

Wie viel Marketing ... – Fortsetzung

Anzahl an Informationswegen gehören zum Alltag. Dieses weite Feld der Werbung erfordert eine gewisse Anzahl an Spezialisten, wenn das Gesamtpaket Marketing erfolgreich wirken soll.

Gut ist, wenn sich der Praxisinhaber heute an ein Unternehmen mit weitreichender Kompetenz oder Spezialisten im Hintergrund wenden kann. Mit einem einfachen, bunten Flyer ist es in der Marketingkonzeption nämlich nicht getan. Ein Konzept entsteht mit einem Ziel und einer zur Erreichung dieses Ziels ausgearbeiteten Planung, aus der sich alle Maßnahmen und Kosten ableiten.

Ein Netzwerk für alle Anforderungen rund um die werbliche und strategische Unternehmenspräsentation und -entwicklung

Oft wollen die Zielpersonen keine umfassende Aufklärung, sondern lediglich Informationen, die ihnen zum Verständnis dienen. **Sie wollen ein gutes Gefühl für die richtige Entscheidung haben.** Emotionen transportieren unser Gefühl von Image, Qualität und (persönlichen) Werten. Auch bei der Markenbildung spielen Emotionen eine wichtige Rolle – **Markenbildung ist auch immer ein Stück Meinungsbildung.** Emotionen sind

glaubhafter, positiv verstärkend, durchdringend und wohltuend. Mit Emotionen kann eine einmalige, unverwechselbare Markenidentität entstehen, die dann mithilfe der entsprechenden Marketingmaßnahmen gefördert wird, sodass starke Erträge erzielt werden können.

Dabei ist es wichtig, die Identität einer Marke aufzubauen und durch das Erscheinungsbild, die Kommunikation, die Kultur und das Verhalten zu stützen. **Marketing nach außen ist dabei auch immer Marketing nach innen.** Das heißt, ein Unternehmen muss sowohl nach außen als auch nach innen funktionieren. Erscheinungsbild und Kommunikation sind dabei die Faktoren, die stärker nach außen wirken, Kultur und Verhalten des Unternehmens spiegeln sich stärker innen wider. Wird nur eine der vier Komponenten anders nach außen getragen, als sie im Inneren des Unternehmens gelebt wird, kann das schwere Folgen für die Imagebildung oder -verstärkung haben. Aus diesem Grund ist es wichtig, Marketing nicht nur nach außen, sondern auch nach innen strategisch zu planen. Dazu muss das Team auf die neue Marke gebracht werden und diese auch in allen Facetten leben.

Viele sprechen vom sogenannten CI – der Corporate Identity – aber nur wenige leben sie wirklich: die Markenidentität, die Merkmale, die ein Unternehmen oder auch eine Zahnarztpraxis ausmachen und die sie von anderen unterscheiden. Wenn ich mich als Familien-Zahnarztpraxis posi-

tioniert und meine Marke emotional mit dieser Zielrichtung aufgeladen habe, um gezielt meine Patientenzielgruppe anzusprechen, brauche ich die entsprechende Kommunikation, die passenden Angebote und die richtigen Räumlichkeiten. Auch mein Team muss diesen Markenkern leben. Andernfalls bleibt meine Marke mit meinen Merkmalen, die meine Praxis ausmachen, ein Lippenbekenntnis – mehr nicht. Diese Inkongruenz, die häufig anzutreffen ist, merken Patienten ganz schnell. **Ohne Ihr Team auf die „Markenreise“ mitzunehmen und darauf einzuschwören, werden Sie Ihre Marke nicht als Marke für Patienten erlebbar machen können.** Eine Marke aufzubauen ist wie ein Puzzle – ein Teilchen muss zum anderen passen. Erst dann entsteht ein Bild, das erkennbar ist.

Um Kunden eine große Bandbreite aller erforderlichen Leistungen bieten zu können, arbeiten wir seit vielen Jahren in Netzwerken und mit vielen Spezialisten zusammen. Daraus ist lokal das Medienhaus Nordenham entstanden, mit dem

wir in Kooperation Full-Service-Leistungen rund um den Markenauftritt bieten. Mit Konzeption, Kreation, Werbetechnik mit CNC-Frästechnik und Leistungen im Event- und Messebereich ist alles abgedeckt, um einen Markenauftritt optimal zu gestalten. Mit unserem Netzwerk stehen wir seit über 15 Jahren auch Kunden aus dem medizinischen und dentalen Bereich zur Seite. In den letzten Jahren sind weitere Spezialisten hinzugekommen, sodass wir heute ein wichtiges Spektrum für die auf Erfolg ausgerichtete Zahnarztpraxis anbieten können – von Strategieberatern über Abrechnungsspezialisten bis hin zu Trainern und Coaches für Teambuilding und Kommunikation. Den Kunden stehen so viele positive Lösungsansätze zur Verfügung.

Mit einem guten Netzwerk wird Ihre Marke oder Dienstleistung positiv am Markt positioniert, durch die passenden internen und externen Marketingmaßnahmen unterstützt und das Image Ihres Unternehmens gestärkt – für Ihren Erfolg!

Beitrag von Matthias Strupowsky



Matthias Strupowsky
Spezialist für Markenbildung, Design und Kreation
MSW Werbung GmbH
Martin-Pauls-Straße 156
26954 Nordenham
Tel.: 0 47 31 94 25-0
E-Mail: info@mswwerbung.de
www.mswwerbung.de

Herzlich willkommen an Bord – unsere neuen Auszubildenden!

Auch in diesem Jahr haben wir wieder „Nachwuchs“ bekommen! Seit 68 Jahren bildet Dental Technik Kiel bereits aus – und das aus gutem Grund: Hier legen wir den Grundstein für unseren Anspruch an qualitativ hochwertigen Zahnersatz. Seit vielen Jahren zeichnen sich das Labor und die Auszubildenden durch überaus erfolgreiche Abschlussergebnisse aus. In diese Fußstapfen treten nun also unsere neuen Auszubildenden. Wir freuen uns sehr, Ihnen diese heute vorstellen zu dürfen (im Bild von links nach rechts):



- Pia Rattay
- Hazal Mavinehir
- Sarah Plag
- Amelie Friedsam
- Kira Adolph
- Praktikant Julius Diedrich

Diese fünf jungen Menschen sind seit dem 3. August 2016 Teil unseres Teams und haben mit großen Erwartungen und Engagement ihre Ausbildung in unserem Unternehmen begonnen.

Wir freuen uns auf eine spannende und erfolgreiche Zeit! Herzlich willkommen an Bord!

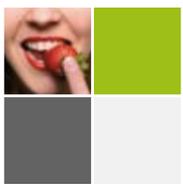
Frischer Wind für die Kiel-Mannschaft!

Seit März 2016 ist Dean Gillgen mit an Bord unseres Labors und hat sich schnell bei uns eingelebt. Der gebürtige Siegburger ist seit mehr als 20 Jahren der Zahntechnik mit Leib und Seele verbunden. Als Generalist hat er sich in allen zahntechnischen Sparten Wissen angeeignet, bevor er mit den Schwerpunkten Keramik und ästhetische Restaurationen die stellvertretende Laborleitung in einem kleinen Betrieb in Troisdorf annahm.

Doch man kann keine neuen Ozeane entdecken, wenn man nicht den Mut hat, die Küste aus den Augen zu verlieren. Deshalb ist er nach langen Jahren erneut in See gestochen und hat bei Dental Technik Kiel „angelegt“ – auch hier (zunächst) als stellvertretender Laborleiter sowie Kundenbetreuer. Mit seiner Kreativität, seiner Empathie für Kunden und Kollegen und seiner kommunikativen Persönlichkeit ist er schnell fester Bestandteil der Mannschaft geworden. Er weiß genau: Wo man nicht segeln kann, muss gerudert werden. Das zeichnet ihn als tatkräftigen Kollegen und Vorgesetzten aus.



Aufgrund seiner Vorliebe fürs Meer wünschen wir unserem neuen Meister und Kundenbetreuer das Waidmannsheil der Matrosen: Mast- und Schotbruch und immer eine Handbreit Wasser unterm Kiel!



Mitarbeiterführung: Schema F war gestern!

Jeder Praxisbetrieb und jedes Unternehmen kann nur so gut sein wie seine Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen. Das klingt simpel, trifft zu und ist in Zeiten des Fachkräftemangels von sehr viel größerer Bedeutung als noch vor wenigen Jahren.

Welchen Stellenwert ein gut funktionierendes und motiviertes Team hat, merken manche Praxisinhaber und -inhaberinnen erst dann, wenn es zu Problemen, Krisen oder Reibungsverlusten bei Arbeitsabläufen oder gar zu Beschwerden von Patienten oder Kündigungen kommt. Exzellente Leistungen werden von Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen nur dann erbracht, wenn diese sich wertgeschätzt fühlen, Sinn in ihrer Arbeit sehen und klar geführt werden. Wie aber kann ich als Praxischef/-in genau das erreichen? Laut einer Studie der Harvard University gibt es keine Gebrauchsanleitung für die „richtige“ Mitarbeiterführung, aber es gibt einige Grundsätze, die Ihnen dabei helfen. Zwei davon sind:

Führen Sie mit Integrität und Vertrauen!

Vertrauen spielt bei der Mitarbeiterführung die erste Geige. Nur wenn Ihre Mitarbeiter/-innen Ihre Werte kennen, Ihre Entscheidungen mit Ihren Wertvorstellungen im Einklang sind und sie Ihre Motivation hinter den Handlungsweisen verstehen, werden Sie Vertrauen schaffen.

Führen Sie authentisch!

Kennen Sie Ihre Stärken, aber auch Ihre Potenziale. Je mehr jemand mit sich im Reinen ist, je authentischer er also agiert, desto glaubwürdiger und besser ist erwießenermaßen seine Führung. Selbsterkenntnis ist also der erste Schritt zu einer guten Führung. Wer sich selbst und seine Motivation versteht, versteht sie auch bei seinen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen besser.

*"Wer andere kennt, ist klug,
wer sich selbst kennt, ist weise."*

(Laotse)

Das persolog®-Persönlichkeitsmodell: DISG

Schon Hippokrates hat vier Persönlichkeitstypen unterschieden: Choliker, Sanguiniker, Phlegmatiker und Melancholiker. Jüngste neurowissenschaftliche Erkenntnisse stützen die Theorie dieser vier Tendenzen. Auch die vier Handlungsmotive, die der Psychologe John G. Geier lange erforscht hat, können mit diesen vier Grundtendenzen in Verbindung gebracht werden. Geier entwickelte in den 1960er-Jahren ein Verhaltensmodell, das auf den Vorarbeiten des amerikanischen Psychologen William Moulton Marston basierte (1920er-Jahre). Das DISG-Persönlichkeitsmodell ist das in Deutschland wahrscheinlich am häufigsten in Unternehmen und Coachings eingesetzte standardisierte Verfahren. Es ist leicht verständlich, alltagstauglich, vermittelt ganz pragmatisch Basiswissen über die vier Verhaltenstendenzen und hat sich in der Zusammenarbeit mit Zahnarztpraxen bestens bewährt. In der Selbstführung und der Mitarbeiterführung, aber auch in der Patientenführung und -beratung liefern die Erkenntnisse wertvolle Hinweise zum Umgang und zur Kommunikation mit anderen.

Grundsätzlich unterscheidet das Modell zwischen intro- und extrovertierten sowie menschen- und aufgabenorientierten Verhaltensdimensionen.

D Dominant: extrovertiertes und aufgabenorientiertes Verhalten

Die Stärken der Dominanten sind ihr starker Wille, ihre Energie und die damit verbundene hohe Zielorientierung und -erreichung. Ihr Ziel ist es, ihr Umfeld zu gestalten. Auftauchende Widerstände sind für sie eher eine Herausforderung. In erster Linie sind sie an Ergebnissen interessiert und meist kann es ihnen mit der Umsetzung ihrer Pläne gar nicht schnell genug gehen. Entscheidungen werden schnell getroffen. Ihr Grundbedürfnis ist die Unabhängigkeit von äußeren Umständen, aber auch von Menschen. Meist kommen

sie im Gespräch ohne große Umschweife auf den Punkt; Small Talk liegt ihnen nicht. Mögliche Schwächen sind ihre Ungeduld und ihr bestimmendes Auftreten.

I Initiativ: extrovertiertes und menschenorientiertes Verhalten

Die Stärken der Initiativen sind ihre offene, motivierende Art und ihr Tatendrang. Auch sie möchten ihr Umfeld gestalten, jedoch ohne Widerstand überwinden zu müssen. Sie suchen sich eher die Hilfe anderer, sind gute Netzwerker und mögen es gerne, im Team zu arbeiten. Entscheidungen werden meist ganz spontan gefällt (und hinterher auch manchmal bereut). Ihr Grundbedürfnis ist die Akzeptanz anderer Menschen. Mit ihrer hohen Gesprächsbereitschaft verzetteln sie sich manchmal in der Gesprächsführung. Mögliche Schwächen sind ihre Oberflächlichkeit, mangelnde Detailgenauigkeit und ihre Defizite im Organisatorischen.

S Stetig: introvertiertes und menschenorientiertes Verhalten

Zu den größten Stärken der Stetigen gehören ihre Verlässlichkeit, ihre hohe Teamfähigkeit und ihr Gespür für Menschen. Letztgenannter Punkt kann jedoch zur Schwäche werden, wenn das Harmoniebedürfnis im Team oder mit Menschen höhere Priorität bekommt als die Erreichung des Ziels. Sie sind gute Planer und lieben klar strukturierte Abläufe. Für Entscheidungen, vor allem, wenn sie mit Veränderungen einhergehen, benötigen sie viel Zeit und sind häufig auch unentschlossen. Ihr Grundbedürfnis ist Sicherheit. In der Kommunikation sind Stetige geduldige Zuhörer und Erklärer. Die Gesprächsatmosphäre ist harmonisch. Eine mögliche Schwäche ist ihre Vermeidung von Konflikten: Häufig werden Konflikte erst gar nicht angesprochen.

Mitarbeiterführung – Fortsetzung

Gewissenhaft: introvertiertes und aufgabenorientiertes Verhalten

Die größten Stärken der Gewissenhaften sind ihre Ausdauer und ihre Genauigkeit. Sie sind sehr disziplinierte und sachliche Menschen, die Ordnung lieben, genau und präzise planen und großen Wert auf Details legen. Für sie sind im Gegensatz zum D- oder I-Typ Zahlen, Daten und Fakten sehr wichtig und sie treffen Entscheidungen nach der Bewertung aller Informationen. Ihr Grundbedürfnis ist, die Dinge richtig zu machen. Ihre Kommunikation ist meist sachlich und diplomatisch. Mögliche Schwächen sind, dass sie oft zu vorsichtig und zu gründlich agieren und sich im Perfektionismus verlieren.

auch zu möglichen Konsequenzen zu machen. Sie finden das brutal? Der Dominante würde im umgekehrten Fall genauso mit Ihnen kommunizieren.

Kritikgespräch mit **initiativen** Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen

Auf unangenehme Wahrheiten reagieren Initiativen oft ausweichend und angesprochene Probleme werden häufig heruntergespielt. Lassen Sie sich hiervon nicht beirren, bleiben Sie hartnäckig am Thema und legen Sie den Finger in die Wunde, auch wenn Ihr Mitarbeiter bzw. Ihre Mitarbeiterin zurückzuckt. Klingt eher grausam, aber Ihr initiativer Mitarbeiter/Ihre initiativ Mitarbeiterin wird vermutlich alles daran setzen, um von dem Problem abzulenken, zaubert andere Sündenböcke aus dem Hut oder

Ihre Kritik, die Sie betont auf die Sache beziehen sollten, unbedingt von den positiven Aspekten ab.

Sprechen Sie abschließend Schritt für Schritt einen detaillierten Aktionsplan durch, was Sie zukünftig von Ihrem Mitarbeiter bzw. Ihrer Mitarbeiterin erwarten. Bieten Sie an, dass Sie in der nächsten Zeit gerne regelmäßig Feedback geben, ob Ihr/-e Mitarbeiter/-in auf dem richtigen Weg ist. Er/Sie wird es vermutlich dankbar annehmen.

Kritikgespräche mit **gewissenhaften** Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen

Kritik an ihrer Arbeit nehmen gewissenhafte Mitarbeiter/-innen nicht nur persönlich, es kann sogar sein, dass sie hier ihre Stacheln ausfahren. Rechnen Sie damit. Dies sind die Typen, die sich über die Qualität ihrer Arbeit definieren. Deshalb bringen Sie sehr gewissenhafte Menschen mit Ihrer Kritik völlig aus der Fassung. Bleiben Sie hier völlig sachlich, machen Sie sich auf Gegenwind gefasst und bringen Sie am besten genau aufgelistete Fakten mit. Geben Sie auch diesen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen eine feste Struktur an die Hand, an der sie sich zukünftig orientieren können. Erstens: klare Zeit- und Zielvorgaben, zweitens: detaillierte Pläne zum erwarteten Verhalten, drittens: fortlaufende Sachdiskussionen über erbrachte Ergebnisse.

Bei aller Notwendigkeit von Kritik ist die Art, wie diese Kritikgespräche geführt werden, entscheidend dafür, ob ein/-e Mitarbeiter/-in hinterher erhobenen oder gesenkten Hauptes den Raum verlässt. Wenn wir ehrlich sind: Es ist nicht immer leicht, Kritik einzustecken und positiv zu verarbeiten. Hilfreich sind aus diesem Grund eine typgerechte Kommunikation, klar benannte, belegbare Kritikpunkte und eine transparente Erwartungshaltung mit einem Zeitplan. Dann wird auch nicht mehr Porzellan zerschlagen als nötig – gerade in diesen Zeiten, wo neue Mitarbeiter/-innen nicht gleich um die nächste Ecke liegen.

Das Wissen um die unterschiedlichen Verhaltenstendenzen und damit verbunden die unterschiedlichen Persönlichkeitstypen hilft Ihnen bei allen möglichen Führungsaufgaben: beim Einstellungsgespräch, in der allgemeinen Kommunikation, bei der Aufgabenverteilung (Delegation), bei der Mitarbeiterentwicklung, bei der Mitarbeitermotivation, bei Entscheidungsaufgaben, in der Patientenberatung, in der Patientenführung ... Die Liste ist beliebig fortsetzbar.

Der Mensch ist natürlich viel komplexer, als ein Persönlichkeitsmodell es je darstellen kann. Es beschreibt lediglich beobachtbares Verhalten. Aber genau das macht es so einfach, damit umzugehen und dieses Wissen für unsere Führung, Beratung und den Umgang mit anderen zu nutzen.

■ Beitrag von Christine Moser-Feldhege



perolog
cmf consulting
 Christine Moser-Feldhege
 info@cmf-consulting.de
 www.cmf-consulting.de
 Tel.: 01 75 5 45 08 00

In der Praxis: Erste Tipps zur effizienten Mitarbeiterführung

Über die Erkenntnis des eigenen Persönlichkeits- und damit auch Kommunikationstyps hinaus ergeben sich aus dem DISG-Modell auch Tipps für mehr Effizienz in der Kommunikation, in der Führung und in der Beratung mit anderen.

Kritikgespräche gehören im Führungsalltag zum täglichen Brot. Je nach Verhaltenstyp reagieren Menschen unterschiedlich auf Kritik. Besonders bei „dynamitgeladenen“ Themen zahlt sich die Mühe einer gesonderten Ansprache bezogen auf jeden der vier Verhaltenstypen aus.

Kritikgespräch mit **dominanten** Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen

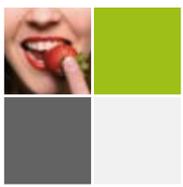
Dominante Menschen schätzen deutliche Worte. Steuern Sie direkt aufs Ziel zu und sagen Sie, wo Ihre Kritik liegt und was Sie sich anders wünschen. Klären Sie Maßnahmen ab sowie Zeitlimits, bis wann Sie die Änderungen wünschen. Versäumen Sie nicht, glasklare Ansagen

verweist auf widrige Umstände. Hier helfen Ihnen harte Fakten, die unmissverständlich auf den Tisch kommen.

Trotz aller Strenge sollten Sie dem Gespräch eine positive Wendung geben. Sie erinnern sich: Das Grundbedürfnis der Initiativen ist die Akzeptanz der anderen und eigentlich sind I-Typen aufgeschlossen und aufnahmebereit. Gute Beziehungen sind ihnen wichtig. Setzen Sie exakte Ziel- und Zeitvorgaben und zeigen Sie auf, welche konkreten Aktionen die Leistungen verbessern können. Bleiben Sie auch nach dem ersten Gespräch weiter in Kontakt.

Kritikgespräch mit **stetigen** Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen

Die Stetigen nehmen Kritikgespräche sehr ernst und meist sehr persönlich. Ihre Grundtendenz, es alles recht zu machen, ist hier gestört und sie sind völlig unglücklich, wenn jemand etwas an ihnen auszusetzen hat. Hier sind die berühmten Samthandschuhe gefragt. Stetigen Menschen sind die Selbstzweifel schon fast auf die Stirn geschrieben. Hier ist es hilfreich, zunächst die Wertschätzung auszudrücken, die Sie für die Person und auch für ihre sonstige Arbeitsleistung empfinden. Trennen Sie also



22 Jahre Implantattechnik bei Kiel

Eine Implantatversorgung, festsitzend oder verschraubt, ist nicht nur eine Frage der Philosophie!

Statistisch gesehen liegen die Wachstumsraten der verkauften Implantate in Europa über alle Hersteller hinweg nur noch im einstelligen Bereich. Von einem „Rückgang“ implantatprothetischer Versorgung kann jedoch bei Dental Technik Kiel keine Rede sein – im Gegenteil: Seit vielen Jahren etabliert sich die Implantatprothetik zu einer festen Größe im Produktportfolio von Kiel. Diese Tatsache erfordert sowohl auf der Fertigungsseite (CAD/CAM oder Goldguss), der Materialseite (Zirkon, Titan, Legierung, PMMA, PEEK, Lithium-Disilikat) als auch der technischen Seite (zementiert, verschraubt oder Hybrid) Flexibilität, um auf alle (Implantat)-Fälle angemessen reagieren zu können.

„Individuell“ ist der Standard bei Kiel

Nach dem Motto: „Das Bessere ist der Feind des Guten“, werden bei Kiel ausschließlich individuelle Abutments hergestellt. Mit Einführung der CAD/CAM-Technik ist es technisch und wirtschaftlich möglich, das Durchtrittsprofil (Emergenzprofil) des Abutments so zu gestalten, dass laborseitig eine anatomische Kronenform und praxiseitig eine sichere Befestigungskontrolle erreicht wird. Ein weiterer Vorteil ist durch optimale Unterstützung der Weichgewebe eine verbesserte „Rot-Weiß-Ästhetik“.

Zementierte Implantatprothetik

Durch ein annähernd wurzelanatomisches Durchtrittsprofil gestaltet das individuelle Abutment die umliegenden Weichgewebe. Bei entsprechender Abutmentausdehnung im approximalen Bereich wirkt die Abutmentschulter als „Stütze“ der Papille und bietet, je nach Materialwahl und Oberflächenbeschaffenheit, die Möglichkeit eines epithelialen Attachments.



Okklusal verschraubte Kronen, fertig zum Einsetzen

Die Wahl des Materials ist keine Qual!

Neben der klassischen Goldlegierung in der Angusstechnik mit HSL-Basen stehen für Abutments mit der CAD/CAM-Technik auch Titan (mit und ohne Beschichtung), Keramiken wie Zirkonoxid oder Lithium-Disilikat und Kunststoffe wie PMMA und PEEK (alle mit Titanklebebasis) zur Verfügung.

Die individuellen CAD/CAM-Abutments werden mithilfe eines Abutmentdesigners digital konstruiert (CAD) und mittels digitaler Frästechnik (CAM) gefertigt. Der große Vorteil dieser Technik besteht darin, dass sowohl die Ausdehnung des Abutments als auch die Position des Kronenrandes an die individuellen Gegebenheiten angepasst werden können. Üblicherweise gestalten wir den Abschlussrand palatinal leicht supragingival und vestibulär leicht subgingival (Voreinstellung: vestibulär 1 mm, mesial und distal 0,75 mm und oral 0,5 mm). Diese Parameter stehen aber auch in Abhängigkeit zu Materialwahl und Gingivatyp.

Die Designsoftware bietet darüber hinaus auch die Möglichkeit, mehrere Abutments mit der gleichen Einschubrichtung zu gestalten. Diese Funktion ist bei Brückenarbeiten selbstverständlich. Zusatzfunktionen ermöglichen aber die einheitliche Ausrichtung der Abutmentkörper aufs Grad genau. Damit erweitert sich der Einsatz hin zu teleskopierenden Versorgung. Diese können dann beispielsweise mit der Galvanotechnik kombiniert werden.

Als Vorteile der zementierten Implantatprothetik kann festgehalten werden, dass gewisse Versorgung (bei „komplexen“ Implantatstellungen) ohne diese Option gar nicht erfolgen könnten. Hier würden die möglicherweise vestibulär austretenden Schraubenkanäle die Ästhetik zu stark beeinträchtigen. Als Nachteil muss eindeutig die Gefahr einer Periimplantitis durch übersehene Zementreste im Sulcus genannt werden. Studien belegen, dass Patienten mit einer behandelten Parodontitis ein vielfach



Krone in situ nach Verschluss des Schraubenkanals



Oben: Abutments, vorbereitet zum Scannen mit vorbereitetem Gingivamanagement

Links: Verblendete Kronen auf Implantaten zur Zementierung

höheres Risiko für eine periimplantäre Infektion haben als Patienten ohne parodontale Vorerkrankung. Aber auch ohne Vorerkrankungen kann der Zementspalt diesbezüglich als Risikofaktor betrachtet werden (vgl. Linkevicius T, Puisys A, Vindasiute E, et al. „Does residual cement around implant-supported restorations cause peri-implant disease? A retrospective case analysis“). Schraubenlockerungen oder Schraubenbrüche führen bei zementierter Implantatprothetik ebenfalls fast zwangsläufig dazu, dass Kronen oder Brücken zur Entnahme zerstört werden müssen, weil der Schraubenkanal nicht zielgenau dargestellt werden kann.

Die okklusal verschraubte Lösung

Eine okklusal verschraubte Prothetik ist überwiegend im Seitenzahnbereich indiziert. Als Fertigungsmöglichkeit stehen wieder sowohl die konventionelle Gusstechnik (Goldlegierung) als auch die CAD/CAM-Technik zur Verfügung. Auf der digitalen Seite setzen wir NEM, Zirkon oder Lithium-Disilikat (e.max) ein. Die keramischen Materialien werden als Hybridabutments gefertigt, bei denen die Anschlussgeometrie aus einer Titanklebebasis besteht, welche nach abgeschlossener Verblendung laborseitig extraoral verklebt wird. Keramischer Aufbau und Klebebasis werden im Designprogramm zusammen konstruiert und erreichen durch industriell voreingestellte Parameter eine unübertroffene Passungsgenauigkeit.

Die konventionell hergestellten Goldabutments werden als Gerüstkörper so gestaltet, dass sie direkt mit herkömmlicher Schichtkeramik verblendet werden können.

Der Vorteil der einteilig okklusal verschraubten Lösung ist das einfache und zeitsparende Handling beim Ein- und Ausschrauben. Die Mukosa wird nicht durch eine im Sulcus liegende Klebefuge irritiert und damit besteht auch nicht die Gefahr übersehener Zementreste. Besteht die Notwendigkeit, die Krone vom Implantat zu entfernen, wird lediglich der Schraubenkanal geöffnet. Dieser ist üblicherweise mit Composite verschlossen, das



leicht zu entfernen ist. Sicherlich unterliegt der Compositeverschluss über die Jahre einer Farbänderung, die den Verschluss sichtbar macht. In der Regel unterliegt die Befestigungsschraube während der Tragezeit und beim Ausschrauben aus dem Implantat einer Abnutzung, die deren Halteeigenschaften bei einer erneuten Verwendung herabsetzt. Daher wird bei einer erneuten Befestigung der Krone die Verwendung einer neuen Schraube empfohlen. Galt bislang eine stärkere Angulation der Implantate als Ausschlusskriterium für okklusal verschraubte Versorgung, so hat die Industrie inzwischen hier für eine deutliche Erweiterung der Möglichkeiten gesorgt: Ein speziell gestalteter Schraubenkopf ermöglicht einen Ausgleich von bis zu 30 Grad und bietet nun okklusale Verschraubungen, die mit einer „konventionellen“ Schraube vestibulär zum Liegen gekommen wären. Dieses Schraubendesign steht allerdings nicht für alle Implantatanbieter zur Verfügung.

Fazit

Nach fast 70 Jahren Erfahrung in der Zahntechnik beobachtet Dental Technik Kiel, dass viele Techniken in der Zahnheilkunde unterschiedlichen Zyklen unterliegen. Zurzeit sehen wir, dass es bei unseren Kunden einen vermehrten Trend zu okklusalen Verschraubungen gibt. Ob Trend oder grundsätzlicher Paradigmenwechsel, lässt sich noch nicht beantworten. Sicher ist, dass wir für Ihre individuelle Fallstellung eine Lösung anbieten können, die Ihren chirurgischen, prothetischen und ästhetischen Anforderungen genügt. Sollten Sie die Schnittstelle der intraoralen Abformung öffnen, bietet diese wiederum Möglichkeiten, die wir gemeinsam bewerten können (vgl. auch „Navigierte Implantologie – alles Schablone oder was?“, Artikel von Andreas Hoch, KIELaktuell, Ausgabe 1/2016). Wir freuen uns auf Ihre Impulse und bleiben bis dahin ein innovativer Technikpartner an Ihrer Seite!

Beitrag von Ztm. Christoph Kampe

Dieser Artikel entstand mit freundlicher Unterstützung mit Bildmaterial der Praxis für Zahnheilkunde Dr. Bernd Dickmeiss (www.dr-dickmeiss.de).

Nachbericht: 14. September 2016 – der Tag der Provisorien!

Am 14. September 2016 machten sich in einem praktischen Basiskurs Zahnärzte, Zahnärztinnen sowie zahnmedizinische Fachangestellte mit der Herstellung provisorischer Kronen und Brücken vertraut.

Die Referentin Doris Hartmann, Zahntechnikerin und Medizinproduktberaterin bei der DMG Chemisch-Pharmazeutischen Fabrik GmbH, vermittelte den Teilnehmerinnen und Teilnehmern ganz praxisnah viele Tipps und Tricks.

Nach einem ersten Theorieteil rund um das Thema Provisorium, von der Abformung angefangen über provisorische Zemente bis hin zum Ausarbeiten von

Provisorien, ging es direkt im Anschluss in medias res und die Teilnehmer/-innen stellten „ihre“ Provisorien mit selbsthärtenden Bis-Acryl-Composite-Materialien her. Und weil Lernen und Arbeiten hungrig macht, konnten die Teilnehmer/-innen im Anschluss das Erlernte in netter Runde bei dem einen oder anderen leckeren Häppchen diskutieren. Das Fazit: besonders praxisnah und sehr anwenderfreundlich!

Übrigens war nach der ersten Ausschreibung des Kurses die maximale Teilnehmerzahl von acht Personen schnell erreicht. Wie gut, dass wir schon einen zweiten Termin für den 28. Oktober 2016 geplant haben!

■ Birgit Pick



Referentin Doris Hartmann „in Aktion“ mit zwei der Teilnehmer

Veranstaltungstipps 2016

16. November 2016

In nur zwei Sitzungen zur Totalprothese – das Baltic Denture System von Merz Dental



Mehr Effizienz für Ihre Praxis: Lernen Sie die Prozesse des Baltic Denture Systems kennen und die damit bisher einzigartige Möglichkeit, Totalprothesen in hoher Qualität wirtschaftlich und effizient zur Zufriedenheit Ihrer Patienten herzustellen.

Der zahnärztliche Ablauf im Baltic Denture System sieht Abformung, Bissnahme und Übertragung vor. Hierzu wurde das ^{BD}KEY® Set entwickelt, welches die Prozessschritte in der Zahnarztpraxis sicher und schnell in zwei Sitzungen gestaltet und Schlüsselinformationen an das Labor überträgt.

Ihr Nutzen in der Praxis:

- hohe Prozesssicherheit durch vorhersagbare Ergebnisse
- nur zwei Sitzungen durch Zusammenfassung der zahnärztlichen Abläufe
- mehr Zeit für den Patienten durch Reduzierung der Prozessschritte
- Patientenzufriedenheit durch hohe Passgenauigkeit und Stabilität, reduziertes Allergiepotezial, Plaque-resistenz und weniger Arzttermine

Im Rahmen dieser Fortbildungsveranstaltung stellt Ihnen Dr. Dr. Olaf Klewer, Zahnarzt in Aachen, den kompletten Prozess des Baltic Denture Systems vor. Dabei präsentiert er die Arbeitsschritte der Abformung sowie die Bissnahme und Übertragung mithilfe des ^{BD}KEY® Sets in der Praxis.

Referent: Dr. Dr. Olaf Klewer
www.paraixcellence.de
Datum: Mittwoch, 16. November 2016,
17:00 – ca. 20:30 Uhr
Ort: Dental Technik Kiel, Bonn
Kielpreis: 49,- EUR inkl. MwSt.

Weitere Informationen erhalten Sie von Dirk Pick, Dental Technik Kiel, d.pick@dental-technik-kiel.de oder telefonisch unter 0228 – 2 59 05 - 0

Save-the-Date: Vorschau 2017



In Kooperation mit GERL Dental bieten wir Ihnen folgende Seminare an:

1. Hygiene mit Bianca Wandersee, GERL Dental
 - Freitag, 10. Februar 2017, 13:00 – 17:00 Uhr
Schwerpunkt Praxisbegehung
 - Freitag, 24. November 2017, 13:00 – 17:00 Uhr
Jährliche Aktualisierung der Sachkunde
2. Prophylaxe mit Claudia Esser, GERL Dental
 - Mittwoch, 22. Februar 2017, 13:00 – 17:00 Uhr
Erwachsenenprophylaxe
 - Freitag, 1. September 2017, 13:00 – 17:00 Uhr
Prophylaxe-Update

Impressum

Herausgeber:



DENTAL
TECHNIK
KIEL

Dental Technik Kiel GmbH
Auf der Kaiserfuhr 19
53127 Bonn-Lengsdorf
Telefon 0228 – 2 59 05 - 0
Fax 0228 – 2 59 05 - 30
www.zukunftmitbiss.de
info@dental-technik-kiel.de

Verantwortlich für den Inhalt:

Dirk Pick, Andreas Hoch

Redaktion: Christine Moser-Feldhege

© Alle Rechte beim Herausgeber. Nachdruck und Wiedergabe jeglicher Art, auch auszugsweise, nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Herausgebers. Alle Angaben ohne Gewähr.