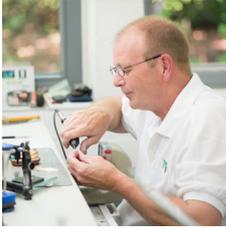




*authentisch
glaubwürdig
verlässlich*

*proDente
Kommunikationspreis*

*Seminare und
Fortbildungen*





Vorwort

Karen & Arne Suter



Liebe Leserin, lieber Leser

Es ist ein sehr interessantes Jahr und eine faszinierende Entwicklung in unserem Team vom Suter Dental Labor.

Das Laborteam wächst und die technischen Innovationen werden mit großer Kundenbegeisterung belohnt.

Auch überregional findet das Unternehmen großen Zuspruch. Berichte und Vorträge zum Thema Unternehmermarketing finden Anklang zum Beispiel im Fachmagazin des VDZI, Verband Deutscher Zahntechniker-Innungen. In der aktuellen Ausgabe „Zahntechnik - Teleskop“ wurde ein umfangreicher Artikel von Arne Suter veröffentlicht. Sie finden diese Ausgabe auch online. Ein Interview lesen Sie auch in dieser Ausgabe vom Suter Dental TALK.

Herzlichst

Karen & Arne Suter

DENTAL Talk

10. Ausgabe **2017-II**

THEMEN

- KAREN SUTER
Was Glück und Zufriedenheit für mich bedeuten
- KERAMIK
Keramik bietet faszinierende Möglichkeiten
- ARNE SUTER
authentisch - glaubwürdig - verlässlich
- KERAMIK
Der zuverlässige Zahnersatz zur ästhetischen Patientenversorgung
- KAREN SUTER
Geht nicht - gibt's nicht
- MONIKA BYLITZA
Miteinander reden - miteinander gewinnen
- TERMIN 06.09.2017
8. Ladies Dental Talk
- TERMIN 20.09.2017
Regina Granz Abrechnungsexpertin
- TERMIN 25.10.2017
Vollkeramik leicht gemacht“



Gestiftet durch die
Suter
Dental Labor GmbH

Was Glück und Zufriedenheit für mich bedeuten

Mit meiner Familie führe ich ein sehr gutes, gesundes Leben. Es ist kein Leben im Luxus. Wir jetten nicht ständig zum Skifahren, machen keine Cluburlaube zu jeder Jahreszeit und haben kein Oldtimer-Cabrio in der Garage, das wir nur zum Spazierenfahren benutzen. Luxus ist natürlich eine Frage des Blickwinkels, und für viele Menschen ist unser Lebensstandard schon mit Luxus gleichzusetzen: Weil mein Mann und ich viel arbeiten, haben wir eine Haushälterin, die unsere Kinder betreut, kocht, putzt, wäscht und sich um den Garten kümmert. Es steht auch immer ein Auto vor der Tür, damit sie unsere Kinder zu ihren Sport- und Musikstunden fahren kann. Für diesen Lebensstil wurden wir schon kritisiert. Aber ich sehe das nicht als Luxus, sondern als Pflicht. Wenn wir schon den ganzen Tag nicht da sind, müssen wir dafür sorgen, dass unsere Kinder gut betreut sind!

Unsere Privilegien sind nicht selbstverständlich
Dennoch wollen wir auch unseren Kindern und uns selbst immer wieder bewusst machen, dass unser Leben von Privilegien geprägt ist, die nicht selbstverständlich sind und für die wir auch hart arbeiten. Dafür sind unsere Wochenenden da, die wir mit unserem kleinen Segelboot auf dem Wasser verbringen. Die Schlichtheit, das Weglassen, das Pure dieser Wochenenden empfinde ich als sehr spannend.

” Wenn wir ein gutes Team sind, bin ich glücklich “
Karen Suter

Auf dem Boot geht es pragmatisch und ungeschminkt zu, im wahrsten Sinn des Wortes. Trage ich im Alltag schon kaum Make-up, so lasse ich es am Wochenende ganz weg. Und auch der Rest ist mir und allen anderen egal. Wir rennen den ganzen Tag in denselben Klamotten herum, und genauso am nächsten Tag. Keiner von uns muss eine Rolle spielen, sich verkleiden oder verstellen. Wir entziehen uns sämtlichen Zwängen. Wir erleben, dass wir von den Anforderungen des Alltags losgelöst sind – und ganz wunderbar in sehr spartanischen Raumverhältnissen leben können. Das alles bringt uns auf das Wesentliche zurück. Es macht uns bewusst, dass wir aus normalen Verhältnissen kommen und dass unsere Zufriedenheit und unser Glück nicht am äußeren Wohlstand hängen, sondern aus uns heraus kommen.



Ich bin dann zufrieden, wenn wir als Familie glückliche Momente haben, in denen alle lachen und Freude empfinden. Wenn wir auf dem Boot ein gutes Team sind und auch schwierige Situationen gut meistern. In meinem Unternehmerinnen-Dasein ist das übrigens kein Haar anders. Ich definiere meinen Selbstwert nicht über die Hauptrolle, die ich in unserem Unternehmen führe, oder darüber, dass ich die Entscheiderin bin. Meine Zufriedenheit resultiert vielmehr daraus, dass wir im Team funktionieren und der Laden läuft. Dass jeder einzelne Mitarbeiter jeden Tag gerne zu uns kommt und dass wir gut zusammenarbeiten.

Mir würde etwas fehlen, wenn ich weder in unserer Familie noch in unserem Unternehmen diese Zufriedenheit und dieses Glück spüren würde. Dann empfände ich einen Mangel. Dass ich hier keinen Mangel beklagen muss, sondern aus dem Vollem schöpfen darf, macht mich jeden Tag dankbar. ■



Keramik bietet faszinierende Möglichkeiten Es kommt auf die Indikation an.



Die Versorgung Ihrer Patienten mit bestmöglicher Prothetik ist eine Selbstverständlichkeit, längst aber keine einfache Entscheidung. Faktoren wie Einsatzbereiche, Materialeigenschaften, Ästhetik und Kosten spielen in jeder Behandlung eine wesentliche Rolle. Ein Überblick von Christian Froesch / Bonn

Hybridkeramik Dieser neuartige CAD-CAM-Werkstoff vereint die positiven Eigenschaften der beiden Materialien Keramik und Kunststoff in perfekter Weise. Ideale Ästhetik und höchste Elastizität sorgen für einen äußerst zahnähnlichen Aufbau. Stabilität und Belastbarkeit zeichnen die innovative Hybridkeramik ebenso aus wie hoher oraler Tragekomfort und sehr gutes Abrasionsverhalten. Ihre Härte liegt mit ca. 2,5 GPa zwischen der von Dentin und Schmelz. Dank der dualen Keramik-Polymer-Netzwerkstruktur werden unter anderem Kaukräfte absorbiert, die integrierte Riss-Stopp-Funktion bietet mehr Sicherheit. Mit dieser neuen Technik können Kronenrestorationen im Seitenzahnbereich und minimalinvasive Versorgungen mit reduzierten Wandstärken optimal bewerkstelligt werden.

Feldspatkeramik Feldspatkeramik ist im Hinblick auf Ästhetik derzeit die eindeutige Nummer 1 unter den Vollkeramiken. Ihre natürliche Lichttransmission und Opazität sowie der sogenannte Chamäleon-Effekt – sprich: die Spiegelung der Farbnuancen der umliegenden Zähne – verleihen eine besonders authentische Optik. Perfekt für den Einsatz im Frontzahnbereich. Mit einem Härtegrad von bis zu 120 MPa ist ein sehr gutes Abrasionsverhalten gegeben, das dem des natürlichen Zahnschmelzes ähnelt. Feldspatkeramik eignet sich allerdings für die Einzelzahnversorgung, also zum Beispiel für Inlays, Onlays, Einzelkronen, Teilkronen oder Veneers. Verblockungen sind aus Stabilitätsgründen nicht möglich. Verblendungen auf Metall- und Zirkongerüsten werden ebenfalls aus dieser Feldspatkeramik hergestellt.

Silikatkeramik Auch Silikatkeramiken eignen sich aufgrund ihres Härtegrades von etwa 450 MPa nicht für Brückenkonstruktionen. Ein Vorteil für die Stabilität wirkt sich jedoch nachteilig auf die Ab- rasion aus. Bereits deutlich härter als der natürliche Zahn, muss einer zu starken Abnutzung der Zähne im Gegenkiefer durch Polieren der Kauflächen ent- gegengewirkt werden. Ästhetisch sind im Vergleich zur Feldspatkeramik erste Abstriche zu erkennen.

Oxidkeramik Oxidkeramiken (Zirkono- xid) sind nach heutigem Kenntnisstand in puncto Stabilität und Langlebigkeit unübertroffen. Mit die- sen hochfesten Gerüstmaterialien – der Härtegrad liegt bei ca. 1.200 MPa – lassen sich dauerhafte Brü- ckenkonstruktionen zum Beispiel im Seitenzahnbe- reich optimal herstellen. Die Verblendungen werden mit Feldspatkeramik aufgetragen oder gepresst. Es besteht auch die Möglichkeit, Oxidkeramiken als monolithische Einheit herzustellen. Allerdings ist auch hier der Schutz des Antagonisten wichtig.

Monolithische Oxidkeramiken sind ästhetisch deut- lich unterlegen. Die Lichttransmission beispielsweise liegt nur bei rund 60 % im Vergleich zu verblendeten Kronen und Brücken. Durch die Verblendung und die Transluzenten wirkt das Gerüst sehr natürlich.

Chipping Dieser Begriff bezeichnet Abplat- zungen und lamellenförmige Frakturen innerhalb von Verblendungen bei Vollkeramiksystemen. Ver- glichen mit Metallkeramiken ist die Chipping-Quote aufgrund neuer Verfahren und Techniken bereits deutlich reduziert: Durch ein optimiertes Abkühl- verfahren werden die Spannungsverteilungen (Druck- und Zugspannung) bestmöglich verringert. Und mit der innovativen Press-Keramik-Methode kann das Material einchlussfrei und gleichmä- ßig in die entsprechende Form gebracht werden, wodurch die Widerstands- fähigkeit erhöht wird.



Mal-, Cut-Back- oder Verblendtechnik? Grundsätzlich gibt es drei Individualisierungsmöglichkeiten.

Maltechnik: Der Zahnersatz, z.B. eine vollanatomische Brücke, wird mit speziel- len, biokompatiblen Farben bemalt, um der natü- rlichen Zahnfarbe möglichst zu entsprechen. Vorteile: stabil und kostengünstig, Nachteile: ästhetische Abstriche (für Seitenzahn- bereich jedoch eine sehr gute Möglichkeit)

Cut-Back-Verfahren Verblend- technik: Auf einem Gerüst wird die Keramikver- blendung aufgetragen und gebrannt. Es ist jede denkbare individuelle Ausprägung der Farb- und Formwirkung möglich. Alternativ wird die Ver- blendung auf das Gerüst gepresst. Dadurch ist die Verblendung porenfrei und besonders haltbar. Vorteile: ästhetisch bestes Ergebnis.



Die Arbeit im Labor: von Anfang an das Ziel im Blick

...und dieses Ziel ist eindeutig, Ihre Patienten individuell bestmöglich zu versorgen. Die Herausforderungen moderner Prothetik sind vielseitig. Diese hohen Ansprüche erfüllen wir im Sinne von Behandlern und Patienten durch umfassende Leistungen:

1. Das Gespräch mit dem Patienten:

Nur wenn bereits im Vorfeld alle Details eingehend besprochen und geklärt wurden, können alle weiteren Schritte entsprechend darauf aufbauen. Im Gespräch kann dem Patienten durch ein Wax-up demonstriert werden, wie „sein Zahn“ später aussehen und funktionieren wird. Dabei gilt stets: Je mehr Informationen wir aus Ihrer Praxis erhalten (z.B. Situ-Modelle und Zahnfarbe, -form und Oberflächenstruktur), desto präziser können wir arbeiten.

2. Die Gestaltung des Gerüsts:

Sie ist eine notwendige Voraussetzung für eine erfolgreiche Restauration hinsichtlich Stabilität und Farbunterstützung. Eine gleichmäßige Schichtstärke verhindert ein Abplatzen der Keramik. Das Wax-up als Basis erleichtert die weiteren Schritte: Dies wird im Design-Prozess der Konstruktion als Vorlage verwendet und dann per CAD/CAM-System im entsprechenden Material gefräst.

3. Die richtige Methode:

Arbeitsweisen gibt es viele. Warum wir die Press-technik in der Regel der Schichtmethode vorziehen, hat gute Gründe:

- **Backword-Planung für die Vollkeramik. Damit stimmen die Ergebnisse der Arbeit mit der Planung genau überein.**
- **Form und Ästhetik sind getrennte Arbeitsschritte und dadurch wesentlich besser kontrollierbar.**
- **Besserer Haftverbund von Gerüst- und Verblendkeramik.**
- **Chipping nahezu ausgeschlossen.**



Christian Froesch, Bonn
Zahntechnikermeister / Master of Science Msc.
Mitglied im Qualitätsverbund CompeDent

exakt was
ich brauche



**Intelligent
verzhant**

	VERBLEND-KERAMIK	ZIRKON-KERAMIK	GLAS-KERAMIK	GOLD-LEGIERUNG	NICHT-EDELMETALL	KUNSTSTOFF-BEI PROTHESEN	VERBLEND-KOMPOSIT
VERTRÄGLICHKEIT	sehr gut, keine Allergien bekannt, zahnfleischschonend, schont Zahnschmelz der gegenüberliegenden Zähne	sehr gut, keine Allergien bekannt, zahnfleischschonend	sehr gut, keine Allergien bekannt, zahnfleischschonend	gut	befriedigend bis gut	gut, Allergietest empfehlenswert	gut bis sehr gut, Allergietest empfehlenswert
ÄSTHETIK	sehr gut	befriedigend bis gut	sehr gut	gut	ausreichend bis befriedigend	Farbanpassungen möglich	gut bis sehr gut
PASSGENAUIGKEIT	sehr gut	sehr gut	sehr gut	sehr gut	sehr gut	sehr gut	sehr gut
METALLFREI	ja	ja	ja	nein	nein	ja	ja
KOSTEN						Bestandteil einer Versorgung	Bestandteil einer Versorgung
HALTBARKEIT	sehr gut	sehr gut	sehr gut	sehr gut	sehr gut	gut bis sehr gut	gut
<i>(Ist abhängig von der Abstützung, Verankerung sowie dem Zustand der Zähne und von der Zahn-/Zahnersatzpflege des Patienten.)</i>							
VERWENDUNG	Veneers, Kronen, Brücken, Implantatstrukturen	Kronen, Brücken, Implantatstrukturen	Veneers, Inlays, Einzelkronen	Inlays, Kronen, Brücken, kombinierter Zahnersatz, Implantatstrukturen	Kronen, Brücken, kombinierter Zahnersatz, Implantatstrukturen	Teil- und Vollprothesen	Verblendungen bei herausnehmbarem Zahnersatz

Übersicht: CompeDent



Gemeinsam zu perfekten Ergebnissen

Überzeugende Resultate in der Zahnprothetik liegen immer im optimalen Zusammenspiel zwischen behandelndem Arzt, Patienten und Labor begründet. Damit wir unsere Arbeit bestmöglich ausführen können, bitte wir Sie, uns diese Unterlagen zu übermitteln.

- Präparations-, Gegenkiefer- und Situationsabdrücke oder Modelle
- Zahnfarbe
- Stumpffarbe
- Ausgangs- und Präparationsfotos
- Fotos mit Farbringzahn

Gerne können Sie Ihre Patienten vor dem Eingliederungstermin zum Finish der Farbe ins Suter Dental Labor schicken.



VDZI-Präsident Uwe Breuer - Arne und Karen Suter - Obermeister ZINB Frank Schollmeier Foto: ProDente

proDente Kommunikationspreis 2017 Sonderpreis „online“ für das Suter Dental Labor

Die Initiative ProDente zeichnet den Erklärfilm „Woher kommt mein Zahnersatz“ mit einem Sonderpreis aus. Die Preisträger wurden im Rahmen einer öffentlichen Preisverleihung auf der IDS 2017 (Messe: Internationale Dentalschau) in Köln geehrt.

Mit dem Kommunikationspreis würdigt die ProDente lokale oder regionale Aktivitäten von Zahnärzten und Zahntechnikern, die den Wert schöner und gesunder Zähne in den Fokus der Öffentlichkeit rücken.

Eine fachkundige Jury aus der Dental- und Medienbranche beurteilte die eingereichten Beiträge in den Kategorien „Print“, „Online“ und „Veranstaltungen“. Zur diesjährigen Jury gehörten Dirk Kropp (Geschäftsführer Initiative proDente e.V.), Gerald Temme (PR- und Pressereferent Verband Deutscher Zahntechniker-Innungen, VDZI) und Dr. Angelika Schaller (Chefredakteurin das dental labor).

Das Erklärvideo „Woher kommt mein Zahnersatz“ der Suter Dental Labor GmbH Bremervörde punk-

tete in der Kategorie Online und erhielt einen Sonderpreis. Die Jury würdigt das Erklärvideo als modernes Format zeitgemäßer Kommunikation. Besonders hervorzuheben sind die äußerst professionelle Umsetzung des Beitrags und die wertungsfreie inhaltliche Aufbereitung.

Das Patientenvideo informiert über die besonderen Anforderungen in der Herstellung von gesundem Zahnersatz, den unterschiedlichen Herstellungsorten und die Wahlmöglichkeiten des Patienten. Zahnersatz ist eine individuelle Sonderanfertigung für den Patienten und verlangt hohe Anforderungen an Material, Verarbeitung und Sicherheit. Das Erklärvideo berichtet in charmanter Weise über qualitätsentscheidende Faktoren.

Ein Erklärvideo ist ein modernes Kommunikationsmittel für geeignete Patienteninformation. Zahnärzte und Labore können es auch auf ihrer Homepage nutzen, indem sie den Youtube-Film verlinken.

www.youtube.com/watch?v=2LI56q1AaPo&t=60s

Arne Suter: „Wir haben festgestellt, dass den meisten Patienten nicht bewusst ist, dass sie überhaupt die Wahlmöglichkeit haben. Ihnen nicht bewusst ist, dass ihr Zahnersatz eine Sonderanfertigung ist, wie ihr eigener Fingerabdruck. Und wenn sie die Wahl haben, worauf sie Wert legen. Qualität muss an dieser Stelle auch erklärt werden. Es ist nämlich ein Zusammenspiel von vielen wichtigen Faktoren. Qualität ist eine gute Kommunikation zwischen Zahnarzt und Zahntechniker; es sind die richtigen Materialien und es ist die richtige Herstellung und möglicherweise auch der Fachmann an der richtigen Stelle, mit der richtigen Ausbildung oder auch der zertifizierte Betrieb. All das sorgt für Sicherheit und Vertrauen beim Patienten“.

Idee und Storyboard wurde von Arne Suter entwickelt. Umgesetzt wurde der ausgezeichnete Film in Zusammenarbeit mit dem Bremervörder Marketingunternehmen „Pixel-Kraft“.

„Mit dem Agenturteam ließen sich meine Vorstellungen kreativ umsetzen. Das Erklärvideo entfaltete bereits in den ersten Wochen eine große Beliebtheit auf unseren Onlinekanälen und Socialmedia. In der ersten Woche nach Veröffentlichung sahen 3500 Facebook-Zuschauer diesen Film. Wir freuen uns sehr über diesen Preis und danken dem Kreativ-Team von pixel-kraft.“ so Arne Suter

Das Bremervörder Labor feiert in diesem Jahr sein 85-jähriges Unternehmensjubiläum. Das Labor ist für seine Aktivitäten bereits mehrfach ausgezeichnet worden und ist für den Standort Bremervörde ein Impulsgeber. 2009 wurde der Betrieb mit dem „Kultur Kontakte Preis“ des Landes Niedersachsen geehrt. 2012 erhielt das Labor den „Friedrich Conrad Degener Preis“, den Wirtschaftspreis der Stadt Bremervörde. ■

www.youtube.com/user/prodenteTV/videos

Ein Filmbeitrag über die Verleihung des Journalistenpreises Abdruck und des Kommunikationspreises der Initiative proDente e.V. auf der IDS in Köln.



proDente Kommunikationspreis 2017

Zum fünften Mal schreibt die Initiative proDente e.V. mit dem Kommunikationspreis 2017 einen PR-Preis für Zahnärzte und Zahntechniker aus. Ausgezeichnet werden niedergelassene Zahnärzte, zahntechnische Innungsbetriebe und lokale Vereine oder Initiativen von Zahnärzten und/oder Zahntechnikern für herausragendes Engagement im Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Prämiert werden in drei verschiedenen Kategorien Print, Online und Veranstaltung lokale oder regionale Aktivitäten, die den Wert schöner und gesunder Zähne in den Fokus der Öffentlichkeit rücken.

proDente e.V. wird seit 1998 durch fünf großen Verbände Bundeszahnärztekammer, Bundesverband Dentalhandel, Freier Verband Deutscher Zahnärzte, Verband der Deutschen Dental-Industrie und Verband Deutscher Zahntechniker-Innungen finanziert, die das gesamte dentale Leistungsspektrum in Deutschland repräsentieren.

www.prodente.de



Das Erklärvideo „Woher kommt mein Zahnersatz“ sowie ein Dokumentationsfilm der Preisverleihung ist auf www.suter.de zu sehen.



Woher kommt
mein Zahnersatz?



AUTHENTISCH - GLAUBWÜRDIG - VERLÄSSLICH: SO ERREICHEN ZAHN- TECHNISCHE LABORE IHRE ZIELGRUPPE

Bericht aus dem VDZI-Magazin - „Zahntechnik TELESKOP“ - Ausgabe 02-2017

Interview: Gerald Temme mit Arne Suter über Öffentlichkeitsarbeit im Zahntechniker-Handwerk

Herr Suter, Sie plädieren dafür, dass sich das Zahntechniker-Handwerk öffentlich präsentieren muss. Welche Erkenntnis steht dahinter?

Gerade seit der Einführung des Festzuschuss-Systems liegt der Fokus vieler Patienten beim Zahnersatz auf dem Preis. Service und Qualität durch das zahntechnische Labor lassen sich hingegen erst einmal schwer vermitteln. Das liegt auch daran, dass für Patienten ein Zahn gleich einem Zahn ist. Auf den ersten Blick gibt es dabei keine klaren Merkmale wie beim Auto beispielsweise, die Qualitätsunterschiede direkt erkennen lassen. Dies gilt vielleicht noch am ehesten für das verwendete Material. In erster Linie, und das ist auch die verkürzte Darstellung in vielen Medien, steht also der Preis als Unterscheidungskriterium. Im Internet finden Patienten auch fast ausschließlich nur Preisinformationen. In der Hinsicht ist auch eine Tendenz erkennbar, dass bei einer Preisnachfrage des Patienten die erbrachte Versorgung qualitativ eher nach unten geht.

Kundenanalysen bestätigen, was viele ohnehin wissen: Patienten haben oftmals keine genaue Vorstellung davon, dass Zahnersatz ein individuell gefertigtes Stück ist. Auch, dass eine Krone zu Zweidritteln im zahntechnischen Labor gefertigt wird, ist Patienten nicht bewusst. Erst am Ende einer Behandlung, mit der Aushändigung der Rechnung, erkennen viele Patienten, woher der Zahnersatz tatsächlich kommt.

Zahnärzte und Labore, die eng zusammen arbeiten und die Patienten entsprechend über die verschiedenen Möglichkeiten der Versorgung informieren, setzen viel häufiger eine Zahnersatzversorgung um, die nicht allein durch einen niedrigen Preis geprägt ist.

Hier gilt es anzusetzen. In der Öffentlichkeitsarbeit des Zahntechniker-Handwerks muss es also darum gehen, Patienten über die Unterschiede beim Zahnersatz, die Herstellungsprozesse im Rahmen der zahnärztlichen Behandlung und die begleitenden Services durch das Labor zu informieren. Dadurch entsteht eine Sensibilität für die gesamte Versorgung. Patienten brauchen Orientierungshilfen, die ihnen ein verlässliches Wissen, das nicht werblicher Natur ist, vermitteln. In der öffentlichen Wahrnehmung wird schnell erkannt, wann es sich lediglich um Werbung handelt. Dies muss auf jeden Fall vermieden werden.

Wie wichtig ist ein strukturiertes Marketing-Konzept für Handwerksunternehmen?

Sobald sich ein Unternehmer Gedanken über ein Konzept für seine Maßnahmen macht, ist er schon einen Schritt weiter. Dabei geht es darum, eigene Ziele festzulegen und einen realistischen Umfang der Maßnahmen zu bestimmen. Die Bestimmung des Ist-Zustands des eigenen Labors ist hierfür auch sehr wichtig. Durch ein solches Konzept schafft man sich als Unternehmer selbst eine Struktur, die als Fahrplan für das Jahr gilt.

Als Unternehmer sollte man sich für Überlegungen über die strategische Ausrichtung des eigenen Betriebes Freiräume im Tagesgeschäft schaffen. Insgesamt geht es nicht darum, eine einzelne Werbemaßnahme zu planen und hektisch umzusetzen, sondern mehrere Maßnahmen festzulegen, die kontinuierlich durchgeführt werden können. Durch ein konstantes Marketingrauschen sorgt man für die Glaubwürdigkeit des eigenen Unternehmens.



Marketing-Experte Arne Suter gibt in seinen Vorträgen Hilfestellungen für Labore und Unternehmern beim Thema Öffentlichkeitsarbeit und Markenbildung.

„Als Unternehmer ist man der Motor des Unternehmens. Damit kann man werben. Tritt der Unternehmer in der Öffentlichkeit auf, entsteht durch die richtigen Maßnahmen ein Bild der Verlässlichkeit.“ Arne Suter

Drei Dinge sind dabei unerlässlich:

- Die Maßnahmen müssen zuverlässig wiederholt werden. Dabei ist es egal, ob zwei Mal oder zehn Mal pro Jahr.
- Man muss mit seinem Unternehmen in dem zu erreichenden Raum bleiben. Das heißt, welche Zielgruppe möchte man erreichen und wie möchte man wahrgenommen werden.
- Kostenverluste müssen auf jeden Fall vermieden werden. Das heißt, die Kosten dürfen den eigenen wirtschaftlichen Rahmen nicht überschreiten.

Durch den Bereich Social Media ist heutzutage ohne große Kosten eine Kommunikation mit einer sehr großen Reichweite möglich. Auch der Streuverlust ist hierbei sehr gering, da man zielgruppenspezifisch kommunizieren kann.

Was müssen kleinere und mittelständische Unternehmen aus Ihrer Sicht bei der Wahl der geeigneten Maßnahmen beachten?

Lassen Sie mich einen Gedanken voranstellen. Ich stelle aktuell fest, dass wir eine Renaissance des ehrbaren Kaufmannes haben. Die Menschen suchen nach Werten und zuverlässigen Personen, ganz gleich ob im Freundeskreis oder bei Unternehmen.

Als Unternehmer, also als Einzelperson, hat man einen Riesenvorteil gegenüber großen Konzernen. Als Unternehmer ist man der Motor des Unternehmens. Damit kann man werben. Tritt der Unternehmer in der Öffentlichkeit auf, entsteht durch die richtigen Maßnahmen ein Bild der Verlässlichkeit.

Diesen Ansatz können gerade auch zahntechnische Laborinhaber sehr gut nutzen und sich einen Werkzeugkasten der Möglichkeiten individuell

bauen, der einzigartig ist. Der Laborinhaber wird zum Bild beziehungsweise zur Stimme des Unternehmens. Diese Stimme ist authentisch und unverwechselbar. Sie lässt sich im öffentlichen Bewusstsein auch viel stärker verankern als bloße Zahlen, Daten und Fakten des Unternehmens. So können Geschichten über das Unternehmen erzählt werden, die im Gedächtnis bleiben und eine Bindung zum Labor herstellen. Der Laborinhaber ist der Mittelpunkt, also der Archetyp, des Storytellings über den eigenen Betrieb. Wichtig ist auch, dass Laborinhaber bei sich und dem eigenen Unternehmen bleiben. Das heißt, man sollte nicht auf den Mitbewerber schauen und diesen zu kopieren versuchen. Dadurch blockiert man sich am Ende nur selbst und verschwendet unnötige Energie. Des Weiteren ist die Konzentration auf die eigene Region und den eigenen Kunden- und Patientenstamm unerlässlich, um Streuverlust und auch Enttäuschungen zu vermeiden.

Sie haben das Storytelling erwähnt. Können Sie hierzu ein konkretes Beispiel nennen?

Storytelling bedeutet, dass wahre und nicht ausgedachte Geschichten über das Unternehmen erzählt werden. Diese haben einen hohen Wahrnehmungs- und Erinnerungsfaktor.

Dies ist eine Errungenschaft von früher, als es noch keine Kommunikationsmedien gab. Damals stand die mündliche Weitergabe im Mittelpunkt der Kommunikation. Emotionale Geschichten wurden dabei besser behalten als bloße Fakten.

Beim Storytelling geht es also für Laborinhaber darum, mutig zu sein und gegebenenfalls auch einmal Persönliches zu erzählen. Wir haben beispielsweise festgestellt, dass wir mit unseren

persönlichen Geschichten eine höhere Feedback-Quote haben. Ein positives Feedback hilft wiederum dabei, weitere Maßnahmen zu entwickeln und die eigene Öffentlichkeitsarbeit kontinuierlich zu betreiben. Auch Kunden können sich über persönliche Geschichten oftmals besser mit dem Labor verbinden und sich auch daran orientieren.

Insgesamt sollten Laborinhaber die Kommunikation ihres Unternehmens in drei Bereiche unterteilen:

- Brancheninfos (z.B. Zahnersatzinformationen)
- Laborinfos (z.B. Leistungen und Produkte des eigenen Unternehmens)
- Persönliches (z.B. einen Segeltrip des Labors als Teambuildingmaßnahme)

Mit den geeigneten strategischen Freiräumen ist jedes Labor in der Lage, Storytelling, also auch die Kommunikation über Persönliches, zu betreiben. Hierbei ist es auch wichtig, das passende Medium für die Kommunikation zu wählen. Der beispielhaft genannte Segeltrip als Teambuildingmaßnahme kann zum Beispiel in einem Labornewsletter für Kunden veröffentlicht werden.

Die jeweiligen kommunikativen Maßnahmen sollten auf jeden Fall in einem Redaktionsplan abgebildet werden. In dieser Hinsicht kann es hilfreich sein, bei der Erarbeitung mit einer Agentur oder einem Berater zusammenzuarbeiten. Der Partner sollte aber auf jeden Fall auf Augenhöhe sein, also sowohl finanziell als auch strategisch Lösungen anzubieten, die Labore unterstützen können. Der Partner muss vor allem die Branche und die Besonderheiten kennen, um mit der Sprache des Labores sprechen zu können.

Das Gesamtkonzept sollte aber immer

Arne Suter macht Laboren und Unternehmen Mut, im sogenannten Storytelling auch Persönliches zu kommunizieren.



in den Händen des Laborinhabers verbleiben, da er für das Unternehmen und auch für die Geschichten aus dem Unternehmen steht.

Mit einem Erklärvideo war Ihr Labor beim Kommunikationspreis von proDente erfolgreich. Welche Idee steckt hinter dem Video?

Wir wollten unabhängig von den Leistungen unseres Labors mit dem Video ein sogenanntes Open-Source-Wissen zur Verfügung stellen. In einem neutralen Video sollte herausgestellt werden, dass

- Patients über die Sonderanfertigung Zahnersatz informiert werden
- Patients eine Wahlfreiheit beim Zahnersatz haben und
- beim Patienten ein Bewusstsein für die Qualität und die Services der zahntechnischen Labore in Deutschland entsteht.

Dadurch können sich Patienten unabhängig orientieren und auch Zahnärzte können das Video für die eigene Arbeit nutzen.

Mit dem Erklärvideo lässt sich das Wissen insgesamt sehr charmant vermitteln. Bewusst haben wir uns für einen reduzierten Comic in schwarzweiß entschieden, der die Wissensvermittlung in den Fokus stellt. Die Comicfigur ist sympathisch und das Storytelling funktioniert ohne erhobenen Zeigefinger.

Herr Suter, Sie sind als Orchestermusiker in die Betriebsleitung eines zahntechnischen Handwerksunternehmens gekommen. Helfen Ihnen diese Erfahrungen bei der Laborführung?

Heutzutage ist es in der Betriebsführung wichtiger denn je, dass alle Mitarbeiter mit ihren individuellen Eigenschaften und Stärken gesehen werden. Mit den veränderten Unternehmenskulturen haben sich auch die Vorstellungen und Ansprüche der Mitarbeiter verändert. Dabei hilft mir natürlich meine Erfahrung als Orchestermusiker, da ich die vielen Instrumente sehen, hören und lenken konnte.

In der Laborführung müssen wir viel stärker als früher auf die sozialen Gefüge achten und auf der anderen Seite unsere individuellen Erwartungshaltungen an den jeweiligen Mitarbeiter viel klarer kommunizieren. In dem Zusammenhang muss ich als Betriebsleiter die Wahrnehmungen der Mitarbeiter spüren und entscheiden, welcher Führungsstil gerade gefordert wird. Ich muss die persönlichen Entwicklungen der Mitarbeiter erkennen und diese auch ansprechen.

Eine harmonische Symphonie, und das gilt eben auch für die Führung eines Labors, ist nur möglich, wenn die Solisten gut arbeiten können. Wie ein Intendant im Theater Sorge ich in der Betriebsleitung dafür, dass alle Voraussetzung im Labor stimmen. ■



Das Interview führte Gerald Temme, Redation Zahntechnik TELESKOP des VDZI Verband Deutscher Zahntechniker-Innungen

Mit freundlicher Genehmigung VDZI Magazin Zahntechnik TELESKOP-Ausgabe 02-2017

Die Gesamte Ausgabe finden sie ebenfalls als Download auf: www.vdzi.net



Vollkeramik Jürgen Dettinger, M.A. Ivoclar Vivadent

Der zuverlässige Zahnersatz zur ästhetischen Patientenversorgung



Vollkeramischer Zahnersatz wird von immer mehr Patienten nachgefragt. In einer Befragung der AG Keramik unter 1.000 Zahnärzten im Jahre 2016 wurde ermittelt, dass 68% aller Frontzahn-Einzelkronen aus vollkeramischen Werkstoffen hergestellt wurden, bei Seitenzahnkronen immerhin 62%. Die Gründe für diese Entscheidungen sind vielschichtig. Einmal der Patientenwunsch keine Metallversorgungen mehr zu erhalten, wenn immer zahntechnisch möglich. Aber auch die überzeugende Beratung der Behandler, die ihre guten klinischen Erfahrungen mit diesem metallfreien Werkstoff mit eigenen Patientenbildern im Beratungsgespräch dokumentieren können.

Klinisches Backwardplanning

Die Patientenversorgung mit vollkeramischem Zahnersatz bedingt für den Behandler bereits in der Planung die Beachtung grundsätzlicher klinischer Aspekte. Auch hier gilt, wie in anderen, komplexen zahnmedizinischen Situationen, ein „Backwardplanning“ vorzunehmen:

- ▶ **Wie soll die finale Versorgung aussehen?**
- ▶ **Wie befestige ich die Restauration?**
- ▶ **Welcher Werkstoff steht für diese Indikation zu Verfügung?**
- ▶ **Welche Präparationsanforderungen werden hieraus abgeleitet?**



Das sehr stabile Zirkoniumoxid eignet sich auch für großspannige, monolithische Brückenversorgungen im stark belasteten Seitenzahngebiet.

Ein wichtiger ästhetischer Aspekt bei der Befestigung: Transluzente Keramiken, gleichgültig ob für die Inlay-, Veneer-, -Kronen- oder Brückenversorgung, ermöglichen immer auch einen Blick auf die Zahnhartsubstanz. Der Zahntechniker sollte deshalb vom Behandler neben der gewünschten Zahnfarbe auch eine Information über die Farbe des Zahnstumpfes erhalten.

Dann ist das Labor durch die richtige Wahl der Transparenzstufe einer Keramik oder deren Einfärbung in der Lage, den Zahnersatz farblich so herzustellen, dass im Patientenmund natürlicher Zahn und Zahnersatz ästhetisch harmonieren. Der Zahnersatz in der Zahnreihe soll von einem Laien nicht als solcher erkannt werden.

Oxid- und Silikatkeramiken

Bei der Wahl des Werkstoffes ist eine Abstimmung zwischen Behandler und Labor von großer Wichtigkeit. Die klinischen Anforderungen der Patientenversorgung muss mit den werkstofflichen Möglichkeiten der Zahntechnik in Übereinstimmung gebracht werden. In einem Dentallabor werden heute eine Vielzahl an Keramikwerkstoffe verarbeitet, mit unterschiedlicher Härte und Transluzenz, daraus abgeleitet die Indikationsstellung und die Präparationsanfordernisse. So sind Feldspatkeramiken zwar sehr transluzent, verfügen jedoch über nur eine geringe Biegefestigkeit. Sie sind somit ideal in der indirekten Füllungstechnik indiziert, bedingen aber minimal 1,5 mm Präparationstiefe mit zwingender adhäsive Befestigung. Hochfestes Zirkoniumoxid hingegen ist wegen seiner leichten Opazität ideal als Brückenwerkstoff im Seitenzahnggebiet geeignet, nicht jedoch bei der Veneer- oder Frontzahnversorgung. Weiterer Vorteil, es sind Mindeststärken von nur 1,0 mm erforderlich und die Kronen können konventionell oder selbstadhäsiv befestigt werden.

Adhäsive Befestigung bringt klinische Sicherheit

Das Behandlungsteam ist mit der Auswahl des Befestigungswerkstoffes sowie dessen Einfärbung in der Lage, das ästhetische Anforderungsprofil des vollkeramischen Zahnersatzes zu unterstützen oder gar zu optimieren. Eine neue Generation der Befestigungscomposites ist kennzeichnend für eine Kombination von außergewöhnlicher Ästhetik und anwendungsfreundlicher Verarbeitung.

So hat sich das ästhetische, licht- und dualhärten- de Befestigungscomposite Variolink Esthetic in der täglichen Praxis zur definitiven Eingliederung anspruchsvoller Keramik- und Composite-Restaurationen bestens bewährt.



Dem Labor sollte neben der gewünschten Zahnfarbe auch die Farbe des Zahnstumpfes übermittelt werden.



Eine minimalinvasive Lösung beim Lückenschluß: Eine Inlaybrücke (Foto. D. Edelhoff)

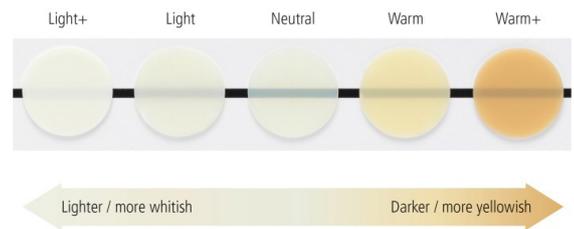


Implantatversorgung mit einem individuellen IPS e.max Hybridabutment und einer hierauf verklebten Krone aus Lithium-Disilikat.

Für die genaue Abstimmung der Farbwirkung der Restaurationen hat Ivoclar Vivadent das „Effekt“-Farbkonzept entwickelt. Dieses ermöglicht mit seinen fünf Farben, neben der farbneutralen Befestigung auch die stufenweise Aufhellung oder Abdunkelung der Restauration. Insbesondere bei Einzelversorgungen, ob Krone oder Veneer, ist die Farbharmonie zu den Nachbarzähnen besonders wichtig.

Damit diese Farbübereinstimmung nicht dem Zufall überlassen wird, kann man bereits vor der definitiven Eingliederung die Farbwirkung der gewählten Compositefarbe direkt im Patientenmund durch eine identisch eingefärbte Variolink Esthetic Try-In-Paste testen.

In der Mischkanüle des Variolink Esthetic werden die beiden reaktiven Komponenten automatisch gemischt und direkt in die Krone appliziert. Durch die ideale Kombination aus dem Lichtinitiator und einem Licht-Controller lassen sich die Überschüsse nach erfolgter Lichtvorhärtung überdurchschnittlich gut und schnell entfernen. Für den Behandler besonders hilfreich ist die Konsistenz des Composites bei der Eingliederung. Überschüssiges Material bleibt am Kronenrand stehen und kann durch eine nur Sekunden dauernde Lichtvorhärtung verfestigt und damit ausgezeichnet entfernt werden. ■



Das Befestigungscomposite Variolink Esthetic ermöglicht mit seiner Farbauswahl vollkeramische Restaurationen farblich aufzuhellen oder abzudunkeln.



Bei einem idealen Befestigungscomposite können standfeste Überschüsse von der Zementfuge leicht entfernt werden.

Literatur zur Vollkeramik

Einen guten Einstieg in das Gesamtthema Vollkeramik aus klinischer und werkstofflicher Sicht gibt das Buch „Vollkeramik auf einen Blick“, herausgegeben von der Arbeitsgemeinschaft für Keramik. Die acht namhaften deutschen Autoren aus Hochschulen und Praxen geben in der jetzt 6. Auflage einen guten Einblick in die Indikationen, Werkstoffauswahl, Vorbereitung und Eingliederung von vollkeramischen Restaurationen. Dieses reichlich bebilderte Standardwerk der Vollkeramik gibt viele praktische Hinweise für das klinische Vorgehen, zeigt aber auch die Grenzen dieser Versorgungsmöglichkeiten auf. Erhältlich im Fachbuchhandel oder unter www.ag-keramik.de. Unter dieser Webadresse findet man auch weitere Publikationen und wissenschaftliche Studien zum Themenkomplex Keramik in der zahnärztlichen Anwendung.

Jürgen Dettinger, M.A. Ivoclar Vivadent



Das Handbuch „Vollkeramik auf einen Blick“ gilt als Standardwerk zur Vollkeramik.

www.ag-keramik.de



In den letzten Wochen und Monaten haben wir viele Zahnarztpraxen als neue Kunden hinzugewonnen. Unsere Auftragslage ist sehr gut. Für unsere Mitarbeiter bedeutet das, dass sie sich strecken müssen, um die erwartete Leistung zu bringen. Diese erhöhte Arbeitslast bringt mit sich, dass sie hin und wieder unzufrieden sind – es bleibt ihnen nicht viel Zeit, um zwischen-durch Luft zu holen. Deshalb haben wir zu einer ganz besonderen Maßnahme gegriffen.

Enge Absprache mit allen Mitarbeitern

Wir beauftragten einen Coach, um gemeinsam zu erarbeiten, wie wir mit diesen Belastungsspitzen umgehen – zuerst mein Mann und ich, dann wir beide zusammen mit allen Mitarbeitern. Es war ein langer und intensiver Tag, an dem wir viele unterschiedliche Themen angesprochen und auch vereinbart haben, wie wir gewisse Dinge in Zukunft handhaben wollen. So ging es beispielsweise darum, die Teambildung und das Miteinander zu verbessern.



Unsere Mitarbeiter wollen mit uns genau die einzelnen Aufträge durchsprechen, Hintergrundinformationen dazu, wollen ihr Auftragsvolumen kennen, sprich: Sie brauchen direkten Austausch und Ansprache. Dies sind sehr moderne Ansätze, die es zu unseren Ausbildungszeiten noch nicht gab. Damals wurde uns einfach die zu erledigende Arbeit hingestellt, und das war es. Erklärungen oder gar Mitbestimmung gab es nicht. Heute ist dies zum Glück anders.

Wir besprechen gemeinsam, was wir alle brauchen, um die Arbeit in der gewohnten Qualität und zu den von den Kunden gewünschten Terminen liefern zu können – und mit Spaß und Freude bei der Sache zu sein. Nach dem Coaching haben wir regelmäßige Teamsitzungen vereinbart, in denen wir an diesen Punkten arbeiten, uns gegenseitig Rückmeldung geben und uns verbindlich darauf einigen, die verabredeten Maßnahmen einzuhalten. Dass es dem Team gut geht, ist so wichtig! Denn wenn das Team nicht gerne und gut arbeitet, nützen uns alle Aufträge dieser Welt nichts.

” *Wer zu spät liefert,
hat etwas nicht verstanden* **“**

Karen Suter

Und genau dahinter verbirgt sich auch der Grund, warum wir alle Termine zu hundert Prozent einhalten – weil wir gar keine andere Chance haben, um als Unternehmen zu bestehen. Wenn ein Kunde von uns verlangt, zu liefern, dann liefern wir. Er verlangt schließlich keine karierten Maiglöckchen von uns, sondern genau, was wir auch zu liefern imstande sind. Mir ist es wichtig, dass unser Team das versteht und diese Haltung verinnerlicht.

Wir haben in der letzten Zeit viele neue Kunden gewonnen, weil wir durch unser Marketing und unseren Außendienst positiv aufgefallen sind – und dieses gute Image muss sich in jedem Bereich unseres Unternehmens wiederfinden, quasi bis in die Haarspitzen, und vor allem in unserer Arbeit.

Termin-treue ist da noch der einfachste gemeinsame Nenner. Wir alle wissen, dass die Zahnarztpraxen gefüllte Bücher haben und die Patienten immer mit Wartezeiten rechnen müssen, bis ihre Krone oder ihre Brücke da ist – da können wir uns keinen Terminverzug erlauben. Wer zu spät liefert, hat etwas nicht verstanden. Dies zu erkennen und zu leben, ist auch für das Team wichtig – das muss die Terminanforderungen schließlich umsetzen. Unser gutes Image trägt sich nur positiv weiter, wenn das auch im Team so gelebt wird. Um es noch einmal auf den Punkt zu bringen: Wir haben keine andere Chance, als 100 Prozent pünktlich zu liefern – denn das ist die beste Maßnahme zur Arbeitsplatz-erhaltung, die ich kenne.

Deshalb lautet die Gleichung:

100 Prozent Liefertreue = 365 Grad Zukunftssicherheit





Monika Bylitza

Miteinander reden – miteinander gewinnen

Humorvolle Gedanken zum Umgang mit schwierigen Gesprächspartnern

Der Umgang mit schwierigen Kollegen ist eine Herausforderung, die jede Führungspersönlichkeit meistern muss. Wie verhindern Sie Überreaktionen und wie gelingt eine wertschätzende Kommunikation gerade in schwierigen Situationen? Monika Bylitza gibt dazu Ratschläge aus der Praxis.

Acht Stunden pro Tag, fünf Tage die Woche, macht insgesamt 160 Stunden im Monat und 1920 Stunden im Jahr. Soviel Zeit verbringen die meisten Menschen durchschnittlich mit ihren Kollegen am Arbeitsplatz. Eine Menge Zeit in einer Zweckgemeinschaft, die oft Spaß macht, herzliche Freundschaften hervorbringt, doch manches Mal dafür sorgt, dass es „im Karton knallt“. Leider können wir uns unsere Kollegen nicht aussuchen. Aber wir können lernen, mit nervigen Mitmenschen umzugehen, damit sie uns nicht den Tag verderben?

Willkommen im Club der Unvollkommenen

Was können Sie gegen die Macken Ihrer Kollegen unternehmen, ohne den kollegialen Frieden auf Dauer zu gefährden? Besserwisser, Nörgler, Faulenzer... Wohl jeder von uns hatte in seinem Job schon mal mit einem nervigen Kollegen zu tun. Ich habe große Probleme mit Menschen, die unter ständigem Mitteilungsdrang leiden und nicht wissen, dass Pausen im Gespräch hilfreich sind. Etwas bissig erlaube ich mir dann die Bewertung, dass diese Menschen unter verbaler Inkontinenz leiden. Das ist nicht wirklich freundlich, aber ich bin auch nur ein Mensch, der hin und wieder genervt ist.

Wenn der Kollege „Sprücheklopfer“ mit coolen Sprüchen um sich schmeißt

Was mich aber wirklich auf die Palme bringt sind „Silver-Surfer“, die mit coolen Sprüchen um sich schmeißen und meinen, damit Eindruck schinden zu können. Ein paar Beispiele gefällig? Plötzlich und unerwartet kommt der Vorgesetzte mit dem „Schlepptop“ zur Arbeit und grüßt locker und entspannt mit „Hallöchen“.



Monika Bylitza ist erfahrene Beraterin und Coach. Mit großer Wertschätzung unterstützt sie Unternehmerinnen und Unternehmer sowie Organisationen konkret und praxisnah.

Nach 30 Jahren Coaching und Training bin ich davon überzeugt, dass alle Ressourcen im Menschen vorhanden sind, um anspruchsvolle Ziele zu erreichen. Mein Vertrauen in die Veränderungsbereitschaft meiner Klienten ist grenzenlos.

Im Spannungsfeld zwischen Personen, Aufgaben und ganz normalem Alltagswahnwitz unterstütze ich Sie auf der Suche nach erfolgreichen Wegen.

www.monika-bylitza.de

„Das performt nicht“, „Supi!“ oder „Zum Bleistift“ sind drei weitere vermeintlich lustige Sprüche, die im Büro aber nur kaum jemand lustig findet. Über „schön, dass du noch dableiben darfst!“, freut sich auch keiner. Das Arbeitsleben könnte also so schön sein, ohne diese überflüssigen Sprüche, finde ich. Das muss mal gesagt werden.



Jeder Menschenzoo bietet die Chance zur Persönlichkeitsentwicklung

Leider haben wir im Berufsalltag nicht die Möglichkeit, uns nur die Mitarbeiter auszusuchen, mit denen wir auch nach Feierabend noch ein Bier trinken gehen wollen. Es gibt Menschen, die wir am liebsten nur von hinten sehen. Oder noch besser: gar nicht.

Die Aussagen, „Ja bin ich hier im Affenstall?, oder „Lautgebrüllt, Löwe“, „Schon wieder ein Froschkonzert- nur Gequake“ erlauben mir den Gedanken, dass unser miteinander vergleichbar mit einem Zoo ist. Jedes Tier benötigt andere Lebensumstände, intensive Pflege und gutes Futter. Gut zu wissen, dass ich auch eines dieser manchmal seltsamen und herausfordernden „gackernden Hühner“ oder eine „aufgeregte Zicke“ bin.

Wenn völlig unterschiedliche Typen zusammenarbeiten, prallen Mentalitäten aufeinander. Das kann schon mal extrem anstrengend sein, aber auch die Möglichkeit bieten, für sich selbst etwas zu lernen.

LOCKER BLEIBEN und bis Zehn zählen - Mord ist keine Lösung

Der wichtigste und schwierigste Grundsatz im Umgang mit herausfordernden Kollegen lautet cool bleiben- und sachlich. Solange Sie noch Herr über Ihre Emotionen sind, empfehle ich Ihnen tatsächlich den guten alten Rat meiner Oma: „Zähle bis 10 und die Welt sieht anders aus.“ Wahrscheinlich wird Ihnen im Anschluss die Erkenntnis geschenkt,

dass Sie die nervige Situation ja nicht persönlich nehmen müssen. Nach tiefen und entspannten Durchatmen, können sie wahrscheinlich lockerer mit der Situation umgehen.

Distanz schaffen – Ablenkung schenkt Klarheit

Ist die Situation festgefahren und Ihre momentane Gefühlslage droht zu eskalieren, hilft nur noch Distanz. Treten Sie besser vor den Mülleimer auf der Toilette, als vor das Schienbein eines schwierigen Menschen. Ich habe mir ein Ritual geschaffen, das mir hilft, mich zu reflektieren, bevor mir möglicherweise der Kragen platzt.

Wenn es möglich ist, schaffe ich eine räumliche Distanz und gehe an die frische Luft. Dann gebe meinen Gedanken ein Thema, das mit meiner aktuellen Situation nichts zu tun hat. Wenn ich mich mit einem anderen Thema beschäftige, kann mein Gehirn nicht gleichzeitig an die nervige Situation denken. Das hilft, ist aber leider nicht immer möglich.

Sie brauchen hin und wieder innere und äußere Distanz, wenn Ihnen respektvolle Beziehungen wichtig sind. Denn nur Respekt schafft die Basis für eine gute und kollegiale Beziehung und vielleicht gelingt dadurch ein angenehmes Miteinander im Arbeitsalltag. Klingt gut, oder nicht?

Kein Mensch muss so sein, wie Sie ihn haben wollen. Genauso ist es nicht Ihre Aufgabe, so zu sein, wie es andere von Ihnen erwarten. Am besten akzeptieren Sie, dass jeder Mensch mit seinen Macken und Eigenarten respektiert werden möchte.

Wie Kommunikation im Alltag gelingen kann

Der wichtigste Erfolgsfaktor im Business ist der Mensch. Erfolgreiche Unternehmen und Organisationen werden auch in Zukunft erfolgreich sein, wenn es ihnen gelingt, Mitarbeiter zu binden. Dazu gehört auch, Mitarbeiter nicht nur durch Lippenbekenntnisse, sondern durch Wertschätzung und Respekt in den Mittelpunkt zu stellen. So wie Pflanzen Dünger brauchen, um gut zu wachsen, brauchen Menschen Respekt und Anerkennung, um miteinander zu leben und zu arbeiten.

Wenn Sie einen Blick auf die aktuelle Lage in der Wirtschaft werfen, wurden in den vergangenen Jahren nicht nur kühne Träume erreicht, sondern auch sehr viel fusioniert und expandiert. Leider sind damit auch härtere Wettbewerbsbedingungen und angespannte Arbeitsbeziehungen in die Chefetagen eingezogen. Wir wissen heute viel über Zielgruppen, Effizienz, Renditen und vieles mehr. Doch ohne Menschen lassen sich Ziele nicht erreichen. Es ist höchste Zeit, daran zu arbeiten, dass Erfolg und Mensch sich nicht ausschließen lassen, sondern zusammengehören. Erfolg geht nur mit den Menschen- nicht ohne!

Wenn Sie wollen, dass es Ihnen gut geht ist es auch Ihre Aufgabe dafür zu sorgen, dass es anderen auch gut geht. Der menschliche Weg, den dieser Artikel aufzeigt, ist aus meiner Sicht für beide Seiten auch der gesündere Weg. Menschen, denen die Arbeit Freude macht und die dafür ehrliche Anerkennung erhalten, werden nicht krank. Dafür lohnt es sich, an den eigenen Kommunikationsstrukturen zu arbeiten, oder nicht?

Ich gebe Ihnen Anregungen, wie Sie durch Klarheit und Stabilität erfolgreiche Gespräche führen können. Experimentieren Sie, verwerfen Sie und folgen einfach Ihrer Intuition.

Eine kleine Geschichte zur Einstimmung:

Von Herzen geben

Schweigend saß der alte Indianer mit seinem Enkel am Lagerfeuer. Die Bäume standen wie dunkle Schatten, das Feuer knackte und die Flammen züngelten in den Himmel. Nach einer langen Weile sagte der Alte:

„Manchmal fühle ich mich, als ob zwei Wölfe in meinem Herzen miteinander kämpfen.

Einer der beiden ist rachsüchtig, aggressiv und grausam. Der andere aber ist liebevoll, sanft und mitfühlend.“

„Welcher der beiden wird den Kampf um dein Herz gewinnen?“ fragte der Junge.

„Der, den ich füttere“, antwortete der Alte.

(Quelle unbekannt)

Sie entscheiden, welchen Wolf Sie in Ihrem Herzen füttern.

Ein Team kann die Zukunft gestalten, wenn es bereit ist, Beziehungen zu gestalten. Die Bereitschaft zum offenen und ehrlichen Gespräch bildet die Grundlage. In jedem Gespräch sollten Sie daran denken, dass nicht nur das Reden auf die Gewinnerseite gehört, sondern auch das Zuhören. Ermutigen Sie Ihre Mitarbeiter zu der Vereinbarung: Wir reden miteinander- nicht übereinander! Pflegen Sie eine Kultur der ehrlichen Begegnung.

Fragen zur Situationsanalyse

1. Gehen wir offen miteinander um?
2. Vertraue ich meinen Mitarbeitern- vertrauen meine Mitarbeiter mir?
3. Handle ich verlässlich und berechenbar?
4. Habe ich den Mut, die Dinge klar beim Namen zu nennen, auch wenn sie unbequem sind oder wenn es gilt, eigene Fehler einzugestehen?





Mut zu klaren Worten

Mut ist ein wesentlicher Faktor im Umgang mit Menschen. Es darf nicht darum gehen, sich durchzusetzen, sondern Klarheit in angemessener Weise, sowie einen offenen und ehrlichen Umgang zu schaffen.

Gerade in Konfliktgesprächen ist es eine Kunst, gelassen zu bleiben, würdevoll aufzutreten und sich klar auszudrücken – ohne ein Schauspiel zu inszenieren. Aufgeregtes Lautwerden und hilfloses Verstummen helfen auf keinen Fall weiter. Entscheiden Sie sich in schwierigen Situationen für entschlossene Souveränität, klare Kommunikation und eine sehr gute Vorbereitung.

Klarheit siegt

Viele Menschen glauben, ihre kommunikativen Fähigkeiten verbessern zu können, indem sie lernen, besser zu reden. Es geht aber in Konfliktgesprächen grundsätzlich um das bessere Zuhören: Gute Redner waren zuvor gute Zuhörer. Dazu gehört aus meiner Sicht, frühzeitig Konfliktpotentiale zu erkennen und Konflikte bereits im Entstehen anzusprechen. Gesprächskompetenzen und die Fähigkeit, mit Konflikten umzugehen, gehören für mich zu den Schlüsselkompetenzen der Zukunft.

Eine gute Gesprächsführung fällt nicht vom Himmel

In meinen Seminaren und Beratungen bekomme ich häufig die Antwort, dass sich nur wenige Menschen vor bedeutsamen oder schwierigen Gesprächen vorbereiten. Wie ist das bei Ihnen? Vertrauen Sie darauf, dass gute

Argumente spontan vom Himmel fallen, oder bereiten Sie sich auf ein Gespräch mit unterschiedlichen Zielvorstellungen vor? Und erlauben Sie mir in diesem Zusammenhang die Frage, ob Sie Ihre Ziele und Argumente schriftlich festhalten?

Mit einer schriftlichen Vorbereitung schaffen Sie es leichter, Ihr Ziel und Ihre Interessen zu erarbeiten. Verlassen Sie sich nicht auf Ihr Gedächtnis – sonst könnte es sein, dass Sie verlassen werden. Die Gefahr, Gedanken nur im Kopf zu bewegen, führt häufig zur Verzettlung und Ablenkung vom Ziel.

Tipp: Drücken Sie sich klar und deutlich aus. Formulieren Sie kurz und knapp. Kommen Sie zielstrebig auf den Punkt.

Hüten Sie sich davor, bei der Vorbereitung Zeit zu sparen oder oberflächlich zu sein. Die gefühlte Zeitersparnis brauchen Sie bei mangelnder Vorbereitung wahrscheinlich zu einem späteren Zeitpunkt, weil der Konflikt sich aufschaukelt.

Bunte Zettelwirtschaft hilft, Prioritäten zu setzen

Für die praktische Umsetzung empfehle ich Ihnen, 5 Minuten im freien Fall zu denken und Ihre Gedanken unstrukturiert auf farbige Post-it-Notes zu kleben. Jeder Gedanke erhält einen separaten Zettel und wenn Sie mögen, arbeiten Sie mit unterschiedlichen Farben für verschiedene Denkrichtungen. Verzichten Sie auf Bewertungen und schreiben genau das auf, was Ihnen in den Sinn kommt.

Das Denken mit Post-it's ist sehr flexibel und Sie helfen ihrem Gehirn, spielerisch nach guten Lösungen zu suchen. Sie verzichten bewusst darauf, sofort in Strukturen zu denken und werden darüber staunen, welche Gedanken plötzlich auftauchen. Natürlich nur, wenn Sie dieser Methode eine Chance geben. Nach Ihrem bunten Brainstorming haben Sie ein gutes Gefühl dafür, ob Sie sich im wahrsten Sinne des Wortes schon in der Vorbereitung verzettelt haben. Auf diese Weise können Sie an einem Thema dranbleiben und immer wieder verschiedene Prioritäten setzen, indem Sie die Zettel einfach umkleben.

Zu einer guten Vorbereitung gehört auch, dass Sie bereit sind, Zugeständnisse zu machen. Die beste Vorbereitung wird nichts nützen, wenn Sie sich auf Ihre Ziele ohne die Bereitschaft zum Kompromiss fixieren.

Denken Sie daran: Gelingende Gespräche brauchen die Bereitschaft zum Geben und Nehmen. ■

8. Ladies DENTAL Talk 2017 in Stade

Inspiration
Motivation
Erfolg

8. Ladiesdentaltalk Stade - am 6. September 2017 in Stade

„Miteinander reden – miteinander gewinnen“ heißt es beim nächsten ladies dental talk in Stade am 6. September. Kommunikations-Expertin und Coach Monika Bylitza gibt Input und regt zur Diskussion darüber an, wie das Miteinander im Team und mit Patienten noch besser gelingt.

An diesem Abend wird Monika Bylitza unsere Gastrednerin sein. Mit über zwanzig Jahren Coachingenerfahrung von Bankenwesen bis Unternehmerbegleitung spezialisiert sie sich im Besonderen auch auf die Frauen in Führungspositionen. Mit Monika Bylitza erleben Sie die spannende Vernetzung unterschiedlicher Erfahrungen, Ideen, Methoden und Persönlichkeiten. Sie entwickeln Ihr Können in einer wohl dosierten Mischung von Erleben und Verstehen. Einfach, gehirn-gerecht und mit großem Unterhaltungswert.



Gastrednerin: Monika Bylitza

“ Die Verbindung zwischen strukturiertem Handeln und Intuition ist meine Stärke. ”

Monika Bylitza

Ihre Philosophie:

Als wertschätzende Begleiterin unterstütze ich Menschen und Organisationen konkret und praxisnah bei der Festlegung und Umsetzung ihrer Ziele.

Ihr Motto: „**Mensch gewinnt Mensch**“

Wir freuen uns auf Sie und einen intensiven sowie anregenden Abend.

Karen Julia Suter

WANN: Mittwoch, 6. September 2017, 17 bis 21.30 h
WO: Restaurant Knechthausen, Bungenstraße 20, Stade
WAS: Sektempfang, 3-Gänge-Menü, fachliche und unternehmerische Impulse, Austausch, Netzwerken, Von- und Miteinanderlernen

Unsere Expertinnen beantworten Ihre Fragen.

- Praxisfinanzierung: Leona Neddermeyer, apoBank
- Abrechnung: Silke Vergeld, PVS dental
- Zahntechnik: ZTM Karen Julia Suter, Suter Dental-Labor
- Standespolitik: Dr. Tilli Hanßen, Zahnärzte für Niedersachsen e. V.

8. Ladies Dental Talk
Mittwoch 6. Sept. 2017
17.00 - 21.30 Uhr
Stade

Teilnahmebeitrag:

- 99 Euro regulär
 - 79 Euro für Kundinnen von Suter Dental-Labor
 - 79 Euro für Kundinnen der apoBank
 - 79 Euro für Kundinnen von PVS dental
 - 89 Euro für Mitglieder Dentista / ZfN
 - 89 Euro für Mitglieder BuKiZ / DGKiZ
 - 79 Euro für Existenzgründerinnen, Assistenz-Zahnärztinnen und BdZA-Mitglieder
 - 49 Euro für Zahnmedizin-Studentinnen
- Für Ihre Teilnahme erhalten Sie

4 Fortbildungspunkte gemäß BZÄK.

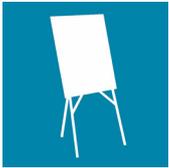
Zum Anmeldeformular:

www.ladies-dental-talk.de/stade

Haben Sie Fragen oder Anregungen? Sie erreichen uns per E-Mail an info@ladies-dental-talk.de oder telefonisch unter 0 64 21 / 4 07 95-22.

Jetzt anmelden.





Fortbildung

Regina Granz - Abrechnungs-Seminar

Herbststimmung in der Abrechnung

**Termin
2017**

Der Klassiker im Veranstaltungsjahr 2017: **Regina Granz - Abrechnungs-Seminar** Vielen Praxisteams ist sie durch ihre zahlreichen Aktivitäten als Referentin bereits bekannt. Alle anderen, die sie noch nicht persönlich kennen, sollten sie kennenlernen.

Themenübersicht:

- aktueller Stand der gesamten Abrechnung
- Neukomentierungen und Beschlüsse
- der ständige Ärger mit den PKVn
- Informationen und Tipps zu Erstattungsproblemen
- Berechnen, Begründen und Bekommen!

Anhand von Falldarstellungen üben und diskutieren wir die obigen Themen.

Eigene Fragestellungen können gern mitgebracht werden.

Wir bitten zu beachten, dass bei der Platzvergabe die zeitliche Reihenfolge der Anmeldungen berücksichtigt wird.



Regina Granz Abrechnungsspezialistin, ausgebildete ZFA und ZMF/Praxismanagerin.

In Zusammenarbeit mit der ZA-Nord Stade

**exakt was
ich brauche**

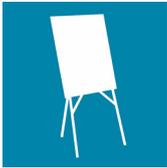


**Persönlich
verstanden**

**Seminar bereits ausgebucht !
Anmeldung nicht mehr möglich.**

für Zahnärzte und Praxisteam

Referent: *Regina Granz Abrechnungsexpertin*
Termin: *Mittwoch 20. September 2017 - 15° bis 18.30 Uhr*
Fortbildungspunkte: *2 entsprechend der Leitzätze der BZÄK und DGZMK*
Kursgebühr: *99,-€ incl. MwSt - incl. Seminarbuffet*



Fortbildung

„Vollkeramik leicht gemacht“

Dr. med. dent. Thomas Stock und Carsten Schilling

IPS e.max bietet Ihnen das einzigartige System, welches den Erfolg und die Sicherheit im Praxisalltag einfach macht!

Wählen Sie in Absprache mit Ihrem Labor je nach Patientenfall den passenden Weg um eine wirtschaftliche und hoch ästhetische Vollkeramikrestauration zu erzielen.

Festigkeit und natürliche Ästhetik

Der Wunsch der Patienten nach ästhetischen Restaurationen wächst stetig und dadurch natürlich auch die Nachfrage nach Vollkeramik. Mit dem wachsenden Angebot an Adhäsiven, Keramiksystemen und Befestigungsmaterialien wird die Übersicht für die Praxis jedoch erschwert. Dieser Vortrag bietet deshalb einen „Durchblick durch den Materialdschungel“ der Adhäsive, Keramiken und Befestigungsmaterialien sowie praktische Verarbeitungstipps. Vollkeramik wird seit über 20 Jahren erfolgreich eingesetzt und steht für ästhetische und passgenaue, biokompatible Restaurationen.

In Zusammenarbeit mit:


ivoclar
vivadent
passion vision innovation



Dr. med. dent. Thomas Stock und Carsten Schilling

Inhalt:

- Überblick über IPS e.max Systeme
- IPS e.max update
- Präparationsempfehlungen
- Empfehlungen und Erklärung bei der Materialauswahl von Lithium-Disilikat
- Lösungsmöglichkeiten anhand von praxisnahen Fallbeispielen
- IPS e.max Empfehlungen und Verarbeitungstipps: Von A (wie Abutment) bis Z (wie Zirkon)
- Erfahrungen aus der Praxis für die Praxis
- Welche Keramik für welche Patientenindikation
- Was ist bei der Lichtpolymerisation zu beachten
- Befestigung: Es geht auch einfach

für Zahnärzte

Referent:

Dr. med. dent. Thomas Stock und Carsten Schilling

Termin:

Mittwoch 25. Okt. 2017 - 17⁰⁰-20.30 Uhr

Fortbildungspunkte:

4 entsprechend der Leitzätze der BZÄK und DGZMK

Kursgebühr:

89,-€ incl. Gutschein für Materialpaket im Wert von ca. € 90,-



IMPRESSUM

DENTAL NEWS - Newsletter - Kundenmagazin

SUTER DENTAL LABOR GmbH

Stader Straße 42

27432 Bremervörde

Tel : 0 47 61 | 20 44

Fax: 0 47 61 | 20 46

Layout/Satz: Arne Suter

Bilder: Arne Suter; CompeDent; Sabrina A. Nagel;

Pixel-Kraft; Fotolia; Shutterstock; AG Keramik



Suter Dental Labor GmbH

Stader Straße 42

27432 Bremervörde

Tel : 0 47 61 | 20 44

Fax: 0 47 61 | 20 46