern gibt solch ein bemerkenswertes Jubiläum Anlass dazu, sich die Firmengeschichte und die damit verbundenen Werte verstärkt ins Gedächtnis zu rufen?

In einem traditionsreichen Familienunternehmen wie Morita sind diese Themen nicht nur in einem Jubiläumsjahr präsent. Vielmehr ist die Geschichte von Morita eng mit klaren Werten und Ansprüchen verbunden, die unsere Arbeit permanent beeinflussen. Gerade im heutigen Zeitalter, das von bedeutenden wirtschaftlichen und technologischen Umwälzungen geprägt ist, sind diese Werte wesentlich, um Partnern und Kunden Orientierung zu geben. Denn was der Firmengründer Junichi Morita bereits vor 100 Jahren formulierte, gilt noch heute: Unser Anspruch ist es, ein Höchstmaß an Präzision, Produktqualität und echte Mehrwerte für den Behandler und seine Patienten zu schaffen. An diesem Qualitätsgedanken halten wir seither und auch in Zukunft fest, denn dies ist – gemeinsam mit dem Innovationstrieb – ein elementarer Teil unserer Tradition.

Diese Werte haben Produkte und Lösungen hervorgebracht, die sich in zahnärztlichen Praxen weltweit teils schon seit Jahrzehnten bewähren. Worauf sind Sie besonders stolz?

Im Laufe unserer 100-jährigen Firmengeschichte gab es so manche revolutionäre Meilensteine. Von besonderer

Bedeutung sind für uns jene Innovationen, die noch heute ihren festen Platz im zahnärztlichen Alltag haben oder zumindest den Weg

für heutige Produkte geebnet haben. Ein gutes Beispiel sind die Behandlungseinheiten der Linie Spaceline. Mit ihrem ergonomischen Design ermöglichen sie dem Zahnarzt seit 1964 eine schonende und komfortable Arbeitsposition – ein Pluspunkt, von dem Praxen in der ganzen Welt bis zum heutigen Tage profitieren. Die Erfahrungen, die wir mit dieser Produktlinie seit mittlerweile über einem halben Jahrhundert sammeln konnten, spiegeln sich auch in unserer Premium-Behandlungseinheit Soaric wider.

Insofern sind der hohe Komfort, die praxisorientierte Flexibilität und das durchdachte Hygienekonzept dieser Einheiten ein Ergebnis sowohl von langjähriger Tradition als auch konsequenter Innovation.

Das Portfolio von Morita geht weit über Behandlungseinheiten hinaus. In welchen Bereichen kommen Ihnen Tradition und Innovation noch zugute?

Da wäre das Gebiet der Diagnostik beziehungsweise der Bildgebung. Hier konnte Morita ebenfalls in den 60er-Jahren des vergangenen Jahrhunderts mit dem Panoramaröntgengerät PANEX-E einen echten Vorreiter präsentieren. Es bildete nicht nur den gesamten Kiefer ab, sondern reduzierte im Vergleich zu den bis dahin bekannten Verfahren auch die Strahlendosis deutlich. Auch mithilfe

des seither auf diesem Sektor gesammelten Know-hows werden aktuelle Gerätegenerationen erst möglich. Zum Beispiel verfügt das Kombinationsystem Veraviewepocs 3D R100 für Panorama-, Cephalometrie- und 3D-Aufnahmen über ein innovatives Sichtfeld in Form eines Reuleaux-Dreiecks, das sich am natürlichen Kiefer orientiert und somit besonders strahlungsarm und patientenschonend arbeitet.

Auch auf dem Gebiet der Endodontie verbinden wir Tradition mit Innovation: Im Jahr 1991 setzt der Apex Lokator „Root ZX“ einen großen Meilenstein in der Geschichte der Endodontie. Er ist das weltweit erste Gerät mit Impedanzmessung, das Flüssigkeiten nicht beeinflussen.

Diese Innovation meldet Morita als Patent an. Der Root ZX beeinflusst den Endodontiebereich maßgeblich und führt zu einer vereinfachten sowie sicheren Handhabung für den Anwender. Im Jahr 2002 folgt das „DentaPort ZX“, der nicht nur den Wurzelkanal misst, sondern durch den integrierten Motor die Präparation ermöglicht. Gefolgt von unserem DentaPort ZX Set OTR, der mit der Optimum-Torque-Reverse-Funktion die Vorteile der rotierenden, sowie der zyklisch reziproken Technologie vereint. Diese Funktion bietet dem Anwender größtmögliche Sicherheit und erlaubt eine präzise sowie einfache Anwendung.

Wagen Sie mit uns anlässlich des Firmenjubiläums einen Zukunftsausblick: Wo sehen Sie Morita in den nächsten 100 Jahren?

Schon heute legen wir großen Wert darauf, die sich wandelnde Zahnmedizin mit zukunftsorientierten Produkten zu unterstützen. Wir sind stolz, dass wir es durch die konsequente Optimierung unserer Entwicklungs- und Herstellungsprozesse geschafft haben, dass sich viele Praxen Morita heute leisten können. Waren wir doch in den ersten Jahrzehnten noch der Partner für hochrangige Universitäten und herausragende Praxen, sind wir heute „in aller Munde“.

Wir liefern nicht nur echte Mehrwerte, wir liefern auch eine Qualität, die in der Finanzmarkt-getriebenen Welt oft leider nicht mehr möglich ist. Mit unserem Innovationsanspruch haben wir im vergangenen Jahrhundert stets Lösungen präsentiert, die in der Zahnmedizin neue Akzente setzen und die Lebensqualität der Patienten nachhaltig verbessern konnten – genau dieses Ziel werden wir weiterhin verfolgen. Als Beispiel sei unser vielseitiger Er:YAG-Laser AdvErL Evo genannt, der zahlreiche Therapieoptionen bei parodontologischen, implantologischen und oralchirurgischen Eingriffen eröffnet und unter anderem dem Anstieg parodontaler Erkrankungen und periimplantären Behandlungen erfolgreich begegnet.

Schließlich wollen wir der Zahnärzteschaft hochwertige Lösungen für ein effektives und nachhaltiges Arbeiten bieten, das den Therapieerfolg und die Patientenzufriedenheit als wesentliche Ziele hat. Denn nur so lässt sich eine vertrauensvolle Basis für eine erfolgreiche Zusammenarbeit schaffen. Um es anders zu formulieren: Gemäß unseres Mottos „Thinking ahead. Focused on life“ haben wir schon heute die Innovationen im Blick, die morgen die Lebensqualität von Behandlern und Patienten verbessern.

KONTAKT

J. Morita Europe GmbH
Justus-von-Liebig-Straße 27a
63128 Dietzenbach
Telefon: 06074/836-0
Telefax: 06074/836-299
E-Mail: info@morita.de
Internet: www.morita.com/europe



DIROMATIC

ABDRUCK- DESINFEKTION

**AKTUELL:
VIRENSCHUTZ
SCHNELL UND
EINFACH**



DIROMATIC

Die hygienische Alternative zu Tauchbädern

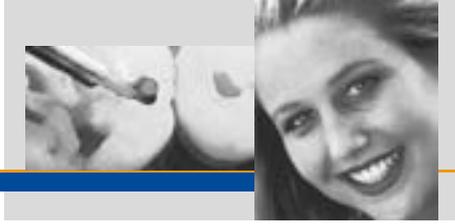


**Bakterizid
tuberkulozid, levurozid
virusinaktivierend**

BEYCODENT

WWW.DIROMATIC.DE

Wolfsweg 34 · D-57562 Herdorf
Tel. 02744 / 92000 · Fax. 02744 / 766



Renommierter Wettbewerb bei den *Dentalisten in Cuxhaven*

VOCO Dental Challenge 2016: Junge Forscherinnen und Forscher überzeugen mit innovativen Lösungsansätzen

Die 14. VOCO Dental Challenge in Cuxhaven wurde ihrem Namen erneut mehr als gerecht: Neun junge Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler traten bei dem renommierten Forschungswettbewerb in einen anspruchsvollen Wettstreit. Es war eine wissenschaftliche Auseinandersetzung auf höchstem Niveau: Die Teilnehmer verstanden es, ihre Themen anschaulich darzustellen und den Blick auf spannende dentale Fragestellungen zu lenken. Im modernen Neubau der *Dentalisten* nutzten die Zahnmediziner und Naturwissenschaftler die Gelegenheit, ihre Arbeiten einem exklusiven Fachkreis zu präsentieren und Erfahrungen in der Diskussion zu sammeln.

Von der „All-in-one“-Silanisierung über die Belastbarkeit eines Provisorienmaterials bis hin zur Gegenüberstellung von Bulk Fill- und konventionellen Kompositen: Es wurde eine beeindruckende Themenvielfalt aufgeboten, die sowohl Antworten auf komplexe Fragestellungen lieferte als auch neue Fragen aufwarf, die eine nähere Betrachtung verlangen.

Einige dieser Fragen warteten schon direkt im Anschluss an den Vortrag: Dann galt es für jeden Teilnehmer, sich der unabhängigen und hochkarätig besetzten Jury zu stellen. Dieser gehörten in diesem Jahr **Prof. Dr. Christian Apel** (Universität Aachen), Prof. Dr.-Ing. Dr. Martin Rosentritt (Universität Regensburg) sowie Prof. (UH) Dr. Wolf-Dieter Müller (Charité Berlin) an. Drei renommierte Wissenschaft-

ler, die die Dental Challenge-Teilnehmer mit kritischen Fragen herausforderten und ihnen damit die Möglichkeit gaben, unterschiedliche Facetten ihrer Forschungsarbeiten zu beleuchten wie auch gegebenenfalls zu verteidigen.

/// Nachwuchs stärken

Die Dental Challenge hat sich längst zum viel beachteten Forschungswettbewerb entwickelt, der schon für viele Nachwuchs-Wissenschaftler auch ein Anstoß war, die eigenen Fühler noch stärker in Richtung Forschung auszustrecken.

Ebendies ist der Anspruch der VOCO Dental Challenge: Einen Beitrag zu leisten, um der nächsten Generation zahn-



Die drei Preisträgerinnen der diesjährigen VOCO Dental Challenge zusammen mit VOCO-Geschäftsführer Manfred Thomas Plaumann (rechts), Dr. Martin Danebrock (Wissenschaftlicher Service, links) und der Jury.

medizinischer und naturwissenschaftlicher Referenten den Schritt in diese Richtung zu erleichtern. Die Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses hat für das mittelständische und inhabergeführte Dental-Unternehmen hohe Priorität. Deshalb hat VOCO bereits vor über einem Jahrzehnt eine Plattform geschaffen, auf der junge Akademiker mit dentalspezifischer Ausrichtung ihre Studienergebnisse präsentieren können. Eine Erfahrung, die sicher auch auf künftige Vorträge – etwa auf wissenschaftlichen Tagungen und Kongressen – vorbereitet.

Geschäftsführer Manfred Thomas Plaumann formulierte die Idee hinter dem Forschungswettbewerb so: „Die Forschungslandschaft braucht die Impulse und bisweilen auch das Querdenken ihrer jungen Wissenschaftler. Die VOCO Dental Challenge lenkt den Blick auf den Nachwuchs der Branche.“ Für VOCO als Partner der Hochschulen sei es wichtig, „den Nachwuchs zu ermutigen, sein großes Potenzial auszuschöpfen“. Plaumann freute sich besonders über die hohen Teilnehmerzahlen und das herausragende Engagement der Bewerber, die es in die Finalrunde geschafft haben – spricht dies doch für das Renommee der Dental Challenge.

/// Wissenschaftliches Netzwerk

Die Dental Challenge erlaubt einen Blick auf den aktuellen Forschungsstand, lässt Raum für einen regen Gedankenaustausch und ist nicht zuletzt ein passender Rahmen zum Knüpfen wichtiger Kontakte. „Fachliche Förderung, anspruchsvoller Wettbewerb und interessante Begegnungen machen die Dental Challenge aus“, brachte es Dr. Martin Danebrock, Leiter Wissenschaftlicher Service und Organisator der Veranstaltung, auf den Punkt.

Platz 1 für Dr. Eva Maier (Erlangen-Nürnberg)

Aus dem sehr starken Teilnehmerfeld kürte die Jury drei Teilnehmerinnen, die sowohl mit ihren Beiträgen überzeugt hatten als auch mit ihrer souveränen Beantwortung manch hartnäckiger Nachfragen der Jury. Den ersten Platz belegte in diesem Jahr **Dr. Eva Maier** (Universität Erlangen-Nürnberg), die mit ihrem Vortrag zum Thema „All-in-one“-Silanisierung – geht das?“ die Jury und das Auditorium beeindruckte.

Platz 2 für Dr. Marta Lungova (Göttingen)

Platz zwei ging an **Dr. Marta Lungova** (Universität Göttingen). Sie überzeugte mit ihrem Beitrag zum Thema „Functionalized hybrid silica nanoparticles in dental adhesive: bioactivity and physiochemical properties“.

Platz 3 für Bettina Hanßen (Leipzig)

Den dritten Platz sicherte sich **Bettina Hanßen** (Universität Leipzig). Sie hatte sich erfolgreich der „Bewertung von Klasse-V-Kompositfüllungen – klinisch und mit quantitativer Randalanalyse“ gewidmet.

KONTAKT

VOCO
DIE DENTALISTEN

VOCO GmbH
Anton-Flettner-Straße 1-3
27472 Cuxhaven
E-Mail: info@voco.de
Internet: www.voco.de



Anzeige

parodur Gel & parodur Liquid

Für Ihre **Risikopatienten** zur Parodontitisprophylaxe in der Praxis und zu Hause



www.legeartis.de

lege artis Pharma GmbH + Co. KG, D-72132 Dettenhausen, Tel.: +49 (0) 71 57 / 56 45 - 0, Fax: +49 (0) 71 57 / 56 45 50, E-Mail: info@legeartis.de



3D-Druck auf der IDS (Internationale Dental-Schau) im Jahr 2017:
ein Einstieg in die Zukunft

Formgebung mit additiven Verfahren – Flexibilität bei komplexen Strukturen – In house-Fertigung und Outsourcing – ein Schwerpunktthema der IDS 2017

Das 3D-Druck-Verfahren hat sich seit den 1990er Jahren, als man erste Nichtedelmetall-Gerüste im 3D-Druck gefertigt hat, als modernes Herstellungsverfahren etabliert. Heute stehen auch verschiedene Kunststoffe als Hochleistungswerkstoffe zur Verfügung. Schon denken viele Anwender über Indikationserweiterungen und über Investitionen in diese Technologie nach – einen Überblick verschafft die Internationale Dental-Schau (IDS), 21. bis 25. März 2017 in Köln.

Beim 3D-Druck handelt es sich um eine additive Fertigungstechnik – im Gegensatz zu den subtraktiven Verfahren, zum Beispiel zum computergestützten Fräsen oder Schleifen von Vollkeramik oder zum Zerspanen von NEM oder Titan. Dennoch lassen sich viele Analogien entdecken und bei der Erwägung eines eigenen Einstiegs in den 3D-Druck zurate ziehen.

/// In der Zahntechnik bekannt und bewährt

Zunächst gilt es, sich bewusst zu machen, dass es sich beim Additive Manufacturing um ein vertrautes Verfahren handelt. Die Bestellung industriell im 3D-Druck hergestellter zahntechnischer Objekte ist seit vielen Jahren gängig. Unter anderem kennt man Selektives Laserschmelzen, SLM-Verfahren („selective laser melting“), Selektives Lasersintern (SLS), Direktes Metall-Lasersintern (DMLS) oder Lasercusing: Dabei werden Kronen, Brücken und Prothesenbasen („digitale Modellgussbasen“) aus NEM-Dentallegierungen gefertigt. Nichtedelmetallpulverschichten werden aufgetragen und kurzzeitig mit hoher Energie durch einen Laserstrahl an definierten Stellen aufgeschmolzen. So entstehen nach einem Bauplan, der zum Beispiel im CAD-Verfahren am Monitor festgelegt wurde, zahntechnische Objekte von hoher Präzision.

Eine weitere schon recht vertraute 3D-Druck-Variante stellt die Stereolithografie dar. Modelle, Schienen und Bohrschablonen lassen sich damit fertigen. Das Prinzip ähnelt dem Lasersintern, doch während bei diesem das schichtweise aufgetragene Material aufgeschmolzen

wird, kommt bei der Stereolithographie die Lichtpolymerisation von Kunststoff zum Zuge.

Um die Zukunft der 3D-Druck-Verfahren besser einschätzen zu können, lohnt ein Blick in die Anfänge der Zirkonoxid-Technologie. Zunächst stellten große Industriemaschinen zahntechnische Objekte her, und das Labor konnte sie bei externen Dienstleistern bestellen. Später wurde auch die In-house-Fertigung attraktiv. So etablierte sich ein Nebeneinander von Zentralherstellern, Kooperationslaboren, die für andere Lohnfertigung betrieben und dabei ihre eigenen Systeme besser auslasteten, und Laboren mit rund um die Uhr laufender Eigenfertigung, die gegebenenfalls zusätzlich Teile der Produktion auslagerten.

Zurzeit stellt sich nun für so manches Labor die Frage nach der optimalen Nutzung des 3D-Drucks: Bohrschablonen, verschiedene Schienen, zahntechnische Modelle, individuelle Abformlöffel und Kunststoff-Gießgerüste für den Metallguss dürften die häufigsten Indikationen darstellen. Ob sie bei einem externen Dienstleister geordert oder im eigenen Betrieb gefertigt werden, entscheidet sich nach der Menge der zu erwartenden Aufträge und nach der von Kunden geforderten Schnelligkeit, wobei die Eigenfertigung prinzipiell die Sofort-Herstellung ermöglicht. Welche Technologien zur Verfügung stehen und wie man in sie investiert, zeigt die IDS 2017 – und erleichtert damit eine individuelle betriebswirtschaftliche Kalkulation.

Die erweiterte Palette der Druckverfahren Neben den bereits erwähnten Verfahren erweisen sich unter anderem die so genannte Multi-Jet-Technologie (Detailarbeit bis auf 16 Mikron genau), das Schmelzschichten (Fused Deposition Modeling, FDM; Fused Filament Fabrication, FFF) und das Maskenbelichtungsverfahren als interessant. Die Multi-Jet-Technologie funktioniert nach dem „Tintenstrahldrucker-Prinzip“. Zum Beispiel werden (fast) zweidimensionale Pulverschichten ausgewalzt und dann mit Bindemittel bedruckt – genau an den Stellen, die nach dem Bauplan (= virtuelle Modellation) zum betreffenden zahn-technischen Objekt gehören; das nicht gebundene Pulver lässt sich einfach entfernen. Als Material kommen Glas- oder Metallpulver in Frage, wobei sich auf dem Stand der Technik allerdings nur das Metallpulver für die Herstellung massiver Objekte eignet, denn dafür müssen nach dem Drucken ein Sinter- und, zwecks Auffüllen der entstandenen Hohlräume, ein Infiltrierschritt erfolgen. Alternativ dazu druckt man (wiederum fast) zweidimensionale Photopolymere gemäß dem Bauplan auf und härtet es aus, so dass auch hier Schicht für Schicht das Objekt entsteht.

Beim Schmelzschichten extrudiert man zum Beispiel Formwachse oder Kunststoffe aus einer Düse oder man tropft das Material auf, wonach es sich beim Abkühlen verfestigt – die nächste Schicht kann folgen. Die Maskenbelichtung schließlich funktioniert ähnlich wie die bekannten stereolithographischen Verfahren. Der entscheidende Unterschied: Statt eines Lasers wird der Kunststoff mit Hilfe einer UV-LED-Lampe ausgehärtet.

Druck von zahnfarbenen Table-tops und Provisorien Eine der großen Hoffnungen des dentalen 3D-Drucks ruht auf farblich optimierten Werkstoffen, zum Beispiel von Hochleistungskunststoffen. Die Erfahrung mit den subtraktiven Verfahren hat es gezeigt: Zirkonoxid hat man zunächst nur verblendet eingesetzt. Neuere Varianten mit höherer Transluzenz dagegen werden auch monolithisch verwendet.

Wenn schon heute komplette Totalprothesen digital in einem Arbeitsschritt im Labor gefertigt werden und sich dadurch die zeitaufwendige Prozedur für den Patienten auf zwei Zahnarztbesuchen reduziert: warum nicht in Kürze gedruckte Table-tops und Provisorien? Fallbeispiele zeigen bereits jetzt: Eine implantatgetragene Oberkiefertotalprothese kann durchaus im 3D-Druck aus PEEK (Polyetheretherketon) gefertigt werden, und Kunststoff-Verblendschalen verleihen ihr eine ansprechende Ästhetik. Zu den Gerüstwerkstoffen der Zukunft könnte auch PEKK (Polyetherketonketon) gehören, insbesondere weil es in Kombination mit einem Verblendkomposit ähnliche Eigenschaften aufweist wie verblendetes Zirkonoxid.

Digitale Workflows machen 3D-Druck zusätzlich attraktiv Neben neuen Materialien bewirkt die Möglichkeit zur Einbindung in die digitalen Welten einen Schub. Zum Beispiel dürfte mit einer weiteren Verbreitung von Intraoralscannern der 3D-Druck zahntechnischer Modelle zu einer oft genutzten Option werden.



„Der 3D-Druck birgt noch ungeahntes Potenzial“, ist Dr. Martin Rickert, Vorstadtsitzender des Verbandes der Deutschen Dental-Industrie e.V. (VDDI) überzeugt. „Dies betrifft auch die engere Zusammenarbeit von Zahnarzt und Zahntechniker, die durch die gemeinsame Arbeit in digitalen Workflows gefördert wird. Ein Beispiel stellt das Backward-planning in der Implantologie dar, wofür der 3D-Druck mit der laborseitigen Herstellung von Bohrschablonen im Detail eine konkrete zusätzliche Option schafft. Auf der Internationalen Dental-Schau in Köln lassen sich die Chancen dieser modernen Fertigungstechnologie hautnah erleben – mit Innovationen zum Anfassen und im direkten Kontakt zu den jeweiligen Herstellern.“

Die IDS (Internationale Dental-Schau) findet alle zwei Jahre in Köln statt und wird veranstaltet von der GFDI Gesellschaft zur Förderung der Dental-Industrie mbH, dem Wirtschaftsunternehmen des Verbandes der Deutschen Dental-Industrie e.V. (VDDI). Durchgeführt wird sie von der Koelnmesse GmbH, Köln.

KONTAKT

VDDI e.V.
Aachener Str. 1053-1055
50858 Köln
www.vddi.de

koelnmesse GmbH
Messeplatz 1
50679 Köln
www.koelnmesse.de



Tipps für die Zahnpflege bei Pflegebedürftigen
und Menschen mit Behinderung

BZÄK und ZQP veröffentlichen 10 Kurzfilme, die vor allem pflegende Angehörige bei der Mundpflege unterstützen sollen

Griffverstärkung für die Zahnbürste, Dreikopfbürste oder Mundschleimhaut befeuchten – es gibt zahlreiche wichtige Hinweise, die helfen, die Mundgesundheit von Hochbetagten, Pflegebedürftigen und Menschen mit Behinderung zu erhalten.

1,3 Millionen und damit etwa die Hälfte der pflegebedürftigen Menschen werden in Deutschland im eigenen Zuhause ausschließlich von Familienangehörigen oder nahestehenden Personen gepflegt – ohne professionelle Unterstützung. Vor diesem Hintergrund haben die Bundeszahnärztekammer (BZÄK) und das Zentrum für Qualität in der Pflege (ZQP) gemeinsam die wichtigsten Hinweise zur Mund- und Zahnpflege in zehn Kurzfilmen zusammengefasst, die heute erstmalig auf YouTube zur Verfügung stehen.

„Mundgesundheit ist wichtig für die Lebensqualität. Sprechen, Schmecken, Essen sind oft eingeschränkt, wenn z.B. Druckstellen im Mund Schmerzen verursachen“ erklärt, der Vizepräsident der BZÄK, Prof. Dr. Dietmar Oesterreich. „Erkrankungen im Mund können außerdem negative Auswirkungen auf die allgemeine Gesundheit haben, so zum Beispiel Ernährungsmangel und Infektanfälligkeit, aber auch die Verschlechterung eines Diabetes oder die Erhöhung des Schlaganfallrisikos. Bestimmte Medikamente, wie zum Beispiel Blutdruckmittel, können andererseits Probleme im Mund verstärken. Deshalb ist Prävention wichtig.“

„Die tägliche Zahnpflege ist ein zentraler Beitrag zur Erhaltung und Steigerung der Lebensqualität pflegebedürftiger Menschen. Doch gerade in der häuslichen Versorgung wäre dies ohne die familiäre Unterstützung nicht



zu bewältigen. Unsere Erklärvideos ermöglichen pflegenden Angehörigen einen schnellen Zugriff auf die notwendigen Informationen, um Schritt für Schritt die richtige Zahn- und Prothesenreinigung durchführen zu können“, sagt Dr. Ralf Suhr, Vorstandsvorsitzender des ZQP.

Die zehn Kurzfilme finden Sie hier:
[www.youtube.com/channel/
UCwmGBPNN7xOxFbtrnzN86aw](http://www.youtube.com/channel/UCwmGBPNN7xOxFbtrnzN86aw)

KONTAKT

Bundeszahnärztekammer
Arbeitsgemeinschaft der Deutschen
Zahnärztekammern e.V. (BZÄK)
Chausseestrasse 13
10115 Berlin
Telefon: 030/400 05-0
Telefax: 030/400 05-200
E-Mail: info@bzaek.de
Internet: www.bzaek.de





IDS[®] 2017

37. Internationale Dental-Schau
37th International Dental Show

Nächster Termin · Next Date:

Köln · Cologne

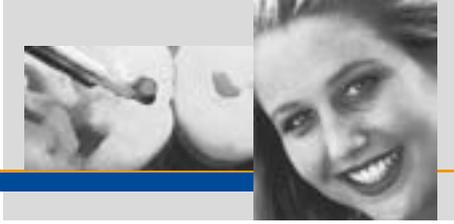
21.-25.03.2017

21. März: Fachhändlertag · March 21: Trade Dealer Day

Koelnmesse GmbH · Messeplatz 1 · 50679 Köln

Telefon +49 180 677-3577* · ids@visitor.koelnmesse.de

* 0,20 Euro/Anruf aus dem dt. Festnetz; max. 0,60 Euro/Anruf aus dem Mobilfunknetz



Der Natur so nah: Zahnfarbene Restauration mit natürlicher Charakterisierung

Admira Fusion (Universal-Füllungsmaterial) trifft FinalTouch (Charakterisierungsfarbe)

Wer Admira Fusion (VOCO) bei einer Restauration einsetzt, setzt auf ein qualitativ herausragendes Füllungsmaterial. Das weltweit erste rein keramisch basierte Nanohybrid-OR-MOCER Material besticht durch seine exzellente Biokompatibilität (keine klassischen Monomere!), sein einfaches Handling (kein Kleben am Instrument!) und seine leichte Farbanpassung. Admira Fusion gibt es in der klassischen stopfbaren Variante, als Fast-Track-Material für das Legen bis zu 4 mm starker Inkremente (Admira Fusion x-tra) sowie als fließfähiges Material (Admira Fusion Flow). Mit jeder Variante gelingt Ihnen eine stabile und höchstästhetische Restauration.

Wer seine Resultate noch stärker charakterisieren und ihnen ein noch natürlicheres Finish verleihen möchte, hat jetzt mit FinalTouch von VOCO das ideale Material zur Hand. FinalTouch ist ein lichthärtendes Composite zur individuellen Farbcharakterisierung von direkten und indirekten Composite-Restaurationen sowie zur Abdeckung von Verfärbungen der Zahnhartsubstanz. Mit FinalTouch, das in fünf Farben (weiß, blau, gelb, orange und braun) erhältlich ist, lassen sich individuelle Merkmale wie etwa Fissuren oder White Spots naturgetreu nachempfinden und Restaurationen auf diese Weise bis ins Detail perfektionieren. Auch die Akzentuierung von Höckern und Wülsten, die Nachahmung von transluzenten Schmelzarealen und opaleszenten Bereichen, die Betonung des Dentinkerns sowie die Nachahmung von Verfärbungen des Zahnhalsbereiches oder von Schmelzriszen sind mit FinalTouch möglich. Damit bietet FinalTouch die perfekte Ergänzung zu VOCO-Composites wie etwa GrandioSO, Amaris oder Admira Fusion.



Abb. 1: Ausgangssituation.



Abb. 2: Aufbau der lingualen Höcker mit Admira Fusion x-tra (VOCO).



Abb. 3: Aufbringen des Charakterisierungsmaterials FinalTouch (VOCO) im Farbton braun nach vollständiger Aushärtung aller bukkalen Lamellen.

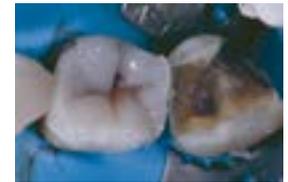


Abb. 4: Die braune Färbung sorgt für ein natürliches Erscheinungsbild.



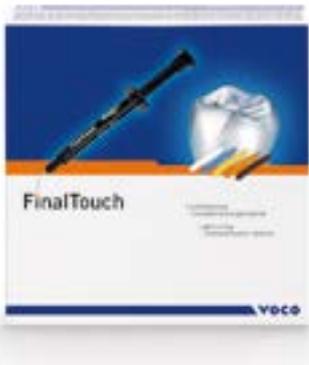
Abb. 5: Situation nach der Applikation von Hypomineralisationsdetails auf den Dreiecks-wülsten mit FinalTouch weiß.



Abb. 6: Endergebnis mit vollständiger ästhetischer Eingliederung.

*Klinische Fotos:
Dr. Clarence Tam, Neuseeland*

FinalTouch, das neue Charakterisierungsmaterial von VOCO, verleiht Admira Fusion-Füllungen das i-Tüpfelchen.



KONTAKT

VOCO
DIE DENTALISTEN

VOCO GmbH
Anton-Flettner-Straße 1-3
27472 Cuxhaven
E-Mail: info@voco.de
Internet: www.voco.de



Instrumentenständer selbst designen!

Welche Eigenschaften verbindet der Zahnarzt zuerst mit einem Instrumentenständer? Übersichtlichkeit, einfache Reinigung, Desinfektion und Sterilisation und eine lange Haltbarkeit. Zu diesen Qualitätskriterien kommt bei Komet ein praktischer Aspekt hinzu: die große Vielfalt, die in jedem Fall die unverwechselbaren Wünsche der Praxis treffen.

Abb. 1:
Individuelle Belaserung möglich.



/// Hoch individualisierbar

Alle Instrumentenständer von Komet bestehen aus rostfreiem Edelstahl oder thermostabilen Kunststoffen. Es gibt keine Vertrübungen oder Kontaktrosionen, die glänzende Ästhetik bleibt erhalten. Die Instrumentenständer aus Edelstahl sind mit Silikonstopfen ausgestattet, die einen sicheren Transport gewährleisten und durch sieben Stopfen-Farben individuell bestückbar sind. Außerdem ist eine individualisierte Belaserung möglich: ein Schriftzug am Innenteil und der Ständeraußenfläche macht sie unverwechselbar und zu Unikaten für die Praxis. In einem Bestellformular können sämtliche Gestaltungswünsche angegeben und nach Lemgo transferiert werden.

Komet Edelstahlständer unterstützen also eine rationale, leicht dokumentierbare und schlussendlich wirtschaftliche Praxisorganisation. Ach ja, und schön für das Auge sind sie auch.

/// Instrumentenmanagement-Broschüre

Die Instrumentenständer sind Teil des Instrumentenmanagement-Konzepts von Komet. Da ist die kostenlose Broschüre zum Instrumenten-Management von Komet geradezu ein Glücksgriff. Darin werden Aufbereitung und Aufbewahrung von zahnärztlichen Instrumenten auf 20 Seiten anschaulich präsentiert. Die Seiten fassen zusammen, was hygienisch korrekt aufgestellte Praxen benötigen – von der praktischen Herstellerinformation bis hin zum Spüladapter. Die diversen Hilfestellungen von Komet werden darin in sechs Kapiteln übersichtlich dargestellt. Die Broschüre kann über den persönlichen Fachberater oder direkt aus Lemgo angefordert werden. Grundsätzlich lässt Komet seine Kunden also nie mit dem Produkt allein: Es ist immer an wertvolle Zusatzinformationen geknüpft. VAuch auf der Homepage können weiterführende Informationen über die 3500 Qualitätsprodukte abgerufen werden – von der korrekten Anwendung, bis hin zur Reinigung und Abrechnung.

Oralchirurgen benötigen andere Instrumentenständer als allgemein tätige Kollegen, Kliniken arbeiten mit anderen Umfängen als Praxiszahnärzte. Während früher auf großen Instrumentenständern 30 und mehr Instrumente Platz fanden (die allesamt wieder aufbereitet werden mussten, weil möglicherweise Aerosol-belastet) hat Komet den Trend hin zu kleineren, hoch individuellen Sets losgetreten. Ein breites Angebot an Instrumentenständern erlaubt nun ein vernünftiges Abwägen zwischen Wirtschaftlichkeit und Sicherheit: groß, klein, hoch, tief, für die Prophylaxe, die Endodontie, für Schallspitzen und vieles mehr.

Abb. 2:
Instrumentenmanagement auf einen Blick



KONTAKT

Komet Dental
Gebr. Brasseler GmbH & Co KG
Trophagener Weg 25
32657 Lemgo
Telefon: 05261/701-700
Telefax: 05261/701-289
E-Mail: info@kometdental.de
Internet: www.kometdental.de





Dürr Dental bringt Dampfsterilisator-Technik einer neuen Ära in die zahnärztliche Praxis

Der Hygoclave 90 mit DuraSteam Technologie

Weithin schätzt man die Produkte der Dürr System-Hygiene zur Reinigung und Desinfektion von Händen, Flächen, Instrumenten und Spezialbereichen, etwa den Klassiker Orotol für Sauganlagen. Diese entwickelt und produziert das Unternehmen selbst, ebenso wie Dental-Kompressoren, und steht damit seit über 75 Jahren für Spitzentechnologie im Bau von medizintechnischen Geräten. Ein neues aus dem Hause Dürr Dental schließt nun die Hygienekette für zahnärztliche Instrumente: der Dampfsterilisator Hygoclave 90 mit DuraSteam Technologie.

Zahnärztliche Instrumente durchlaufen nach der Anwendung eine ganze Kette von Hygienemaßnahmen zur Aufbereitung für die nächste Behandlung. Häufig wird zunächst in einem Tauchbad manuell gereinigt und desinfiziert (z.B. Instrumentendesinfektion ID 213, Bohrerdesinfektion ID 220). Alternativ dazu kann auch ein Hochleistungs-Ultraschall-System zum Einsatz kommen (Hygasonic). Zur schnellen, normgerechten Sterilverpackung von Instrumenten hat sich ein Durchlaufsiegelgerät bewährt (Hygopac Plus). Mit einem praktischen Etikettiersystem (Hygoprint) erfolgt im Handumdrehen eine rasche und einfache Dokumentation des Sterilisationsprozesses. Der Sterilisator Hygoclave 90 schließt nun die Hygienekette. Unter Verwendung der aufeinander abgestimmten Produkte der Dürr System-Hygiene kann das Praxisteam jetzt den gesamten Kreislauf für zahnärztliche Instrumente abdecken.

Ein besonderes Plus des Hygoclave 90 stellt das Zusammenspiel der verbauten Komponenten als DuraSteam Technologie dar. Zum einen wird bei vielen marktüblichen Geräten ein Mix aus unterschiedlichen Materialien

verwendet: Ventile aus kupfer-, zink- und nickelhaltigen Legierungen („Rotguss“ oder „Gelbguss“), ein Edeltank aus Aluminium. Dabei ist es für die Dampfsterilisation das Beste, wenn alle relevanten Komponenten aus V4AEdelstahl bestehen. So wird es häufig für die Aufbereitung in Großkliniken und vor allem im Pharmabereich verlangt, da eine Verschleppung von Materialbestandteilen

vermieden und das Instrumentarium optimal geschützt werden muss. Mit dem Hygoclave 90 bringt Dürr Dental diese Spitzentechnik in die Zahnarztpraxis.

Ein weiterer entscheidender Vorteil der neuen Technologie ist das so mögliche Thermo- und Wartungs-Konzept auf Basis einer Heatpipe und direkt verschweißten Anbauelementen. Das Verfahren der Heatpipe kommt unter anderem bei der Kühlung empfindlicher Elektronik zum Einsatz. Beim Hygoclave 90 sorgt es durch den effizienten Wärmetransport für das nötige Durchheizen. Dabei erzeugt der Dampfgenerator im unteren Teil des Geräts einerseits den Dampf für die Sterilisation und beheizt gleichzeitig die darüberliegende Sterilisierkammer und die angeschweißten Komponenten.

Die Abteilung Forschung und Entwicklung hat auf der Basis eines ausgesprochen technikorientierten Konzepts den neuen Sterilisator auf Zuverlässigkeit und Langlebigkeit ausgelegt, und er bietet darüber hinaus dem Team alle Vorzüge der Komfortklasse.

Der Hygoclave 90 weiß durch seine Bedienung von außen wie durch seine inneren Werte zu überzeugen. So ermöglicht er unter anderem eine innovative und einfache Chargenfreigabe und -protokollierung. Zudem kann der Sterilisator mit drei Containern (65 mm) beladen werden und bietet so Platz für bis zu 10 kg Beladung. Der neue Sterilisator ist ab Herbst 2016 über den Dentalhandel verfügbar.



KONTAKT

DÜRR Dental AG
Höpfigheimer Straße 17
74321 Bietigheim-Bissingen
Telefon: 07142/705-0
Telefax: 07142/705-500
E-Mail: info@duerr.de
Internet: www.duerrdental.com





NEUGIERIG?



**GERMAN
DESIGN
AWARD
NOMINEE
2017**

Holen Sie sich eine Neue in die Praxis:

KaVo Einheit jetzt zum Vorteilspreis tauschen!

Sagen Sie jetzt „Ja“ zur Praxismodernisierung und zu einer neuen KaVo ESTETICA E70/E80 Vision. Schicken Sie gleichzeitig Ihre alte Behandlungseinheit in den wohlverdienten Ruhestand und sichern Sie sich so im Rahmen der aktuellen **KaVo Good Bye//Good Buy Aktion*** einen attraktiven Listenpreisvorteil in Höhe von bis zu 8.000 €.

Die KaVo ESTETICA E70/E80 Vision ist die perfekte Einheit für Ihre Praxismodernisierung. Sie verfügt über ein komplett neuartiges Behandlungskonzept, das alles bietet, was Sie sich wünschen: Einfachste Bedienung, reibungslose Abläufe, moderne Patientenkommunikation, Zugriff auf Patientendaten und automatisierte Hygieneprozesse.

Mit dem sensitiven Touchdisplay und der selbsterklärenden Bedienlogik, die einen direkten Zugriff auf alle wichtigen Funktionen ermöglicht, steuern Sie die Einheit so intuitiv und schnell wie nie zuvor. Integrierte Lösungen für Chirurgie (E80 Vision) und Endodontie (E70/E80 Vision), mit nahezu uneingeschränkten Funktionen direkt an der Einheit, bieten Ihnen noch mehr Behandlungskomfort. Das ergonomische Konzept der E70/E80 Vision mit Schwebestuhl liefert perfekte Voraussetzungen für natürliche, intuitive Bewegungsabläufe und wurde mit dem Gütesiegel des Vereins Aktion

Gesunder Rücken (AGR) ausgezeichnet. Der große Freiraum unter dem Patientenstuhl und die variabel einstellbare Höhe bieten alle Möglichkeiten für ein gesundes und entspanntes Arbeiten. Auch Ihre Patienten profitieren vom Komfort und liegen selbst bei einem Körpergewicht von bis zu 180 kg sicher und bequem.

Um das Thema Hygiene kümmern sich bei der ESTETICA E70/E80 Vision das integrierte Hygiene-Center und die automatisierten Reinigungsprogramme. Manuelle, zeitintensive Tätigkeiten werden so auf ein Minimum reduziert. Sowohl Reinigungs- als auch Instrumentenschläuche können am Hygiene-Center ohne großen Aufwand angeschlossen werden. Die automatisierte Reinigungsfunktion mit vier Programmen garantiert eine zuverlässige Hygiene.

Die Systemsoftware CONEXIO ist nahtlos in die Bedienphilosophie der ESTETICA E70/80 Vision eingebunden. Der Zugriff auf die Patientenakte und der Bildaufruf sind sowohl über den Fußanlasser als auch über das Touchdisplay des Arztelementes möglich. Alle Daten für die Patientenkommunikation sind damit einfach und schnell direkt an der Einheit verfügbar. Neu erhobene Daten werden automatisch der Patientenakte zugeordnet, jede Befundung wird protokolliert und gespeichert – für eine lückenlose Befundungshistorie. Gleichzeitig ermöglicht CONEXIO auf einfachem Weg die Installation zusätzlicher KaVo Geräte.

Überzeugen Sie sich selbst vom bahnbrechenden Komfort der ESTETICA E70/E80 Vision, dem besten KaVo Behandlungskonzept aller Zeiten und profitieren Sie jetzt im Rahmen der **Goodbye//Goodbuy Aktion*¹** von einem unschlagbaren Preis.



— KONTAKT

KaVo Dental GmbH
Bismarckring 39
88400 Biberach / Riss
Telefon: 07351/56-0
Telefon: 07351/56-1488
E-Mail: info@kavo.com
Internet: www.kavo.com



¹ Details und AGBs unter <http://go.kavo.com/de/goodbuy>

dental:spiegel

Das Magazin für das erfolgreiche Praxisteam



FRANZMED!EN GROUP



JETZT ABONNIEREN UND SPAREN!

Praxis

Name

Vorname

Straße

PLZ, Ort

Ja, ich abonniere den **dental:spiegel** für 1 Jahr zum Vorteilspreis von € 40,50 inkl. MwSt. und Versandkosten. Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, wenn es nicht 6 Wochen vor Ablauf des Bezugszeitraums schriftlich gekündigt wird (abonnement@franzmedien.com).

Datum

Unterschrift

Widerrufsbelehrung: Diesen Aboauftrag kann ich – ohne Begründung – binnen 14 Tagen ab Bestelldatum beim dental:spiegel, Maistraße 45, 80337 München schriftlich widerrufen.



Start-up macht Lichtgestaltung mit Design und Köpfchen

Wandel bietet immer den Nährboden für innovative Ideen. Vor dem Hintergrund des Healing-Environments machen Kölner Kreativköpfe aus normalen Kliniken Orte zum Träumen. Ihre Illusionen wirken dabei genesungsfördernd auf den Patienten.

Reißende Kopfschmerzen, stechende Zahnprobleme, chronisches Rückenleiden – trotz starker Beschwerden schieben viele Betroffene den Arztbesuch so lange vor sich her, bis er unvermeidbar wird. Grund dafür ist häufig die Furcht vor der Diagnose, gepaart mit dem beklemmenden Gefühl, dass einen so häufig beim Betreten medizinischer Einrichtungen überkommt. Diese versprühen oft einen ganz eigenen Charme: Kalte, dunkle Behandlungszimmer und kitschige Gemälde laden nicht gerade zum Verweilen ein.

Einen patientenorientierten Ansatz schlägt die Medizinsoziologin Dr. Melanie Neumann mit folgender Begründung vor: „Wir wissen mittlerweile, dass eine gute menschliche Betreuung und eine positive Krankenhausgestaltung erheblichen Einfluss auf die Patientengenesung haben“. Dieses neue Bewusstsein wird über den Begriff Healing-Environment definiert. Dabei steht das psychische Wohlbefinden des Erkrankten im Zentrum aller klinischen Abläufe. Das Paradigma ist immer stärker mit dem architektonischen Ansatz des Biophilic-Designs verwoben. Dabei werden Elemente der Natur möglichst realistisch in die Raumgestaltung integriert. Ziel ist es, eine harmonische Atmosphäre zwischen Mensch, Natur und räumlicher Umgebung zu kreieren. Die Auswirkungen dieser beiden Konzepte zeigen sich in beeindruckenden Studienergebnissen: Viele Patienten schlafen besser, benötigen weniger Schmerzmittel, entwickeln seltener eine Depression und können die Einrichtung oftmals sogar früher verlassen.



Architektonisches Design zur Förderung der Genesung – Mit diesem Ziel vor Augen eroberten in den letzten Jahren neue Innovationen den Markt. Als besonders kreativ tat sich das Start-up LumiSky aus Köln hervor. Ohne die Notwendigkeit großer baulicher Vormaßnahmen erschaffen sie täuschend echte Illusionen der realen Umgebung: Die Decke verwandelt sich in einen blauen Himmel mit zarten Wolken und die kahle Wand ermöglicht plötzlich einen Blick über die Reling auf das Meer. Diesen Fenstern zur Außenwelt liegt ein ebenso raffiniertes, wie einfach umsetzbares Prinzip zugrunde: Die Motive werden in spezielle Panels gefasst, mit LEDs hinterleuchtet und mühelos an Wand oder Decke montiert. Die jungen Gründer legen dabei großen Wert auf Flexibilität, um auch die ausgefallensten Wünsche zu erfüllen.

In zahlreichen Kliniken können die LumiSky-Installationen mittlerweile bestaunt werden. Aufgrund der Motive und der nahezu perfekten Nachempfindung des Tageslichts regiert der menschliche Organismus so, als sei er in der echten Natur. Die Illusionen verleihen beengenden Räumen Weite und lenken die Patienten von der Behandlung ab. Gleichzeitig wirken sie beruhigend und schmerzlindernd, was gerade die Untersuchung von Angstpatienten erleichtert.

Dipl. jur. Nick Akinci, Geschäftsführer von LumiSky erklärt: „Ich bin froh und stolz, dass die Menschen das riesen Potenzial unserer Systeme erkennen. Gerade für Kranke, die tagelange nur liegend an die Decke schauen, bieten wir eine ganz neue und vor allem erschwingliche Raum- und Lebensqualität.“ In naher Zukunft werde man aufgrund der positiven Resonanz eine neue Produktlinie vorstellen. Auf die Frage, was das sein werde, verrät Akinci mit einem Schmunzeln: „Der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt!“

KONTAKT

LumiSky GmbH
Aachener Straße 49
50674 Köln
Telefon: 0221/25 92 91 39
E-Mail: info@lumisky.de
Internet: www.LumiSky.de



Implantatversorgung mit CEREC: TiBase für mehr Implantatsysteme

Ästhetik, Qualität und vor allem weniger Behandlungen – dank CEREC können diese Patientenwünsche jetzt auf zuverlässige und moderne Art und Weise erfüllt werden. Das Angebot an CEREC-TiBase wurde für mehrere wichtige Implantatsysteme, einschließlich der Systeme von Dentsply Sirona Implants, erweitert.

Auf dem 25. wissenschaftlichen Jahreskongress der European Association of Osseointegration (EAO) in Paris stellt Dentsply Sirona das erweiterte Angebot der CEREC-TiBase vor: Diese ermöglichen es, dass mit den entsprechenden Scanposts kundenspezifische Hybridabutments und/oder verschraubte Kronen in einer einzigen Behandlung angefertigt werden.

Mit den neuen TiBase deckt CEREC jetzt weitere Implantatsysteme ab, insbesondere die Systeme von Dentsply Sirona Implants mit ANKYLOS® & ASTRA TECH Implant System EV®, die bislang noch nicht zum CEREC-Portfolio gehörten. Dafür sowie für BioHorizons (Innenverbindung) und Osstem TS wurden TiBase und Scanposts eingeführt: „Dank dieser neuen CEREC-TiBase kann der Zahnarzt seine Patienten nicht nur in einer einzigen Sitzung behandeln, sondern idealerweise sogar mit einem Workflow aus einer Hand“, erklärt Roddy MacLeod, Group Vice President CAD/CAM bei Dentsply Sirona. „Der Vorteil dabei ist, dass der Patient weniger Behandlungen und der Zahnarzt weniger Lieferanten benötigt.“



/// Eine Basis für viele CEREC-Restaurationen

TiBase bilden die Basis für individuelle zweiteilige Abutments. Diese bieten vielseitige Einsatzmöglichkeiten: So ist die CEREC-TiBase als Teil eines Hybridabutments eine Alternative zu einer Vielzahl von Standardabutments, die sich durch Gingivahöhen, -längen und Abwinkelungen unterscheiden. Hybridabutments mit TiBase lassen sich als direktverschraubte Krone, als Provisorium und als individuelles Heilungsabutment verwenden. Sie können direkt in der zahnärztlichen Praxis bearbeitet und eingesetzt werden. Zusätzlich bieten sie dem Zahnarzt den Vorteil der freien Materialwahl für das Abutment, das mit CEREC hergestellt werden soll. Hybridabutments mit einer Mesostruktur aus Zirkonoxid gewährleisten im Vergleich zu Titanabutments eine bessere Anlagerung an die Gingiva und verbesserte ästhetische Eigenschaften. Neben Zirkonoxid können auch andere Materialien der CEREC-Materialpartner verwendet werden, z.B. IPS e.max von Ivoclar Vivadent.

/// Live-Vorführung auf dem Messestand

Dentsply Sirona wird auf der Jahrestagung EAO mit einem gemeinsamen Messestand von Implants und CAD/CAM vertreten sein. Somit besteht für Zahnärzte, Wissenschaftler und andere Experten der Dentalbranche die Möglichkeit, sich direkt über das erweiterte Produktspektrum zu informieren und dieses in Vorführungen live zu erleben.

Für die neuen TiBase ist die CEREC-Softwareversion 4.4.4 erforderlich, die in Kürze erhältlich sein wird.

— KONTAKT

Dentsply Sirona
Sirona Straße 1
A-5071 Wals bei Salzburg
Telefon: 0662/24 50-0
Telefax: 0662/24 50-540
E-Mail: contact@dentsplysirona.com
Internet: www.dentsplysirona.com/de





Praxisausstattung: High-Tech mit Wohlfühlklima /
Ergonomie und Workflow in modernen Behandlungskonzepten

Zahnbehandlung mit Komfort

Etwa 90 Prozent aller Zahnärzte leiden im Laufe ihres Berufslebens an Schmerzen im Nacken-, Schulter- und Wirbelsäulenbereich. Bis zu 7,55 Prozent müssen sich sogar der Berufsunfähigkeit stellen – ein enormer Risikofaktor in der von Selbstständigkeit geprägten Branche. Somit ist es kein Wunder, dass der Komfort in den Behandlungszimmern immer mehr in den Fokus rückt. Gleichzeitig werden auch die Patienten anspruchsvoller: sie vergleichen, wollen sich fachlich und menschlich gut aufgehoben fühlen – die Zahnarztpraxis erhält ein Ambiente der Entspannung und Erholung. Dies beginnt bei der Wandfarbe sowie dem Interieur Design und endet bei ergonomischen Behandlungstühlen, deren Hard- und Softwarekomponenten sich nahtlos in den digitalen Workflow einfügen. Waren vor etwa 150 Jahren noch samtene Holzstühle mit einem Flaschenzug zur Höhenregulierung das Maß aller Dinge, gilt es heute sowohl für Patienten als auch Ärzte die Behandlung so angenehm wie möglich zu gestalten.

Den technologischen Fortschritt erlebbar machen – das haben sich die Fachdental-Messen in Leipzig und Stuttgart zur Aufgabe gemacht. Mehr als 230 Aussteller präsentieren sowohl vom 23. bis 24. September 2016 in Leipzig, als auch vom 21. bis 22. Oktober 2016 in Stuttgart ihre Produktneuheiten und Branchentrends rund um die Zahngesundheit. Insgesamt erwartet die Messe Stuttgart über 11.000 Zahnärzte, Zahntechniker, Laborbesitzer und zahnmedizinische Fachangestellte zu den beiden Veranstaltungen.

/// Mit Konzept zum Erfolg

Mit der Praxisgründung gilt es, ein klar definiertes, individuelles Praxiskonzept als Leitfaden zu entwickeln, um auch langfristig erfolgreich zu sein. Dies kostet viel Zeit, um Informationen einzuholen und fundierte Entscheidungen zu treffen. Das ganzheitliche Praxiskonzept fängt mit gesetzlichen Vorgaben wie den RKI-Richtlinien und DIN-Normen an, geht über die Planung der Räumlichkeiten inklusive der Farbauswahl, die sich in vielen Details und im Interieur der Praxis widerspiegeln, und endet bei den Behandlungswerkzeugen und -instrumenten. Lichtplaner und Architekten unterstützen bei der optimalen Kundenausrichtung. Mit Liebe zum Detail wird der oft sterilen, kühlen Atmosphäre einer klassischen Zahnarztpraxis ein Wellnesscharakter verliehen. „Entspannungsmusik, angenehme Beleuchtung und Raumduft runden das Wohlfühlkonzept der Praxis von heute ab“, erklärt Joachim Sauter, Abteilungsleiter der Messe Stuttgart. „Dass alle Geräte in den Praxen auf dem aktuellen Stand der Technik sind, ist vielen Patienten sehr wichtig und gibt ihnen das Gefühl, in den richtigen Händen zu sein.“ Ein breites Angebot vom Konzept bis hin zur modernen Einrichtung der eigenen Praxis präsentieren die Dentaldepots und Unternehmen auf den Fachdental-Messen in Leipzig und Stuttgart.

/// Ergonomie am Behandlungstisch

Im Schnitt ist eine Behandlungseinheit 17 Jahre lang im Einsatz, umso bedachter sollte die Entscheidung für das richtige Gerät ausfallen. Die Fachdental-Messen zeigen, wie sich hierbei Funktionalität, Komfort und neueste Tech-

nologien im Behandlungszimmer kombinieren lassen. Bei modernen Behandlungseinheiten lässt sich hierfür nicht nur die Nackenstütze motorisch verstellen, sondern auch die Sitzfläche für besonders große Patienten anpassen. Somit ist auch eine sogenannte „12-Uhr-Behandlung“ – ein Behandlungskonzept, das es dem Zahnarzt ermöglicht, in einer ergonomischen und rückenfreundlichen Behandlungsposition zu arbeiten – die auf minimaler Anstrengung beruht, mit den praktikablen Stühlen möglich. Grundlage für die Arbeitsweise ist eine natürliche und stabile Körperhaltung. Ob mit Werkzeugfächern in der Rückenlehne oder Tray-Anordnungen, die nur eine Armlänge entfernt das Behandlungsbesteck bereithalten – die natürliche Arbeitshaltung hält Einzug in den Praxen.

Doch auch der Komfort für Zahntechniker und Laboranten kann dank des digitalen Workflows erhöht werden: Im 3D-Druck werden ganze Kieferprothesen in kürzester Zeit gefertigt und das mit Materialien, die in herkömmlichen Gussverfahren nicht einmal einsetzbar wären. Die Forschung geht noch einen Schritt weiter und druckt bereits Knochen, die lebende Zellen enthalten oder Gewebe mit feinsten Blutgefäßen. Hierdurch lassen sich zukünftig Prothesen fertigen, die nicht nur auf ästhetische Weise dem natürlichen Vorbild gleichen.

Weitere Informationen finden Sie unter www.fachdental-suedwest.de

/// Über die Fachdental Leipzig und die Fachdental Südwest

Auf den Fachdental-Messen treffen sich Zahnärzte, Zahntechniker, zahnmedizinische Fachangestellte und Fachverlage zum ambitionierten Diskurs. Die wichtigste Veranstaltung im Ost-/Mittel- und Süddeutschland rund um Zahnmedizin und Zahntechnik bietet die einzigartige Informationsplattform, um aktuelle Themen und neueste Entwicklungen der Branche zu erleben.

JETZT LESER WERDEN UND KOSTENLOSES JAHRESABO SICHERN.



8 Mal pro Jahr das Beste aus PraxisZahnmedizin und PraxisManagement: Aktuelles kontrovers diskutiert.

- Experten im Interview
- Neue Therapieansätze
- Abrechnungstipps
- Praxisführung

Jetzt Probeheft bestellen. Fax: 02234 7011-6314, E-Mail: abo-service@aezrteverlag.de

Ja, ich möchte 8 Ausgaben DENTAL MAGAZIN (über einen Zeitraum von 12 Monaten) kostenlos abonnieren. Das kostenlose Abonnement verlängert sich nach Ablauf eines Jahres automatisch, wenn es nicht vorher schriftlich gekündigt wird. Durch die Verlängerung entstehen keine Kosten.

.....
Praxis

.....
Name/Vorname

.....
Straße/Hausnr.

.....
PLZ/Ort

.....
E-Mail

.....
Datum, Unterschrift

Ich erkläre mich damit einverstanden, dass der Deutsche Ärzteverlag meine hier angegebenen personenbezogenen Daten nutzt, um mich über die neuesten Verlagsangebote, Neuigkeiten oder Gewinnspiele zu informieren und beraten zu können. Diese Einwilligung kann ich jederzeit widerrufen. Meine Daten werden nicht an Dritte weitergegeben.

Widerrufsrecht: Sie können Ihre Bestellung innerhalb von einem Monat ohne Angaben von Gründen in Textform (z. B. Brief, Fax, E-Mail) oder - wenn Ihnen die Sache vor Fristablauf überlassen wird - durch Rücksendung der Sache widerrufen. Die Frist beginnt nach Erhalt dieser Belehrung in Textform, jedoch nicht vor Eingang der ersten Teillieferung der Ware beim Empfänger und auch nicht vor Erfüllung unserer Informationspflichten gemäß Artikel 246 § 2 i.V.m. § 1 Abs. 1 und 2 EGBGB. Zur Wahrung der Widerrufsfrist genügt die rechtzeitige Absendung des Widerrufs oder der Sache. Der Widerruf oder die Rücksendung der Sache ist zu richten an: Deutscher Ärzteverlag GmbH, Dieselstraße 2, 50859 Köln, Fax: 02234 7011-6314, E-Mail: abo-service@aezrteverlag.de.

Ich bin Endo

Man kennt Komet als einen der weltweit angesehensten Hersteller rotierender Instrumente. Seit September präsentiert sich der Hersteller mit einer neuen selbstbewussten Werbekampagne: Ich bin Endo. In der Tat hat sich das Unternehmen in den vergangenen Jahren durch sein dentales Know-how der über 90jährigen Firmengeschichte im Endo-Markt mehr als etabliert. Nun bekommt dieser Produktbereich ein eigenes Image.

Komet bietet seit vielen Jahren Endo-Produkte an, die state-of-the-art sind. Die Endodontie ist bei Komet in den letzten Jahren zu einem strategischen Produktfeld und das Portfolio so konsequent ausgebaut worden, dass es heute für nahezu jede klinische Situation eine Lösung für den Kunden gibt. Nur: Viele Zahnärzte wissen es noch nicht! Mit der Kampagne „Ich bin Endo“ und einem eigenen Gesicht zeigt Komet jetzt, dass dahinter mehr steckt, als das führende Unternehmen für rotierende Instrumente.

/// Neue Elemente im Endo-Auftritt

Das zentrale Element der Kampagne ist die neue Wort-/Bildmarke „I Komet Endo“. Darin wird das bekannte Komet Logo mit dem Begriff Endo so eng wie möglich verbunden, um der Zielgruppe zu zeigen: Komet ist Endo. Ein weiteres zentrales Element ist die Microsite im Online-Bereich: www.ich-bin-endo.de. Hier erfährt der Zahnarzt, was er auf dem Gebiet der Endodontie von Komet erwarten kann. Den Zahnärzten wird auch spontan auffallen, dass sich der Look verändert hat: Statt der hellen Farben, die sonst den Markenauftritt von Komet prägen, dominieren jetzt die Grautöne. Der ganze Auftritt wirkt sehr modern und unverwechselbar. Die 3D-Räume bleiben natürlich, ebenso ist das „look and feel“ immer noch typisch Komet. Wiedererkennen garantiert!



Abb. 1:
Zum Endoneering gehört ein starkes Team.

/// Eine Frage des Vertrauens

Gerade in der Endodontie herrscht ein besonderes Vertrauensverhältnis zwischen Zahnarzt und Industriepartner. Dafür sind qualitativ hochwertige Produkte die Grundvoraussetzung. Darüber hinaus holt Komet den Zahnarzt dort ab, wo er steht: Nicht jeder macht gerne Endo oder fühlt sich 100% sicher bei der Anwendung der Instrumente! Im Mittelpunkt stehen in diesen Fragen der



Abb. 2:
Die neue Wort-/Bildmarke: I Komet Endo.

Komet-Außendienst, der in Zusammenarbeit mit bundesweit sieben Endo-Fachberatern eine kompetente Beratung und umfassende Einweisung in die Produkte sicherstellt. Darüber hinaus bietet Komet ein umfangreiches Endodontie-Kursprogramm, wo sich die Zahnärzte von ausgewiesenen Endo-Spezialisten FIT für den endodontischen Alltag in der Praxis machen können.

/// Endoneering

Der Begriff steht für den Anspruch, alles zu bieten, was dem Zahnarzt einen sicheren, effizienten und unkomplizierten Endo-Alltag auf höchstem Niveau ermöglicht. Dafür tut Komet alles: In einer separaten Endo-Gruppe arbeitet die strategische Forschung und eine spezialisierte Produktentwicklung, die auf einen eigens auf die Endodontie ausgerichteten Maschinenpark zurückgreifen kann, um so auch zukünftig Produktverbesserungen zu schaffen. Eine eigene Fertigungs- und Qualitätskontrolle sorgt für eine gleichbleibend hohe Qualität der Produkte. Ebenso gibt es ein eigenes Produktmanagement, welches das Ohr nah am Markt und am Kunden hat, um die künftigen Trends zu erkennen – für den Allgemeinzahnarzt als auch für den spezialisierten Endodontologen!



— KONTAKT

Komet Dental
Gebr. Brasseler GmbH & Co KG
Trophagener Weg 25
32657 Lemgo
Tel.: 05261/701-700
Fax: 05261/701-2890

Prävention als gemeinsame Aufgabe von Zahnarzt, Praxisteam und Patienten

Wesentliche Voraussetzung zur erfolgreichen Integration von Prophylaxewissen in den Praxisalltag ist eine präventionsorientierte Haltung des gesamten Praxisteam. Die Umsetzung der Prophylaxe in der Praxis erfordert deshalb ein hochqualifiziertes Praxisteam sowie eine entsprechende Praxisphilosophie: Sowohl klinisch-zahnmedizinische als auch psychologisch-pädagogische Interventionen werden hierbei miteinbezogen. Ziel ist es, mit einem professionellen Risikomanagement die Mundgesundheit des Patienten zu erhalten.

/// Prävention als gemeinsame Aufgabe von Zahnarzt und Praxisteam

Bei der Implementierung einer systematischen Prophylaxe in der Zahnarztpraxis gilt vor allem der Grundsatz: Prophylaxe ist Teamsache. Zunächst ist es allerdings Aufgabe des Zahnarztes, als Chef des Prophylaxeteams, die notwendigen Voraussetzungen zu schaffen. Hierzu zählen räumliche Rahmenbedingungen, wie ein eigenes Prophylaxezimmer sowie der Zugang zu effizienten Fortbildungsangeboten für das Praxisteam. Auch das Festlegen des angewandten Prophylaxekonzepts und Recallsystems, die Definition eindeutiger Kompetenzen von Zahnarzt und Prophylaxeteam sowie vor allem das Treffen von Diagnose- und Therapieentscheidungen¹ sind Aufgaben des Zahnarztes.

Für eine gelungene Umsetzung der Prophylaxestrategie spielen Prophylaxeassistentinnen (PA) eine zentrale Rolle. Anhand von erfassten Indizes und individuellen Mundhygieneproblemen erstellen die mitverantwortlichen Mitarbeiterinnen ein patientenindividuelles Mundhygieneprogramm. Die professionelle Reinigung der Zähne und die Kontrolle des Zahnfleisches zählen ebenso zu ihren Aufgaben wie das Durchführen von Bleaching-Maßnahmen.

/// Prophylaxe als gemeinsame Leistung von Praxisteam und Patient

Noch immer halten viele Patienten einen Zahnarztbesuch erst dann für notwendig, wenn Mundgesundheitsprobleme wie Zahnschmerzen, Karies oder Parodontitis auftreten. Ein Herzstück der Prophylaxearbeit mit dem Patienten stellt daher die Vermittlung umfassender und verständlicher Informationen zur Bedeutung der Mundgesundheit sowie deren Einfluss auf die Allgemeingesundheit und Lebensqualität dar. Zahlreiche Prophylaxemaßnahmen wie regelmäßige Kontrolluntersuchungen, professionelle Zahnreinigung oder Tipps zur richtigen Mundpflege und Ernährung lassen sich individuell an die Bedürfnisse und Möglichkeiten des Patienten anpassen. Eine einfühlsame und fachlich

kompetente Prophylaxeberatung sorgt für Vertrauen und kann so die Compliance des Patienten erhöhen – sowie zugleich als besonderes Aushängeschild der Praxis die Weiterempfehlung im persönlichen Umfeld des Patienten begünstigen.²

Voraussetzung ist dabei die Kooperationsbereitschaft sowie eine Verbesserung des Mundgesundheitsverhaltens durch den Patienten. Zahnarzt und Praxisteam orientieren sich am Prinzip der „Oral Health Self Care“ (Hilfe zur Selbsthilfe), das sich als Unterstützung und Ergänzung zur häuslichen Mundhygiene versteht.³



Quelle:

- 1 Bundeszahnärztekammer. Delegationsrahmen der Bundeszahnärztekammer für Zahnmedizinische Fachangestellte. 2009.
- 2 Köllner V, Rinke K, Weidner K, Reitemeier B: Kommunikation in der Zahnarztpraxis. Zahnmedizin up2date 2010 (1):43-66.
- 3 Bundeszahnärztekammer. Leitfaden der Bundeszahnärztekammer: Qualifizierte Prophylaxe in der Zahnarztpraxis. 2003: 7-8.



KONTAKT

Johnson & Johnson GmbH
Johnson & Johnson Platz 2
41470 Neuss

GC Metal Primer Z und GC Fujirock EP ergänzen zahntechnisches Portfolio

/// GC Metal Primer Z führt erfolgreiche Produktlinie fort

Auf dem Fundament der 95-jährigen Expertise im Bereich Befestigung bietet GC hier auch 2016 einige Neuheiten an: Darunter befindet sich der neue Metal Primer Z, Nachfolger des bewährten und äußerst beliebten Metal Primer II. Mithilfe einer verbesserten Rezeptur und dem Haftverbund zu Zirkon eröffnet Metal Primer Z vielfältige Anwendungsmöglichkeiten, wobei die schnelle, einfache Verarbeitung und der Verzicht auf eine Hitzebehandlung weiteres Zubehör überflüssig machen. Der neue Primer kann auch direkt im Mund angewendet werden und sorgt jederzeit für einen permanenten Haftverbund. Das Anwendungsspektrum ist breit gefächert – dafür sorgen unter anderem zwei funktionelle Monomere: MDTP ermöglicht den Haftverbund zu allen Edelmetallen, MDP zu Nichtedelmetallen und in bestimmten Indikationen auch zu Zirkon.



/// GC Fujirock EP: Drei Superhartgipse, unendliche Möglichkeiten

Die in Europa hergestellte Produktlinie GC Fujirock EP ist bei Zahntechnikern bekannt für ihre hohe Leistungsfähigkeit bei der Modellherstellung in allen Bereichen der dentalen Prothetik: Sie bietet mit Fujirock EP Classic Line, Premium Line und Base Stone drei thixotrope Superhartgipse der Klasse 4 für alle Arbeiten, bei denen höchste Passgenauigkeit und Kantenstabilität gefordert wird. Alle Gipse geben durch ihre Materialeigenschaften die Mundsituation formstabil wieder und überzeugen durch eine geringe Lichtreflektion an der Oberfläche, eine hohe Druckfestigkeit sowie eine hervorragende Kantenstabilität beim Schleifen. Das Modell unterstützt letztlich jeden Arbeitsschritt im Labor – von der Wachsmodellation über die Gingivamaske und den Scanvorgang bis zur Politur – und dient zudem als „Präsentationsplattform“ für die Laborarbeit beim Patienten.

Die leistungsstarken Allround-Gipse der GC Fujirock EP Classic Line mit den Farben Golden Brown und Topaz Beige als „Klassiker“ sind die populärsten Superhartgipse der Klasse 4 weltweit. Ideal für alle Arten der prothetischen Versorgung, steht das gut fließfähige und dennoch thixotrope Material für hervorragende Verarbeitungseigenschaften sowie einfaches Ausgießen ohne Blasen. GC Fujirock EP Premium Line wiederum ist als Spezialvariante mit Pastel Yellow, Polar White und den neuen Farben Inca Brown und Titanium Grey ein Teil der verbesserten Stones-Premium-Line-Qualität: Entwickelt für hochpräzise Anwendungen wie großspannige Implantat- und komplexe vollkeramische Arbeiten, macht ihn die verfeinerte Farbeinstellung und verbesserte Pulverzusammensetzung zum Gips für anspruchsvolle Fälle. Als Dritter im Bunde steht GC Base Stone mit den Farben Terracotta Red und Royal Blue für die Basis, das Sockeln der Modelle, mit minimaler Expansion bereit. Unabhängig von der Wahl des Gipses können jedoch alle GC Fujirock EP Linien bzw. Farben beliebig miteinander kombiniert werden, so dass jede prothetische Arbeit im besten Licht erscheint. Eine weitere Neuerung: Die Premium Line ist nun in den Abpackungsgrößen 4 kg und 11 kg verfügbar (nicht mehr 5 kg und 12 kg wie bei Classic Line) – bei gleichbleibendem Kilopreis!

Während GC Fujirock EP dem Labor drei Superhartgipse für unendliche Möglichkeiten bereitstellt (erhältlich seit 1. März 2016), führt Metal Primer Z die erfolgreiche Produktlinie der Metal Primer von GC fort. GC Metal Primer Z ist bestellbar seit 01. April 2016 (GC Metal Primer II ist verfügbar, solange der Vorrat reicht – danach werden alle Bestellungen in GC Metal Primer Z umgewandelt).



KONTAKT

GC Germany GmbH
Seifgrundstraße 2
61348 Bad Homburg

Heraeus Kulzer macht mehr aus altem Gold

Höhere Spende durch Verzicht auf Scheidekosten

Spenden Zahnärzte oder Zahntechniker ihr Altgold einer karitativen Organisation, verzichtet Heraeus Kulzer auf die Scheidekosten in vollem Umfang und erhöht so den Wert der Spende. So kann man auf einfache Weise viel Gutes tun. Vom 04. Oktober 2016 bis zum 16. Januar 2017 profitieren Praxen und Labore zudem von vergünstigten Pauschalen für die Aufbereitung von Zahn- und Altgold.

„Eine tolle Sache von Heraeus Kulzer, bei einer Spende die Scheidekosten zu erlassen“ sagt Marain Hüttel, Zahnärztin aus Neumünster. „Das motiviert zusätzlich, das Gold für einen guten Zweck zu spenden“. Bereits seit Eröffnung ihrer Praxis sammelt sie Altgold unter ihren Patienten. „Etwa die Hälfte meiner Patienten beteiligt sich gerne und spendet ihr altes Gold.“ Seit 2014 unterstützen Zahnärztin und Patienten einen Kindergarten in Neumünster, der keinen Träger hat und deshalb auf Zuwendungen angewiesen ist. Jüngst konnte Marain Hüttel dem Kindergarten die zweite Spende übergeben. Dank des Verzichts von Heraeus Kulzer auf die Kosten für die Aufbereitung konnte der Gegenwert von 1100 Euro komplett gespendet werden. So wurden aus altem Gold Spielgeräte und Musikinstrumente für die Kleinen.



Bis zum 16. Januar 2017 senkt Heraeus Kulzer die Scheidekosten. Zahnarztpraxen, die gemeinsam mit Patienten Altgold spenden, erhalten auf Wunsch ein Spenden-Zertifikat im Posterformat (Bildnachweis: Heraeus Kulzer/ Alexandra Bury)

/// Gutes tun leicht gemacht

Mit dem Altgold eine gute Tat zu vollbringen, ist ganz einfach: Der Patient überlässt das Gold dem Zahnarzt, welcher sich gemeinsam mit allen Spendern für eine gemeinnützige Einrichtung entscheidet. Legt diese eine ordnungsgemäße Spendenbescheinigung vor, erlässt Heraeus Kulzer die Scheidekosten in vollem Umfang und erhöht somit die Spende deutlich. „Nachdem wir das Altgold an die Scheideanstalt von Heraeus Kulzer übergeben, erhalten wir einen Scheck, den wir dann der gemeinnützigen Einrichtung überreichen können“, lobt Zahnärztin Hüttel den unkomplizierten Ablauf. Auf Wunsch erhalten Zahnarztpraxen, die gemeinsam mit Patienten Altgold spenden, eine Urkunde über den gespendeten Betrag im Posterformat.



KONTAKT

Heraeus Kulzer GmbH
Grüner Weg 11
63450 Hanau



VERTRAUEN

DURCH KOMPETENZ

**FACH
DENTAL
SÜDWEST**

21. – 22. OKTOBER 2016
MESSE STUTT GART

Besuchen auch Sie die wichtigste Fachmesse für Zahnmedizin und Zahntechnik in Süddeutschland.

2016 mit den Top-Themen:

- Digitaler Workflow – vom Scan bis zum Zahnersatz
- Hygiene in Praxis und Labor
- Zahnerhaltung – Prophylaxe, Reinigung und Therapie

Partner:



LANDESZAHNÄRZTEKAMMER
BADEN-WÜRTTEMBERG
Körperschaft des öffentlichen Rechts

DieKammer
IHR PARTNER

www.fachdental-suedwest.de

e-Mail: info@permadental.dewww.permadental.de

Rückblick auf eine PERMADENTAL-Bootstour auf dem Baldeneysee in Essen

Fortbildung mit Urlaubsfeeling

„Wenn man spannende Inhalte immer in einer so entspannenden Umgebung vermitteln könnte, würden dentale Fortbildungen nur noch auf Ausflugsschiffen stattfinden!“ Die fast 60 Teilnehmer der dritten PERMADENTAL-Fortbildungsveranstaltung in 2016 auf dem Essener Baldeneysee waren sich einig: So macht Fortbildung Spaß.

Bei herrlichem Wetter, einer idyllischen Schiffsroute mit Schleusengang vom See zur Ruhr, einem guten Buffet und wunderbaren Aussichten ermöglichten zwei Referenten Ausblicke auf wichtige aktuelle Themen. Als Hauptredner gab Prof. Dr. Peter Pospiech (Charité Berlin) mit seinem Referat „Vollzirkon oder nicht?“ einen Überblick über neue Werkstoffe in der Prothetik. Schwerpunkt waren dabei die Vor- und Nachteile des modernen, meist hoch transluzenten monolithischen Zirkons, dass besonders in den letzten Jahren eine große Sympathie bei Behandlern und Patienten ausgelöst hat.

Ihm voraus ging ein Vortrag von Frau Sassenberg-Steels (i.A. Fa. Camlog) zum Thema Rechtssicherheit und Wirtschaftlichkeit im implantologischen Behandlungsalltag. Ihr Referat „Die richtige Dokumentation zur Vermeidung von Honorarverlusten“ zeigte einfache und wirkungsvolle Möglichkeiten auf, wie beide Bereiche sinnvoll miteinander verknüpft werden können.



„Dieser herrliche Sommerabend verging wie im Flug“ resümierte Klaus Spitznagel, Geschäftsführer von PERMADENTAL, als die MS Kettwig in der Abenddämmerung wieder am Regattatum anlegte. „Es macht einfach riesig Spaß, zusammen mit Kunden und Top-Referenten einen so besonderen Abend zu verbringen. Intensive Gespräche, hervorragende Fortbildung und ein stimmungsvoller Abend in herrlicher Landschaft – das wird sicher lange in Erinnerung bleiben“.



KONTAKT

Permadental GmbH
Marie-Curie-Straße 1
46446 Emmerich

e-Mail: berlin@smilike.dewww.smilike.de

Kieferorthopädie 2.0

Dass schiefe Zähne nicht nur mit einer festsitzenden Spange korrigiert werden können, ist nicht unbedingt neu, doch SMILIKE geht noch einen Schritt weiter. In den hellen Räumen des SMILIKE-Zentrums Berlin dreht sich alles um die Schienentherapie mit Invisalign. Das System arbeitet mit durchsichtigen und daher nahezu unsichtbaren Kunststoffschienen, die das Gebiss sanft in Form bringen. Eine unauffällige und komfortable Alternative zur festen Zahnspange. SMILIKE-Chef Dr. Dr. Friedrich Widu setzt Invisalign bereits seit über 15 Jahren ein und hat bereits 1500 erfolgreiche Behandlungen durchgeführt, 400 weitere sind derzeit in der Planung. Er ist von der Methode überzeugt: „Die Alignertherapie ist genauso effektiv, wie eine konventionelle KFO-Behandlung. Nur eben erheblich diskreter und zeitgemäßer. Trotzdem haben viele Patienten noch nie von dieser Art der Zahnkorrektur gehört. Das wollen wir ändern.“

Um es den Patienten so angenehm wie möglich zu machen, nutzt man bei SMILIKE modernste Technik und 3D-Diagnostik. So lässt sich die Behandlung exakt planen und steuern. Mit dem Outcome Simulator kann das Ergebnis vorab visualisiert werden, der fortschrittliche Intraoralscanner macht unangenehme Abdrücke entbehrlich und die Dental Monitoring App erleichtert die Kontrolle des Behandlungsverlaufs. Termine können somit nach Behandlungsbedarf vereinbart werden und überflüssige Praxisbesuche gehören der Vergangenheit an.



Auch der Service ist zeitgemäß und patientenfreundlich: Die Praxis ist 24h Stunden und 365 Tage im Jahr erreichbar. Die verschiedenen Teilzahlungs- und Finanzierungsmodelle ohne Zusatzkosten sind ein weiterer Service von SMILIKE. Das moderne SMILIKE-Zentrum liegt mitten in der Berliner City West (Giesebrechtstraße 6, 10629 Berlin) und ist barrierefrei erreichbar. Ein besonderes Licht- und Raumkonzept sorgen für eine relaxte Atmosphäre und maximalen Wohlfühlfaktor. Das macht es Patienten leicht, sich im lockeren Gespräch über individuelle Behandlungsmöglichkeiten zu informieren – auch unverbindlich.



KONTAKT

SMILIKE Berlin
Zentrum für unsichtbare Zahnkorrektur Berlin
Giesebrechtstraße 9/Ecke Ku'damm
10629 Berlin

LuxaCam von DMG: Neue Produktfamilie für die digitale Prothetik



/// Sechs Materialien für alle CAD/CAM-Herausforderungen

LuxaCam, das sind sechs verschiedenen Materialien für unterschiedlichste prothetische Anforderungen., von ästhetischen Provisorien bis zu hochstabilen komplexen Brückengerüsten. Ob LuxaCam Composite, -PMMA, -PEEK, -Zircon LT, -Zircon HT oder -Zircon HT plus: Die in Hamburg entwickelten Ronden und Blöcke bieten zuverlässig die gewohnt hohe DMG Qualität.

Die Materialien lassen sich mit allen gängigen Fräsgeräten problemlos verarbeiten. Eine große Auswahl verschiedener Größen und Farben gibt Freiheit für alle Einsatzzwecke. Selbst anspruchsvollste hochästhetische Restaurationen sind dank 5-schichtiger Multilayer-Ronden möglich.

Mehr über die einzelnen LuxaCam Varianten erfahren Sie auf www.dmg-dental.com/luxacam

Luxatemp, Honigum, LuxaCore ... DMG Materialien kommen in verschiedensten Disziplinen der prothetischen Arbeit seit langem erfolgreich zum Einsatz. Mit der neuen LuxaCam Familie unterstützen die Hamburger Materialexperten Zahnärzte und Labore jetzt auch im Bereich der digitalen Prothetik.



KONTAKT

DMG Dental-Material Gesellschaft mbH
Elbgaustraße 248
22547 Hamburg

Anzeige

Bausch Arti-Fol® 8µ

Bausch Arti-Fol® Occlusionsfolien sind besonders gut zur Darstellung der statischen und der dynamischen Occlusion in mehreren Farben geeignet. Für eine präzisere Darstellung der dynamischen Occlusion werden vier Farben verwendet.



Für weitere Informationen besuchen Sie unsere Website www.bausch.net oder folgen Sie unserer FaceBook Seite auf www.facebook.com/bauschdental

Dr. Jean Bausch GmbH & Co. KG
Oskar-Schindler-Str. 4
D-50769 Köln - Germany
Phone: +49-221-70936-0
Fax: ++49-221-70936-66
E-Mail: info@bauschdental.de
Web: www.bauschdental.de



e-Mail: sales@zestdent.com

www.zestdent.com

Zest Anchors verkündet Namensänderung in Zest Dental Solutions™

ZD ZEST DENTAL SOLUTIONS™
ZEST | DANVILLE MATERIALS | PERIOSCOPY

Seit mehr als 40 Jahren verbessert das Unternehmen die Lebensqualität zahnloser Patienten weltweit mit innovativen und funktionalen Prothetiklösungen. Das Vorzeigeprodukt, das LOCATOR® Attachment System, gilt für die Implantatindustrie sowie Behandler und Patienten bis zum heutigen Tag als zuverlässigste Marke für Deckprothesen. Das Unternehmen machte sich zum Ziel, kontinuierlich weitere Patientenzulösungen anzubieten und präsentierte neben einer Implantat-Reihe mit niedrigem Durchmesser das CHAIRSIDE®-Produktportfolio – bestehend aus zahnärztlichen Instrumenten und Materialien für die Herstellung und Anpassung von Deckprothesen – sowie das neue LOCATOR R-Tx™ Removable Attachment System. Das Unternehmen wird mit dem innovativen LOCATOR F-Tx™ Fixed Attachment System, dessen Launch für das vierte Quartal 2016 vorgesehen ist, auch in den Bereich der festsitzenden Versorgung des vollständigen Zahnbogens einsteigen. Anfang 2016 wurde Danville Materials erworben, ein führender Hersteller von restaurativen Verbrauchsmaterialien, Kleingeräten und minimalinvasiven Behandlungslösungen wie Perioscopy. Dieser Kauf positioniert Zest als ein Unternehmen, das Produktlösungen für ein ganzes Kontinuum der Patientenversorgung anbietet – von zahnhalternden Lösungen bis zur Behandlung vollständiger Zahnlosigkeit.

Aus diesem Grund werden **Zest Anchors**, **Danville Materials** und das Produktportfolio von **Perioscopy** unter der Dachfirma **Zest Dental Solutions** vereint. Der Name reflektiert die Vielfältigkeit des Produktportfolios und steht für das andauernde Wachstums- und Expansionsbestreben des Unternehmens. Dafür spricht auch das neue, über 4.200 m2 große Firmengebäude von Zest Dental Solutions (www.zestdent.com) in Carlsbad (Kalifornien), das die Gesamtfläche der Unternehmensräumlichkeiten auf fast 7.000 m2 erweitert.

Die Erfolgshistorie machte Zest zu einem Unternehmen, das mehr als nur Verankerungen (engl. anchors) herstellt und daher einen Namen verdient, der seine Zukunftsvisionen widerspiegelt.

„Unsere Kunden und deren Patienten wissen und vertrauen darauf, dass Zest hochqualitative Produkte liefert, die funktionieren“, so Steve Schiess, CEO bei Zest Dental Solutions. „Durch die Erweiterung des Firmennamens um Dental Solutions verstärkt Zest zum einen seine Position als lösungsorientierter Anbieter. Zum anderen zeigt es unseren Kunden, dass das Unternehmen seinen innovativen Geist mit Zukunftslösungen fortführen wird, die ihre Bedürfnisse erfüllen.“



KONTAKT

Zest Dental Solutions
2875 Loker Avenue East
Carlsbad, CA 92010
USA

e-mail: info@dentaurum.de

www.dentaurum.de

Auf die Details kommt es an.

Neuheit remanium® GM 280: Aus drei mach vier

Die seit Jahrzehnten bewährten Legierungen für den Modellguss, remanium® GM 800+, GM 380+ und 900, haben Zuwachs bekommen. Als neueste Entwicklung führt die Dentaurum-Gruppe die innovative Modellgusslegierung remanium® GM 280.

/// Hervorragende Verarbeitungseigenschaften

remanium® GM 280 zeichnet sich durch eine extrem niedrige Härte aus und ist somit besonders komfortabel zu bearbeiten und zu polieren. Bei Kombigerüsten wie Teleskoparbeiten stellt dies ein besonderes Alleinstellungsmerkmal dar. Darüber hinaus weist remanium® GM 280 eine sehr hohe Bruchdehnung auf und unterstützt damit eine einfache Aktivierung ohne Bruchgefahr der Klammern. Nie zuvor war die Bearbeitung einer Modellgusslegierung so einfach bei gleichzeitig größtmöglicher Sicherheit gegen Klammerbrüche.

/// Erfolgsgeschichte eines Markenprodukts

Genau wie alle anderen remanium® Modellgusslegierungen besitzt die neue Legierung auch die Eigenschaft der Schmelzspie-

gelung, die ein Überhitzen beim Aufschmelzen vermeidet. remanium® ist ein Markenprodukt, das sich fortlaufend weiterentwickelt und an den technischen Fortschritt der Zahntechnik angepasst hat. Schon seit Jahren gehören die remanium®-Legierungen zu den renommiertesten Dentalprodukten in der Zahntechnik und basieren auf einer langjährig erfolgreichen Produktgeschichte.



KONTAKT

DENTAURUM GmbH & Co. KG
Turnstr. 31
75228 Ispringen



Oral-B schickt GENIUS auf Reisen: Compliance vor Ort erleben

Oral-B präsentiert die Weltneuheit GENIUS Elektrische Zahnbürste auf den kommenden Dentalfachmessen in Leipzig, München und Frankfurt. Zahnärzte und Prophylaxe-Fachkräfte konnten bereits am 23. September auf der Fachdental Leipzig mehr über die revolutionäre Positionserkennungs-Technologie in Verbindung mit der Oral-B App 4.1 erfahren – zu finden in Halle 5, Stand C09.

/// GENIUS entdecken

Weiter geht die Reise am 8. Oktober auf der id infotage dental in München (Halle A6, Stand D17). Auch am 11. und 12. November auf der id infotage Frankfurt ist es Fachbesuchern möglich, das intelligente Zahnputzsystem von Oral-B genau unter die Lupe nehmen. Im persönlichen Gespräch können sie sich von den Vorteilen für Praxis und Patienten überzeugen und über die Zukunft der Patienten-Compliance diskutieren.

/// Putzgewohnheiten langfristig verbessern

„Mit GENIUS geht Oral-B den nächsten Schritt, um Zahnärzten und Prophylaxe-Fachkräften zu helfen, Putzgewohnheiten und damit die Patienten-Compliance nachhaltig zu verbessern“ sagt Manuela Mahlberg, Marketing & Communications Professional

Oral Health DACH bei Procter & Gamble. Denn durch einen Bewegungssensor im Handstück und der Bildanalysefunktion des Smartphones verfolgen Patienten in Echtzeit, wo sie bereits geputzt haben. Mit Hilfe der Oral-B App 4.1 ist es zudem möglich, die Zahnpflegeroutine des Patienten zu individualisieren und auf die jeweiligen Bedürfnisse anzupassen.

So können Zahnärzte und Prophylaxe-Fachkräfte mit der Funktion „Professionelle Anleitung“ etwa einstellen, welche Bereiche im Mund besonders gut gepflegt werden müssen. Oder sie programmieren direkt in der App eine Termin-Erinnerung für den nächsten Recall.



— KONTAKT

Procter & Gamble GmbH
Sulzbacher Straße 40
65824 Schwalbach am Taunus

— IMPRESSUM

VERLAG	f4 media GmbH & Co.KG p.h.G. Gebr. Franz Druck und Medien GmbH
VERLAGS-ANSCHRIFT	Isar-Stadtpalais – Maistraße 45 – 80337 München Telefon: +49/(0)89/82 99 47-0 Telefax: +49/(0)89/82 99 47-16 E-Mail: info@franzmedien.com Internet: www.franzmedien.com dental:spiegel®, eine Marke der f4 media GmbH & Co.KG, München
HERAUSGEBER	Eckhard Franz (1980 – 2012)
VERLEGER	Philipp D. Franz E-Mail: pf@franzmedien.com
REDAKTION	Brigitte M. Franz (v.i.S.d.P.) E-Mail: redaktion@franzmedien.com Alexander Kauffmann (Al/Ka) Katri H. Lyck, Rechtsanwältin, Bad Homburg (Ka/Ly) Dr. Hans-Werner Bertelsen, Zahnarzt, Bremen (Ha/Be)
AUTOREN DIESER AUSGABE	Anna Stenger, Bad Homburg Dr. Volker Lang, München Robert Sebastian Koch, Bergisch Gladbach Christine Kaps, Düsseldorf Christian Bärmann, Bovenden Dr. Ludwig Hermeler
BEIRAT	Prof. Dr. rer. nat. K. Bößmann, Kiel Prof. Dr. K. H. Ott, Münster Prof. Dr. B. Willershausen-Zönchen, Mainz
ANZEIGEN	Philipp D. Franz (verantwortlich) E-Mail: anzeigen@franzmedien.com
ONLINE	Yasmin Hente E-Mail: online@franzmedien.com
LAYOUT	Andreas Huber E-Mail: layout@franzmedien.com

ABONNEMENT Simone Füllemann
E-Mail: abonement@franzmedien.com

VERTRIEB SPRING GLOBAL MAIL
46446 Emmerich
www.springglobalmail.de

JAHRESABONNEMENT
€ 40,50 zzgl. 7% MwSt.
€ 20,50 zzgl. 7% MwSt. (Studenten gegen Nachweis)

ERSCHEINUNGSWEISE
Der dental:spiegel erscheint 2016 mit 9 Ausgaben.
Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 41 vom 1. September 2016
ISSN 0723-5135
Bildnachweis: Titelseitenmotiv: Achim Grothus Fotografie, Bielefeld

INTERNAT. KOOPERATIONSPARTNER
Russland NOVOE V STOMATOLOGII, Moskau
Asien DENTAL ASIA, Singapur
Kanada/USA SPECTRUM, Mississauga

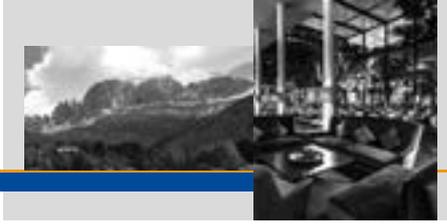
WICHTIGE HINWEISE
Die mit dem Namen der Verfasser gekennzeichneten Artikel/Beiträge stellen nicht die Meinung der Redaktion dar. Alle im dental:spiegel abgedruckten Therapieempfehlungen, insbesondere Angaben zu Medikamenten und deren Dosierung, sollten vor der klinischen Umsetzung grundsätzlich geprüft werden. Eine rechtliche Gewähr für die fachliche Richtigkeit der Empfehlung kann nicht übernommen werden. Der Nachdruck (auch auszugsweise) ist nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages gestattet. Dieses gilt auch für die Aufnahme in elektronische Medien und/oder Datenbanken sowie die Vervielfältigung auf Datenträger jeglicher Art. PR-Beiträge stehen außer der Verantwortung des Verlages.



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

FRANZ MEDIEN

LA-MED



Vier Südtiroler Hotels, die Sie unbedingt kennen lernen sollten

/// Hotel Belvedere in Jenesien: mal richtig über den Dingen stehen

Jenesien? Nie gehört! Gut so! Das Hotel Belvedere ist ein echter Geheimtipp: Das 3.000-Seelen-Bergdorf schmiegt sich an die Sonnenhänge weit über den Dächern von Bozen. Man wohnt (fast) in der Alpenmetropole, schwebt aber gleichzeitig Lichtjahre über dem Rummel. Wie der Name schon sagt – das frisch umgebaute Hotel „Belvedere“ bietet vor allem eines: eine Aussicht zum Niederknien. Vom Schlern, Rosengarten und dem Rest vom Dolomitenfest über den Bozener-Talkessel bis weit hinunter ins mediterrane



Überetsch. Was kann noch feiner als Fernsehen von der Hotelterrasse aus sein? Fernsehen vom Infinity-Pool aus – dem neuen Clou des Vier-Sterne-Superior Hauses. Und wer die Himmelsleiter mal verlassen und Stadtluft schnuppern möchte: Zwischen Jenesien und Bozen fährt eine Seilbahn, die in nur acht Minuten in Südtirols Hauptstadt eintaucht.

Weitere Informationen unter:
www.belvedere-hotel.it



/// Cyprianerhof am Rosengarten: mal richtig abschalten im Dolomit Resort

Es ist DAS Hotel-Opening in Südtirol 2016! Das Cyprianerhof Dolomit Resort hat wieder eröffnet! Ein Kraftplatz an dem jeder Sonne tanken, durchatmen, sich wohlfühlen und das legendäre Alpenglühnen des Rosengartens bestaunen kann. Das 5-Gänge-Menü am Abend wird im aufwändig erbauten, teils mit Glas überdachten Restaurant serviert. Die 30 hinzugekommenen Zimmer sind wohlrig und luxuriös zugleich – im modernen Alpine Lifestyle Flair mit gehacktem Ei-



chenholz, Naturstein und Lodenstoffen. Chefköchin Moni glänzt mit authentischer Alpenküche, mediterran angehaucht. Als „Wanderhotel“ haben die Gäste des Hauses rund 20 Mal pro Woche die Gelegenheit mit professionellen Bergführern in die unvergleichliche Welt der Dolomiten einzutauchen bei Schneeschuhwanderungen und Skisafaris. Und danach: Wartet der „Similde Spa“ mit reinem Dolomitenquellwasser, einem Outdoor-Sportbecken, diversen Saunen und Wellness im Einklang mit der Natur. Das Vier-Sterne-Superior-Haus ist das ideale Basecamp für alle, die die Bergwelt lieben – ohne dabei auf Luxus verzichten zu wollen.

Weitere Informationen unter:
www.cyprianerhof.com





/// Hotel Terme Meran: einfach mal der Sonne entgegen kommen

Das mediterrane Meran im Herzen Südtirols ist ein ganz besonderes Fleckchen Erde: Einen Steinwurf vom Hotel Terme Meran entfernt rauscht der Fluss Passer vorbei, über eine Fußgängerbrücke geht es zum Kurhaus und auf die Promenade und dahinter liegen die vielen Laubengassen der Meraner Altstadt. Und über den Wiesen und Dreitausendern lacht die Sonne – über 300 Tage im Jahr. Gerade im Frühling zeigt sich Südtirol von seiner schönsten Seite. Vor schneebe-



deckten Gipfeln genießen Urlauber oft schon Temperaturen um die 25 Grad und können erste Bahnen im beheizten Außenpool ziehen. Das Vier-Sterne-Superior-Haus mit direktem Zugang zur Therme verspricht traumhafte Urlaubstage mit großem Erholungsfaktor. Vom Südtiroler Stararchitekten Matteo Thun gestaltet gilt das Hotel Terme Meran mit seiner zeitgemäßen Architektur als zentrales Aushängeschild für ein neues Meran. Warum noch länger warten? Kommen Sie der Sonne entgegen und buchen Sie schon jetzt Frühlingssonne im Hotel Terme Meran.

Weitere Informationen unter:
www.hotelthermemeran.it

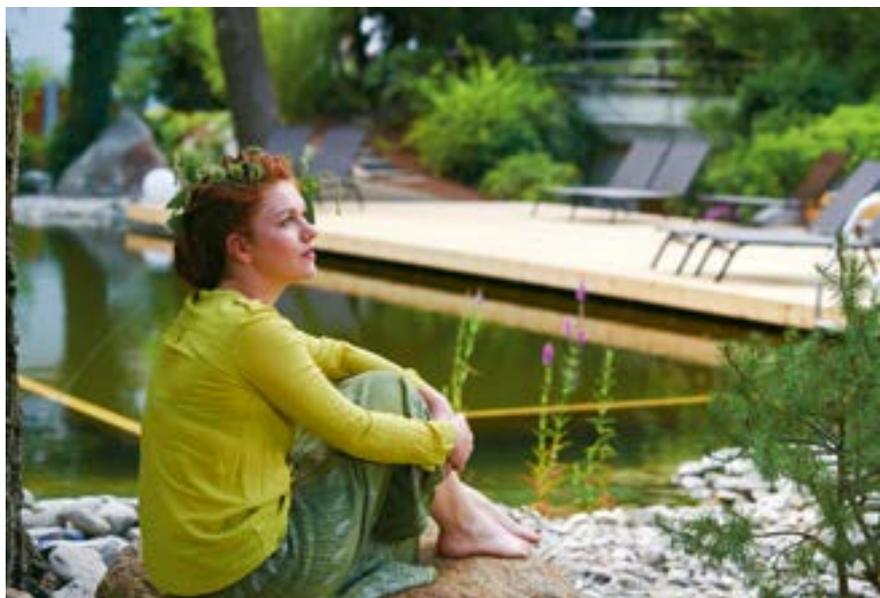
/// Hotel La Vimea in Naturns: einfach mal vegan urlauben

Regional statt global, natürlich statt hochglänzend, nachhaltig statt einwegig. Am Eingang des sonnenverwöhnten Südtiroler Vinschgaus, unweit von Meran, hat jetzt ein außergewöhnlicher Ort der Kontemplation eröffnet: das Biotique Hotel La Vimea in Naturns – das erste rein vegetarische und vegane Hotels Italiens. In der Kreativküche werden ehrliche Südtiroler Köstlichkeiten aus frischen regionalen Zutaten zubereitet. Die Ursprünglichkeit drückt sich auch auf der Weinkarte aus, die nicht mit großen Namen punk-



tet, sondern mit besonderen Tropfen aus biodynamischem Anbau. Auf ihrem Agriturismo in der Toskana erzeugen die Betreiber ihren eigenen Wein und reines Olivenöl aus handgepflückten Oliven. Die Möbel im frisch umgebauten Hotel sind von einheimischen Tischlern aus Mondholz gefertigt, das im Einklang mit den Zyklen der Natur während einer bestimmten Mondphase geschlagen wurde. Und wer mit öffentlichen Verkehrsmitteln anreist, urlaubt günstiger – und mit besserem Gewissen!

Weitere Informationen unter:
www.lavimea.com .





Exzellente Gaumenfreuden zum 30. Schleswig-Holstein Gourmet Festival

Mit einer fulminanten Jubiläums-Auftaktgala startete am 18. September 2016 das 30. Schleswig-Holstein Gourmet Festival. Der langjährige 3-Sterne-Träger Nils Henkel gab sein ausdrucksstarkes Debüt am Gastherd und begeisterte mit seiner hoch gelobten ‚Pure Nature‘-Küche die 180 Feinschmecker im Park Hotel Ahrensburg.

„Für mich ist es besonders schön, beim Jubiläum des Schleswig-Holstein Gourmet Festivals dabei zu sein, denn ich habe vor 30 Jahren meine Ausbildung in Schleswig-Holstein begonnen und so die ersten Jahre des Festivals wahrgenommen.“, fasst der gebürtige Kieler das Erlebnis zusammen. Mit ihm an den Pfannen und Kochtöpfen standen die hervorragenden Küchenchefs einiger Mitgliedshäuser. *Lutz Niemann, Matthias Gfrörer, Marc Ostermann, Gunnar Hesse und Lokalmatador Dominik Köndgen. „Wir wollten zum 30. Jubiläum Rückschau auf die eigenen Herdchampions halten, um zu zeigen, was sie in den letzten Jahrzehnten von ihren Gastköchen aus ganz Europa gelernt und weiterentwickelt haben“, sagt Klaus-Peter Willhöft, Präsident des SHGF.



/// Sylt im Herbst ist immer eine Reise wert. Erst recht, wenn so ein begnadeter Herdartist wie Ronny Siewert am 30. & 31. Oktober 2016 im ‚Fitschen am Dorfteich‘ aufkocht. Der ‚beste Koch Mecklenburg-Vorpommerns‘ vom Grandhotel Heiligendamm bringt ein Stück klassisches Frankreich auf die Insel. www.fitschen-am-dorfteich.de



/// Wenn die ersten Schneeflocken fallen wird der Berliner Promi-Koch Marco Müller am 5. & 6. November im Schulauer Fährhaus sein Küchenzepter schwingt. Der gut vernetzte Sternekoch schlägt mit seiner ‚Küchenromantik‘ die Brücke zwischen Avantgarde und deutscher Tradition. Der zweite Tag ist den jungen Feinschmeckern bis 35 Jahren vorbehalten, die mit Gleichgesinnten zum Vorzugspreis von 90 Euro ein 4-Gänge-Sternemenü in lockerer Atmosphäre genießen können. www.schulauer-faehrhaus.de





/// Im Ringhotel Landhaus Gardels weckt ARD-Köchin Jacqueline Amirfallah die Kohlregion um St. Michaelisdonn mit orientalischen Gewürzen aus dem Winterschlaf. Die Halb-Iranerin aus dem Restaurant ‚Gauß am Theater‘ in Göttingen präsentiert am 12. und 13. November ihre spannende Mischung aus norddeutschen und persischen Aromen.
www.gardels.de



/// Bei den Gästen beliebt ist der stets gutgelaunte Kenneth Hansen vom Svinklove Badehotel in Jütland. Er zählt zu Dänemarks besten Köchen und wird am 27. und 28. Januar im 4-Sterne-Superior ambassador hotel & spa mit seinen erfinderischen Kunstwerken auf den Tellern erwartet.
www.hotel-ambassador.de

/// Aufgrund des großen Erfolges findet zum SHGF-Finale am 12. März 2017 die 2. ‚Tour de Gourmet Solitaire‘ für Alleinreisende ab 40 Jahren statt. An fröhlichen Damen aus ganz Deutschland mangelt es nicht, jetzt fehlen nur noch ein paar genussfreudige Herren für einen gelungenen Sonntag in Schleswig-Holstein! Anmeldung unter shgf@plass-relations.de



/// Nachhaltigkeit par excellence bietet die urige Gutsküche in der Peripherie von Hamburg in Tangstedt. Am 12. & 13. November reist 2-Sterne-Träger Hendrik Otto aus dem exklusiven Hauptstadthotel Adlon auf das Bio-Gut Wulksfelde. Zusammen mit Gastgeber Matthias Gfrörer will er in

der offenen Küche seinen originellen, effektreichen Küchenstil präsentieren.
www.gutskueche.de

Insgesamt 33 hochkarätig besetzte Veranstaltungen richtet die Kooperation Gastliches Wikingland in 15 Häusern aus, darunter das Neumitglied Waldhaus Reinbek. 17 Gastköche und zwei Gastköchinnen treten vom 18. September 2016 bis zum 12. März 2017 im ‚echten Norden‘ an fremde Herde, um ihr Können zu zeigen. Aus dem Ausland dabei sind die Dänen Kenneth Hansen und *René Mammen, **Rolf Fliegauf aus der Schweiz und Manuel Liepert aus der Steiermark.



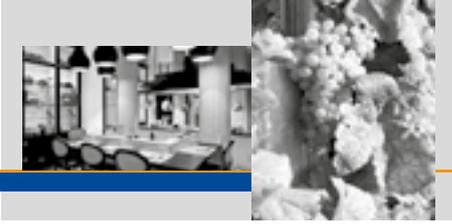
/// Nach dem Jahreswechsel bringen zwei Dänen ihre Nordische Naturküche nach Schleswig-Holstein. Am 13. & 14. Januar 2017 wird der besternte René Mammen aus Aarhus sein Festival-Debüt im neu dekorierten und erweiterten Romantik Hotel Kieler Kaufmann geben. Seine ökologisch orientierte Handschrift mit besten Produkten gilt im Nachbarland als Geheimtipp.



— KONTAKT

Kooperation Gastliches
Wikingland e.V.
Tönningerstraße 9
25840 Friedrichstadt
E-Mail: info@gourmetfestival.de
Internet: www.gourmetfestival.de





Rebe trifft Regionales

WeinHochZwei im Palais Hansen Kempinski startet in die neue Saison

Mehr als nur Weinbegleitung im Palais Hansen Kempinski. Ab Oktober lädt das Team wieder einmal monatlich ausgesuchte Winzer zu einem gemeinsamen Abend ein. Die Herausforderung für das Küchenteam: ein Menü in fünf Gängen zu kreieren, das perfekt auf die jeweiligen Weine abgestimmt ist – denn im Fokus steht die Weinauswahl, nach der die Menüfolge bestimmt wird.

Das WeinHochZwei ist neben dem Pop-Up Cooking die zweite Veranstaltungsreihe im Restaurant „Die Küche“. Die Events richten sich an Weinliebhaber, die gerne etwas Neues entdecken und Weine in der entspannten Atmosphäre des Restaurants genießen möchten. Versierten Kennern soll dabei ebenso wie interessierten Einsteigern ein kreativer und verspielter Zugang zum Thema geboten werden. Der direkte Kontakt mit den Winzern garantiert nicht nur fundiertes und interessantes Expertenwissen, sondern auch Einblicke in die Welt des Weinbaus und ermöglicht einen regen Austausch. Das Geheimnis des Abends liegt in der gründlichen Vorbereitung: Gemeinsam mit den Winzern werden die Weine für das WeinHochZwei ausgewählt und mit den Kollegen aus der Küche verkostet, um sämtliche Aromen heraus zu arbeiten. Aufbauend auf diese Aromen wird das Menü entwickelt, das sämtliche Facetten des Weines aufgreift und so auf Geruchs- und Geschmacksnoten aufmerksam macht, die zunächst nur für einen Profi zu erkennen sind.

auch international Sorten wie Cabernet Sauvignon, Merlot oder Shiraz.

Der 7. Dezember steht ganz im Zeichen italienischer Weine vom Weingut Peter Sölva & Söhne in Südtirol. Der Familienbetrieb legt ganz besonderen Wert auf die Pflege des Bodens und die Selektion der besten Traubenqualitäten. Den Gästen bietet sich an diesem Abend ein authentischer Einstieg in die Südtiroler Weinwelt. Partner sämtlicher WeinHochZwei-Abende im Herbst 2016 ist Gottardi & Partner GmbH, Wein-fachhandel seit 1897, mit Sitz in Innsbruck.

/// Palais Hansen Kempinski Wien

Das Palais Hansen Kempinski Wien befindet sich in einem denkmalgeschützten Palais am Schottenring und ist ein Teil des berühmten Prachtboulevards Ringstraße. Sehenswürdigkeiten wie das Burgtheater, der Stephansdom, das Parlament oder der Rathausplatz sind in wenigen Minuten zu Fuß zu erreichen. Mit seinem Neo-Renaissance-Gebäude und seinen innovativen Ansätzen einer iPad-Version der klassischen Hotelinformationen von A wie Ausgehen bis Z wie Zimmerservice schafft es eine Symbiose aus traditionellem Wien und modernem Zeitgeist. Im charmannten Palais erwarten Sie 152 Zimmer und Suiten, zwei Restaurants, eine Bar, eine Cigar-Lounge, sechs Veranstaltungsräume, einen Ballsaal, einen Blumenladen, einen Fitness- und Spa-Bereich, der auch Day Spa-Besuchern zugänglich ist, sowie 17 private Penthouse-Residenzen.

/// Reservierungen für WeinHochZwei am 2. November und 7. Dezember werden per E-Mail an restaurants.vienna@kempinski.com sowie telefonisch unter 0043 1/236 1000 8080 entgegen genommen. Der Abend beginnt um 18 Uhr; der Preis für ein 5-Gang-Menü inklusive korrespondierender Weine beträgt 86 Euro pro Person..



/// WeinHochZwei startet am 3. Oktober mit dem Weingut Allram aus dem Kamptal in die neue Saison. Präsentiert werden einzigartige und unverwechselbare Weine, die gleichzeitig die Nähe zur Natur widerspiegeln. Das Gebiet ist besonders bekannt für Grüne Veltliner sowie Riesling-Weine. Weine mit großer Tradition gibt es am 2. November: Bereits seit über 100 Jahren betreibt die Familie Pfneisl Weinbau im Mittelburgenland. Neben den österreichischen Sorten Blaufränkisch und Zweigelt wachsen auf dem Weingut Pfneisl

— KONTAKT

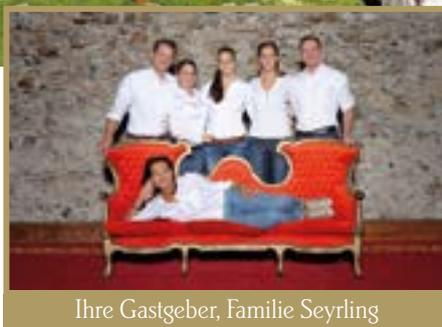
Palais Hansen Kempinski Vienna
Schottenring 24
A-1010 Wien
Telefon: +43 1/236 1000
E-Mail: info.vienna@kempinski.com
Internet: www.kempinski.com/vienna/palais-hansen



Wellness pur



Weltneuheit: Handgeschnitzte Sauna



Ihre Gastgeber, Familie Seyrling



Neu renovierte Premium Suiten

500 Jahre JUNG – getreu diesem Motto ist das Klosterbräu wahrlich einzigartig. Untermauert wird diese Philosophie durch ehrliche und herzliche Gastfreundschaft der Familie Seyrling, die seit mehr als 200 Jahren und mittlerweile in der 6. Generation das Hotel führt. Der mehrfach ausgezeichnete SPA Bereich erstreckt sich auf über 3.500 m² und bietet Ihnen sechs Saunen, darunter die



weltweit einzige handgeschnitzte Sauna „Heisszeit“, eine Poollandschaft mit Indoor- und beheiztem Außenpool, einen Massagebereich sowie exklusive Beautytreatments mit Produkten von Team Dr. Joseph und Éminence. Acht Dinnerlocations und Restaurants stehen Ihnen zur Verfügung - bekocht mit Produkten aus der eigenen Landwirtschaft. Wahrlich einzigartig. YOUNIQUE®. SEIT1516.

Spa.Yunique Wochen - Wellness Wochen

Unsere Spa.Yunique Wochen sind ideal für all jene die unseren Spiritual SPA und unser YOUNIQUE® Konzept kennen lernen wollen.

Fragen Sie auch nach den exklusiven Treatments von Éminence & Team Dr. Joseph

- ★ 4 Übernachtungen im Sommer mit € 75 Wellnessgutschein
- ★ 5 & 6 Übernachtungen mit € 100 Wellnessgutschein
- ★ 7 & 8 Übernachtungen mit € 100 Wellnessgutschein & 1 Nacht kostenlos (Kombination mit 7 +1 Angebot)
- ★ inklusive Gourmet ³/₄ Pension mit Frühstück, kleinem Mittag- und 6-Gang Abendessen
- ★ inklusive Nutzung unseres Spiritual SPA mit Poollandschaften und neuem Saunabereich
- ★ inklusive den Klosterbräu-Luxury-Services

Gültig in folgenden Zeiträumen:

Sommer & Herbst 2016:

01.09. bis 20.11.2016

Winter 2016/2017:

07. bis 21.12.2016

08.01. bis 04.02.2017

05. bis 26.03.2017

attraktiver
Wellness-
gutschein

www.klosterbraeu.com

Hotel Klosterbräu ***** & SPA - Familie Seyrling - Gastgeber mit Herz und Seele, seit über 200 Jahren
Klosterstraße 30 · 6100 Seefeld in Tirol, Austria · Tel +43.5212.2621 · anfrage@klosterbraeu.com

NeoGen™

eine neue Generation
titanverstärkter Membranen



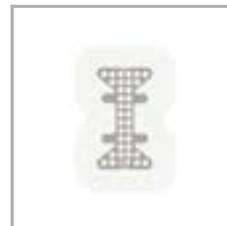
Membran - S I
Klein Interproximal
29 x 14 mm



Membran - M I
Mittel Interproximal
30 x 19 mm



Membran - L I
Groß Interproximal
36 x 21 mm



Membran - M
Mittel
32 x 22 mm



Membran - L
Groß
34 x 25 mm