

KIEL *aktuell*

Die Kundenzeitung von Dental Technik Kiel – Ausgabe 2/2017

editorial

**Positionierung:
Wer bin ich?
Was kann ich?
Und was bin ich wert?**



©By-ARBEIT-GROUP

Wer diese Fragen für sich beantworten kann, hat festen Boden unter den Füßen. Sowohl als Persönlichkeit als auch als Unternehmen oder Zahnarztpraxis. Wer seine (Unternehmens-) Identität nicht kennt, sollte sich auf „Selbstfindungsreise“ begeben.

Eine Organisation, die keine Idee zur eigenen Identität, Kompetenz und Wertigkeit hat, wird über kurz oder lang nicht bestehen können. In den anhaltend turbulenten Zeiten werden hauptsächlich die bestehen, die ihre Position und ihre Stärke am besten ausspielen können. Im Fußball käme schließlich auch keiner auf die Idee, einen exzellenten Offensivspieler im defensiven Mittelfeld einzusetzen. Die Kluft zwischen dem Ist-Zustand und dem, was bestmöglich erreicht werden könnte, ist oftmals groß. Manche/-r Praxisinhaber/-in positioniert sich „aus dem Bauch heraus“ klar und richtig. Für den überwiegenden Teil ist es jedoch häufig harte strategische Arbeit. Neben Markt- und Wettbewerbsanalysen bringen die richtigen Fragestellungen die Schlüsselerfolgsfaktoren an den Tag.

Nach der Analyse folgt der deutlich schwerere Part: die Umsetzung. Ein solcher Prozess braucht vor allem eins: Zeit! Aber verbunden mit einer guten Kommunikation zahlt er sich aus: Eine klare Positionierung gibt Orientierung nach innen wie nach außen. Ihre Mitarbeiter werden nicht nur die Stärken Ihres Unternehmens kennen, sondern diese auch wertschätzen und wissen, warum sie gerade bei Ihnen arbeiten wollen. Wenn Patienten und Mitarbeiter wissen, was sie an Ihnen haben, sind Sie nicht mehr austauschbar. Und das ist das Ziel. In diesem Sinne – bleiben Sie unverwechselbar!


Christine Moser-Feldhege

 **Für noch mehr Nähe zu unseren Partnerpraxen!**

Dental Technik Kiel jetzt auch in Lohmar

Dental Technik Greb und Partner GmbH, eine 100%ige Tochter der Dental Technik Kiel GmbH

Vor ungefähr vier Jahren sind wir in die strategische Positionierungs„arbeit“ für unser Unternehmen eingestiegen, die mittlerweile zu meiner Hauptaufgabe geworden ist. Eines war uns schnell klar: Eine nachhaltige, zukunftsorientierte Positionierung ist nicht mal eben in einem Wochenendworkshop an der Flipchart erarbeitet. Die Erfahrung der letzten Jahre hat uns gezeigt: Als Erstes braucht es viel Zeit, Geduld in großen Mengen und Durchhaltevermögen auf allen Ebenen. Auch die ein oder andere Lernschleife musste da gedreht werden. Aber genau darum geht es in diesem Prozess: um Erfahrungen, um Management-Knowhow, Marketingkompetenz und eine klare Strategie zur Positionierung. In vielen Fällen sind die Unterstützung und ein neutraler Blick von außen hilfreich. Denn erst der unverstellte, sachliche Blick ermöglicht neue Sichtweisen auf eigene Unternehmen.



Eine klare Positionierung ist deshalb so wichtig, weil sie konsequenterweise den Marketingmix beeinflusst, also die Produkt- und Preispolitik sowie die Vertriebs- und Kommunikationspolitik, worauf wir an dieser Stelle jedoch nicht im Detail eingehen möchten.

Einer unserer Meilensteine: noch mehr Nähe für unsere Kunden

In unserer Strategieplanung war einer unserer Meilensteine, neben unserer Innovationskraft, unseren Partnerpraxen noch mehr Nähe und damit noch mehr Servicequalität zu bieten. Denn Geschäfte werden von Mensch zu Mensch gemacht. Das gilt auch und vielleicht sogar gerade in Zeiten der Digitalisierung. Dazu gab es unterschiedliche Überlegungen und Ansätze. Nach verschiedenen Sondierungsgesprächen zeichnete sich zwischen Dental Technik Greb und Dental Technik Kiel rasch eine gute Win-win-Situation ab.

■ Fortsetzung auf Seite 2

Kluge Fragen sind die halbe Weisheit ...

Wie soll das Labor zukünftig im Markt wahrgenommen werden? Was sind die Kernleistungen des Labors? Welche Alleinstellungsmerkmale gibt es? Die Identifikation der Stärken ist in der Regel der erste Schritt zu einem erfolgreichen Marketing. Ganz klassische Positionierungsausprägungen sind beispielsweise Innovationsstärke, Servicestärke oder Preisführerschaft, aber auch Nischenpositionierungen wie Traditionsstärke/Familienunternehmen oder Bio-/geprüfte Materialien können die Botschaft senden.

Lesen Sie in dieser Ausgabe ...



©Hideojstockphoto.com

■ **Mit der richtigen Strategie zu mehr Wunschartpatienten?**

... Seite 2



■ **Positionierung in der Lehre – wie positioniert sich die Zahnklinik der Universität Bonn?**

... Seite 3



Bilder: ©Dental Technik Kiel



Save-the-Date

- 1. September 2017
Prophylaxe mit Claudia Esser, GERL Dental
- 27. September 2017
Notfallmanagement in der Zahnarztpraxis mit Barbara Niemeyer
- 24. November 2017
Hygiene mit Bianca Wandersee, GERL Dental ... Details auf Seite 4

Positionierung in der Zahnarztpraxis!

Mit der richtigen Strategie zu mehr Wunschpatienten?

Meine Suche nach einem/einer Zahnarzt/-ärztin im Web unter www.gelbeseiten.de ergibt für Bonn 267 Treffer. Vielleicht sind noch ein paar aus der näheren Umgebung dabei, aber alles in allem ist das eine ganz schöne Menge. Und das gilt nicht nur für Bonn. Die Konkurrenzsituation sieht in Köln, Düsseldorf, Hamburg, Stuttgart oder München nicht anders aus. Als Patientin habe ich es da wirklich schwer, MEINEN neuen Zahnarzt bzw. MEINE neue Zahnärztin zu finden. Und selbst wenn ich mir eine Praxis respektive eine/-n Behandler/-in ausgesucht oder mir eine Empfehlung eingeholt habe, weiß ich noch lange nicht, ob ich die Wunschpatientin für diese Praxis bin und das auch wirklich meine Wunschpraxis mit meinem/meiner Wunschbehandler/-in sein wird. Hier hilft nur Trial and Error – Versuch und Irrtum.

Aber wie können Sie sich als Praxis so spezialisieren, dass Neupatienten oder – noch besser – Ihre Wunschpatienten den Weg in Ihre Praxis finden? Wenn Sie die Implantologie als Schwerpunkt auch für Ihre Positionierung gewählt haben, teilen Sie sich das mit den anderen 29 in Ihrer Region. Das ist schon besser, aber stellt den Suchenden noch immer vor eine Entscheidungsherausforderung. Was also ist das Besondere an Ihrer Praxis? An Ihnen? Warum ist Ihr Wunschpatient bei Ihnen besonders gut aufgehoben? Wer ist überhaupt Ihr Wunschpatient? Fragen über Fragen, die sich viele nicht stellen oder nur schwer beantworten können.

Positionierung und Differenzierung ist keine leichte Aufgabe

Sich zu positionieren und zu differenzieren in einem Beruf, in dem grundsätzlich die gleichen Leistungen angeboten werden, ist keine leichte Aufgabe. Und ein Problem, das nicht nur Zahnarztpraxen, sondern auch Banken, Frisöre oder Kfz-Werkstätten haben.

Drei Fragen, die Sie sich in diesem Zusammenhang stellen und die Sie beantworten sollten:

1. Was ist Ihre besondere Stärke?

Erstes Positionierungskriterium ist die zahnmedizinische Kompetenz: In welchem Fachgebiet haben Sie beson-



©hidesy@istockphoto.com

dere Erfahrung, sind Sie besonders kompetent? Auch wenn Sie sehr viele Schwerpunkte und fachliche Interessen haben: Es geht nicht darum, drei oder fünf Stärken anzugeben, sondern nur eine einzige hervorzuheben. Starke Positionierungen funktionieren nur, wenn man keine Kompromisse eingeht, sondern klare Aussagen vornimmt!

Die Konzentration auf die eigene Stärke ist der Ausgangspunkt, über den Sie zu Ihrer Zielgruppe und damit zu Ihren Wunschpatienten finden. Diese erste Zielgruppe können Sie über weitere Aspekte noch einengen. Nach dem Grundsatz: je enger die Zielgruppe (Wunschpatienten), desto zielklarer Ihre interne und externe Kommunikation, desto höher der Wirkungsgrad Ihrer eingesetzten Mittel.

2. Was „erleben“ Ihre Patienten sonst noch?

Als zweites Alleinstellungsmerkmal kommt ein weiterer wichtiger Aspekt ins Spiel. Die Leistung Ihrer Praxis besteht natürlich nicht nur aus der rein zahnmedizinischen Behandlung, sondern auch aus anderen erlebbaren Faktoren, die vom Patienten/von der Patientin mit ins Kalkül gezogen werden. Sei es der persönliche Umgang mit dem Patienten/der Patientin, die außergewöhnliche Sozialkompetenz Ihres Praxisteams und die hohe Kommunikationskompetenz. Mit diesen „Nebensächlichkeiten“ tun sich viele Praxisinhaber/-innen schwer. Der Fokus liegt hauptsächlich auf der fachlichen Kompetenz,

alle anderen Aspekte werden häufig abgetan und als nicht so wichtig erachtet. Aber fragen Sie sich mal, was Ihr Patient wohl eher beurteilen kann: ob Sie die Mehrschichtfüllung anatomisch perfekt und farblich fast unsichtbar gelegt haben oder ob die Mitarbeiterin an der Rezeption total hilfsbereit und nett war?

Diese „Nebensächlichkeiten“ sind genau das, was Ihr Patient zum einen als Erstes wahrnimmt, wenn er neu in die Praxis kommt, und zum anderen als einziges Merkmal beurteilen kann. Über diese persönliche Patientenerfahrung wird Ihr Patient sprechen. Und Sie entscheiden darüber WIE.

3. Ergänzende Angebote in der Praxis?

Als drittes Positionierungskriterium dienen alle Maßnahmen, Leistungen und Aspekte, die vom Patienten zu irgendeinem Zeitpunkt wahrgenommen werden – nicht nur während, sondern auch vor oder nach dem Praxisbesuch. Das ist die größte Spielwiese, sich von der Konkurrenz abzugrenzen! Wie ist die Praxis eingerichtet? Gibt es Business-Termine bis 20 Uhr? Hat die Praxis 365 Tage im Jahr geöffnet? Gibt es Finanzierungsangebote? Hier sind der Phantasie keine Grenzen gesetzt.

Wenn Sie diese drei Aspekte geschickt kombinieren, können Sie eine starke Positionierung erreichen, die Sie nicht nur von Ihren Marktbegleitern abhebt, sondern die sich auch nur schwer kopieren lässt.

Quintessenz

Wenn Sie für Ihre Praxis eine klare Differenzierung erarbeiten und somit eine unverwechselbare Positionierung vornehmen, so werden Sie nicht nur Ihre Patientenkommunikation erfolgreicher umsetzen können, sondern auch praxisintern wird die verbesserte Eigenstellung die Identifikation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stärken.

■ Beitrag von Christine Moser-Feldhege

cmf consulting

Deutscher Kaiser, Kastorstraße 3, 56068 Koblenz

www.cmf-consulting.de

Dental Technik Kiel jetzt auch in Lohmar – Fortsetzung

Standort Lohmar – Dental Technik Greb und Partner GmbH

Dental Technik Greb wurde 1989 von Lothar Greb gegründet und ist regional bekannt für Serviceorientierung und Technikqualität. Lothar Greb, der auch nach dem Zusammenschluss weiterhin die Laborleitung wahrnimmt – vorgesehen sind noch 1 1/2 Jahre –, waren schon immer die Nähe zu seinen Kunden und die Betreuung ein besonderes Anliegen. Diese Gemeinsamkeit eint Kiel und Greb.

Durch den aus dem Unternehmenszusammenschluss entstehenden Synergieeffekt haben die bisherigen Partnerpraxen von Dental Technik Greb Zugriff auf digitale Fertigungstechniken wie Vollkeramikrestaurationen aus Zirkon, spezielle Schnarcherschienen-Therapiekonzepte etc. und ebenso auf umfangreichere Serviceleistungen, als das bisher der Fall war.

Die Partnerpraxen von Dental Technik Kiel in der näheren Umgebung von Lohmar wiederum bekommen durch diese Erweiterung mit Dental Technik Greb und Partner noch mehr Nähe und damit ebenfalls noch mehr Ser-

viceoptionen. Diese Verbundeffekte gilt es nun weiter



©Dental Technik Kiel

auf- und auszubauen. Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit unseren neuen Kollegen und den neuen Partnerpraxen und natürlich auf eine erfolgreiche Zukunft im neuen Wirkungsraum Lohmar und Umgebung.

■ Beitrag von Ztm. Dirk Pick

Positionierung in der Lehre – wie positioniert sich die Zahnklinik der Universität Bonn?

Technischer Fortschritt ist nicht aufzuhalten. Diese Lebensweisheit gilt mittlerweile in vielen Bereichen unseres Lebens. So hat mit Ende des 20. Jahrhunderts eine digitale Revolution eingesetzt, die auch vielfach als dritte industrielle Revolution bezeichnet wird. Soziale Medien und Netzwerke, Smartphones und neuerdings auch „Alexa“ halten Einzug in unser tägliches Leben und sind daraus gar nicht mehr wegzudenken. Auch in der Arbeitswelt und insbesondere in der Medizin und Zahnmedizin geht der technische und digitale Fortschritt rasch vorstatten.

Positionierung der Universitäten vor dem Hintergrund des technischen und digitalen Fortschritts

Im Zuge dieser Entwicklung befinden sich auch die Universitäten mit ihrer medizinischen und zahnmedizinischen Ausbildung in einem ständigen Wandel und stehen vor der Herausforderung, sich hier richtig zu positionieren. Zum einen müssen Basisinhalte vermittelt werden, die für ein grundlegendes Verständnis medizinischer und zahnmedizinischer Zusammenhänge elementar sind. Zum anderen sollen aber auch das Wissen über technische Neuerungen und neue wissenschaftliche Erkenntnisse vermittelt werden.

Gerade im Bereich der zahnmedizinischen Prothetik haben sich in den letzten Jahren viele technische und materialtechnische Neuerungen auf dem Markt entwickelt. So rücken heute im Zuge des Wunsches nach minimalinvasiven Verfahren und ästhetischen Rekonstruktionen besonders Hochleistungskeramiken und polymere Werkstoffe in den Vordergrund (Abbildung 1 und 2). Dies bedeutet aber auch für die zahntechnische Herstellung von Zahnersatz einen deutlichen Wandel, da die Bearbeitung dieser Materialien vorrangig mittels CAD/CAM-Verfahren, also auf einem digitalen Fertigungsweg, erfolgt.

Doch auch klassische Versorgungen aus Metall, wie z. B. die Vollgusskrone, lassen sich heute über den Weg eines digitalen Entwurfes (ersetzt das klassische Aufwachsen) bis hin zur Fertigstellung über maschinelle Fräsprozesse (ersetzt die Gusstechnik) mit Hilfe der neuen digitalen

Technologien produzieren. Und selbst Modellgussgerüste können heute so über einen digitalen Prozess gefertigt werden. Hierbei steht neben effizienteren Herstellungsprozessen insbesondere eine höhere Versorgungsqualität im Vordergrund.

Intraoralscanner und computer-gestützte Registriersysteme versus konventionelle Abformung und Gesichtsbogen

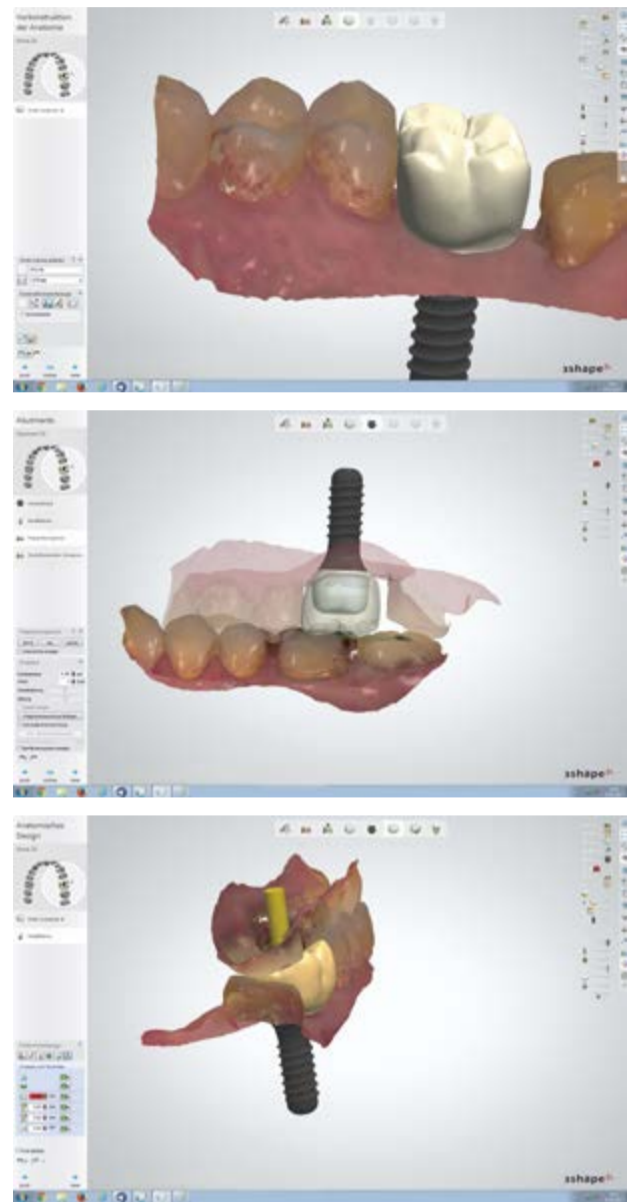
In der zahnärztlichen Prothetik haben in den letzten Jahren auch einige technische Neuheiten Einzug gehalten. Hier sind insbesondere die Intraoralscanner zur optischen Abformung sowie computergestützte Registriersysteme zu nennen. Aufgrund dieser rasanten Entwicklung haben wir uns nun auch entschieden, den Bereich der digitalen Abformung in die universitäre Lehre in Bonn in Theorie und Praxis zu integrieren.

Digitale Abformung an der Uniklinik Bonn – warum?

Wie oben dargelegt wird ein Großteil des Zahnersatzes heute im CAD/CAM-Verfahren hergestellt. Dies bedeutet in der Praxis, dass die konventionellen Abformungen und Gipsmodelle erst einmal in die digitale Welt transferiert werden müssen, bevor der neue Zahnersatz dann virtuell designt und hergestellt werden kann.

Hier ergibt sich also schon der erste Vorteil für die digitale Abformung. Präparationen werden direkt digital als Datensatz an das zahntechnische Labor übermittelt und es entfällt somit der Umweg über die Umwandlung von Abformungen und Modellen in ein digitales Format. Dies spart zum einen Zeit, zum anderen können mögliche Übertragungsfehler vermieden werden.

Aktuelle Publikationen zeigen, dass mit den modernen Intraoralscannern bessere Ergebnisse im Bereich von Passung und Randschluss von Zahnersatz erzielt werden können als mit der konventionellen Technik. Auch im Bereich der studentischen Ausbildung bietet die Technologie neue interessante Möglichkeiten. So kann mit dem Studenten seine Präparation am virtuellen Modell besprochen werden und man kann durch die Möglichkeit



Bildstrecke von oben nach unten:

Digitale Teil-Prozess: Nach Eingang der digitalen Abdruck-Daten werden diese verarbeitet, das Abutment und die Krone digital designt und gestaltet (CAD).



Abb.1: Situation im Unterkiefer nach Präparation für Kronenversorgung 34–37 und 44–47 vor Abformung.



Abb.2: Situation nach adhäsiver Befestigung der Unterkieferseitenzahnkronen 34–37, 44–47 und Versorgung der Frontzähne 33–43 mit Veneers aus monolithischem Zirkondioxid (Prettau®Zirkon bzw. Prettau®Anterior®, Zirkonzahn®; Dental Technik Kiel).

der dreidimensionalen Bildgebung und Darstellung viel besser Änderungen bzw. Verbesserungen aufzeigen und visualisieren. Auch bieten moderne Systeme die Möglichkeit, eine gemeinsame Einschubrichtung festzulegen und anzuzeigen, so dass nach digitaler Kontrollabformung und Auswertung der 3D-Modelle Korrekturen an der Einschubrichtung erkannt und direkt am Patienten vorgenommen werden können, ohne erst eine konventionelle Abformung nehmen und ein Gipsmodell herstellen zu müssen.

Medizinische Lehre 3.0

Aus diesem Grund konnten wir für unsere studentischen Behandlungskurse im letzten Jahr einen Antrag bei der Kommission für die Qualitätsverbesserung in der medizinischen Lehre der Universität Bonn stellen und über die bereitgestellten Gelder einen TRIOS® 3 Intraoralscanner der Firma 3Shape anschaffen. Dennoch stellt sich für viele die Frage, ob die digitale Abformung mit all ihren Vorteilen heute auch schon für alle Kollegen zu empfehlen ist? Diese Frage muss unseres Erachtens momentan noch mit Nein beantwortet werden, denn die digitale Abformung hat auch Nachteile. Zum einen sind die Anschaffungskosten je nach Gerät recht hoch (40.000,- € und mehr) und zum anderen ist z. T. auch ein

■ Fortsetzung auf Seite 4

Positionierung in der Lehre – Fortsetzung

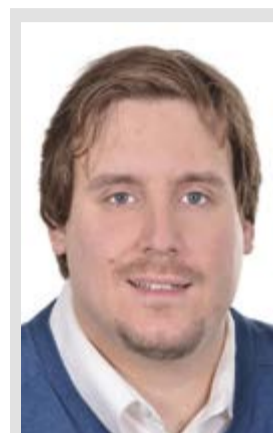
jährlicher Unterhalt für Software-Updates zu entrichten. Hinzu kommt, dass besonders bei stark subgingivalen Präparationsrändern nicht immer eine vollständige Gingivaretraktion möglich ist, die dann eine vollständige Erfassung mit dem optischen System umsetzbar macht. Auch die Abformung von Schleimhäuten, die gerade bei herausnehmbarem Zahnersatz unabdinglich ist, ist nur schwer realisierbar, so dass bei allem Fortschritt die konventionelle Abformung aus der zahnärztlichen Praxis immer noch nicht wegzudenken ist.

Fazit

Auch wenn es aus unserer Sicht aktuell noch nicht empfehlenswert ist, zahnärztliche Abformungen ausschließlich digital vorzunehmen, erscheint es für die

Positionierung unseres Universitätsbetriebs richtig und wichtig, diese zukunftsweisende Technologie in die Lehre mit einzubinden. Die Entwicklungen im Bereich digitaler Abformungen schreiten rasant voran, weshalb wir davon ausgehen, dass sich die aktuellen Problemstellungen in den nächsten Jahren lösen lassen. Für die universitäre Ausbildung ist die Implementierung dieser Technologie in die Lehre also nur folgerichtig, um Erkenntnisse zu sammeln und eigene Erfahrungen mit dieser Technologie zu machen und diese dann auch an die Studierenden weiterzugeben, damit der zahnmedizinische Nachwuchs zukünftig für die digitale Abformung vorbereitet ist. Und darum geht es schließlich: die Studierenden bestmöglich auf ihre berufliche Tätigkeit vorzubereiten.

■ Beitrag von Dr. Dominik Kraus



Dr. Dominik Kraus, DMD,
Oberarzt

Leiter BONFOR-Nachwuchsforscherguppe der Universität Bonn

Poliklinik für Zahnärztliche Prothetik, Propädeutik und Werkstoffwissenschaften der Universität Bonn

Department of Prosthodontics, Preclinical Education, and Dental Materials Science University of Bonn

www.ukbonn.de

Veranstaltungshinweis

Veranstaltungshinweis: 27. September 2017: Notfallmanagement in der Zahnarztpraxis mit Barbara Niemeyer



Keiner wünscht es sich und doch besteht ein Risiko – ein Notfall in der Zahnarztpraxis. Abgesehen von der Fortbildungspflicht durch die KZVen und dem Sozialgesetzbuch ist es auch vielen Behandler/innen

wichtig, dieses Wissen immer wieder aufzufrischen, um sich für einen Notfall gewappnet zu fühlen.

Themenfelder werden sein:

- Erkennen von Notfallsituationen
- Notfallmanagement
- Prüfen und Sichern der Vitalfunktionen
- Umgang mit bewusstlosen Personen
- Lagerungen in Notfallsituationen
- Basismaßnahmen der Erwachsenenreanimation (BLS)
- Einfaches Atemwegsmanagement
- Simulationstraining Reanimation
- Verschiedene Notfallsituationen

Referentin: Barbara Niemeyer

Datum: Mittwoch, 27. September 2017, 16:30 – ca. 20:30 Uhr

Ort: Dental Technik Kiel, Bonn

Kielpreis: 79,- EUR inkl. MwSt.

Eine persönliche Einladung erhalten Sie per Post. Sollte das nicht der Fall sein oder Sie weitere Informationen benötigen, rufen Sie uns gerne an unter 0228 – 25905-0

Save-the-Date – Vorschau



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

1. **Prophylaxe mit Claudia Esser, GERL Dental**
■ Freitag, 1. September 2017, 13:00 – 17:00 Uhr
Prophylaxe-Update
2. **Hygiene mit Bianca Wandersee, GERL Dental**
■ Freitag, 24. November 2017, 13:00 – 17:00 Uhr
Jährliche Aktualisierung der Sachkunde

Weitere Informationen erhalten Sie von Dirk Pick, Dental Technik Kiel, d.pick@dental-technik-kiel.de oder telefonisch unter 0228 – 25905-0. Dort können Sie sich auch unverbindlich voranmelden und wir senden Ihnen dann im Vorfeld der Veranstaltungen weitere Informationen zu.

Impressum

Herausgeber:



DENTAL
TECHNIK
KIEL

Dental Technik Kiel GmbH
Auf der Kaiserfuhr 19
53127 Bonn-Lengsdorf
Telefon 0228 – 25905-0
Fax 0228 – 25905-30
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.