

theDents

Das Medizin-Kunst Magazin

Personalmangel: Ist da noch wer?

In Praxen fehlt es an allen Ecken und Enden. Wir fühlen dem Personalmangel auf den Zahn und suchen Lösungsansätze.

20



ALBERT STERKENBURG SCHEU-CEO IM INTERVIEW

Private Einblicke, berufliche Erfahrungen und Zukunftsvisionen in der Dentalbranche.

3D-DRUCKER TECHNIK IM VERGLEICH

Für welche Praxis lohnt sich die Investition?

ZAHNMEDIZIN & KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

ChatGPT und Co. treffen auf Karies und Bakterien.

04

11

32

Vorwort

Willkommen bei theDents – dem Magazin für Kieferorthopäd:innen, Zahnärzt:innen, Mitarbeitende in Dental Laboren und all den Menschen, die sich für die Welt der Zahnmedizin und des guten Designs begeistern können. Wir nehmen Sie mit zu einer faszinierenden Fusion aus Wissen und Ästhetik, die Ihnen einen einzigartigen Blick auf die Kunst und Wissenschaft der Mundgesundheit ermöglicht.

Der Name theDents wurde nicht nur gewählt, um die offensichtliche Verbindung zu unserer Themenwelt herzustellen, sondern auch als Hommage an die tiefgreifenden Eindrücke, die Zähne in unserem Leben hinterlassen. Wir könnten hier eine tragende Lobeshymne an die Ästhetik und die verbundene Bedeutung des Lächelns abhalten, gehen aber schlichtweg davon aus, dass Sie selbst wohl am besten wissen, was für einen hohen Stellenwert Zähne im Leben Ihrer Patient:innen, Kund:innen und Mitmenschen haben. Und genauso wie Sie mit höchstem Anspruch an die eigenen Fähigkeiten Ihrer Berufung nachgehen, wollten wir durch neueste Tools und Technologien ein visuelles Erlebnis schaffen, welches die Grenzen zwischen fachlicher Expertise und ästhetischem Anspruch nahtlos ineinander verschmelzen lässt. Zweifelsohne ist Ihnen deshalb auch die eher avantgardistische Bildwelt dieses Magazins aufgefallen. Das ist nicht rein zufällig so, denn unsere Visualität soll stets etwas mit dem

tatsächlichen Inhalt der jeweiligen Ausgabe zu tun haben. In diesem Fall sind es die neuesten Technologien, besser gesagt: **Künstliche Intelligenz**.

Künstliche Intelligenz ist momentan in aller Munde. In der Welt der Zahnmedizin allerdings hat diese Aussage eine ganz neue Bedeutung. Wie verändert KI die Herangehensweise Ihrer Branche? Ist die neue Technologie eine hilfreiche Unterstützung oder macht sie unser aller Handwerk bald obsolet? Was kann die künstliche Intelligenz denn heute schon für uns tun, damit der Praxisalltag ein wenig entspannter wird? Bevor wir uns mit diesen Fragen beschäftigen, sollten wir Ihnen aber noch etwas verraten. Während Sie diese ersten Zeilen lesen, haben Sie sich schon ganz unbewusst in die Welt der künstlichen Intelligenz bewegt. Denn die Bildwelt, die Sie in diesem Magazin finden, ist größtenteils durch künstliche Intelligenz entstanden. Ganz sicher wird uns die KI noch ein Weilchen, oder für immer, begleiten, da war es für uns nur

naheliegender, den Stand der Dinge mal auf die Probe zu stellen. Ob dieser Stand der Dinge zumindest visuell punkten kann, liegt an Ihnen zu beurteilen. **Dass diese neuen Technologien unsere fachlichen Welten früher oder später auf den Kopf stellen werden, bleibt unserer Meinung nach jedoch völlig zweifellos.**

Freuen Sie sich auf spannende Artikel über neue Ideen, bahnbrechende Forschung und bewährte Behandlungsmethoden – präsentiert in einem Look, den Sie so ganz sicher noch nicht gesehen haben. Ganz gleich, ob Sie erfahrene Expert:in sind, mit dem Wunsch, Wissen zu vertiefen, oder ambitionierte:r Aufsteiger:in auf der Suche nach Inspiration – theDents ist Ihre Quelle für Innovation und fundiertes Fachwissen.

Willkommen in einer Welt, in der Zahnmedizin auf Design trifft, Wissenschaft auf Ästhetik und Wissen auf Visualität. Tauchen Sie ein in theDents und lassen Sie sich von der Kraft eines strahlenden Lächelns verzaubern.

Inhalt

04 **Im Interview:** Albert Sterkenburg

Der CEO steht uns Rede und Antwort über seine Rolle bei SCHEU, Stroopwafels und die zunehmende Digitalisierung in der Dentalmedizin.

08 **Inhouse-Aligner-** Produktion

Für wen lohnt sich die Investition und was gilt es zu beachten?

11 **3D-Drucker in der** Kieferorthopädie

Vor- und Nachteile aktueller Drucktechniken.

14 **DentFlash** Spannendes – Kurzgefasst

Aktuelle Trends auf Tiktok rund um die Zähne Ihrer Patient:innen, die Sie kennen sollten.

16 **BIOSTAR®: Tiefziehtechnik** mit höchster Präzision und Anwendungsvielfalt

Der BIOSTAR® setzt seit sieben Gerätegenerationen stets neue Maßstäbe. Und es geht noch weiter!

18 **MEMOTAIN® –** der Weg zu einem strahlenden Lächeln

Dieser Langzeitretainer setzt neue Maßstäbe!

20 **Staff wanted: Dauer-** thema Personalmangel

Ein umfassender Blick auf das gesellschaftliche Problem des Fachkräftemangels und wie sich der Arbeitsmarkt verändert. Wie muss sich Ihr Recruiting verändern, um noch Schritt halten zu können?

29 **Die GenZ in der** Zahnmedizin

Was der jungen Generation in der Dentalmedizin wichtig ist und worauf diese Patient:innen achten.

32 **Die AI-mily-Kolumne**

Eine Stimme aus dem Internet: Wie schätzt unsere KI-Kolumnistin den Nutzen von Brackets ein?

34 **Schlusswort** Impressum

Herzlich willkommen, Albert Sterkenburg! Schön, dass Sie da sind. Könnten Sie sich kurz vorstellen und unseren Leser:innen erklären, wie Sie zu SCHEU gekommen sind?

Sehr gerne! Seit dem 1. März dieses Jahres bin ich Geschäftsführer bei SCHEU. Es ist eine große Ehre, dass ich so eine traditionsreiche Firma führen darf, die mittlerweile schon 97 Jahre auf dem Markt ist. Ich selbst bringe über 30 Jahre Erfahrung in der Dentalbranche mit und lerne immer wieder neue Seiten von ihr kennen. Gestartet bin ich mit einem Zahnmedizin- und Betriebswirtschaftsstudium und habe anschließend sehr lange in anderen Dentalfirmen gearbeitet. SCHEU und ich sind einfach das perfekte Match!

Welche Erfahrungen in Ihrer Zeit vor SCHEU haben Sie besonders geprägt?

In meinen früheren Tätigkeiten bin ich viel in der Welt rumgereist und war sehr international tätig. Dadurch konnte ich viele wichtige Kontakte knüpfen und Produktionsstandorte leiten – dazu gehörten auch F&E Bereiche und der Vertrieb. Diese globalen Erfahrungen,

auch im Bereich Verkauf, haben mich persönlich und beruflich sehr geprägt und meinen Horizont erweitert. Beste Voraussetzungen für meinen neuen Job bei SCHEU.

Sie haben in Holland studiert und Ihre Karriere dort gestartet. Danach ging es für Sie nach Frankreich und Deutschland. Wo hat es Ihnen am besten gefallen?

Mittlerweile wohne ich schon über 30 Jahre nicht mehr in Holland und da packt mich ab und zu natürlich das Heimweh, aber in Deutschland fühle ich mich auch sehr heimisch – hier habe ich geheiratet und eine Familie gegründet. Besonders aufregend war es auch in Paris, als ich dort für Johnson & Johnson gearbeitet habe. Wenn man dort seinen Alltag hat, ist es nicht mehr das touristische Paris, es ist eher stressig und viele Dinge passieren gleichzeitig. Aber es ist eine schöne Erfahrung, die man nicht missen möchte und der man immer ein wenig hinterher trauert. Insgesamt bin ich einfach sehr happy in Deutschland, aber es ist überall auf der Welt sehr schön.

Und was vermissen Sie aus Ihrer Heimat am meisten?

Definitiv Stroopwafels! Das sind zwei dünne und sehr süße Waffeln mit Sirup in der Mitte, die zusammengepresst werden. Vielleicht hat der ein oder andere sie schon mal im Supermarkt gesehen, aber in Holland werden sie oft frisch im Café zubereitet und schmecken zu einer Tasse Kaffee einfach super lecker.

Und gibt es irgendeine niederländische Tradition, die Ihnen hier besonders fehlt?

Ja, es gibt Traditionen, die ich sehr geliebt habe. In Deutschland wird Weihnachten groß gefeiert, aber in Holland hat der Nikolaustag einen größeren Stellenwert. Der wird aber am 5. Dezember gefeiert und die Familie beschenkt sich gegenseitig, schreibt Reime und man verbringt viel Zeit miteinander. Eine typische und sehr schöne holländische Tradition.

Albert Sterkenburg

DER CEO VON SCHEU

IM INTERVIEW

VOM ZAHNARZTSOHN, DER DIE DENTALBRANCHE REVOLUTIONIEREN WILL.

ALBERT STERKENBURG IST CEO BEI SCHEU UND BEREITS INTERNATIONAL TÄTIG GEWESEN. IM INTERVIEW SPRICHT ER ÜBER DIE BRANCHE, TIKTOK TRENDS UND WO NOCH UNENTDECKTE INNOVATIONEN IN DER ZAHNMEDIZIN SCHLUMMERN.

Wie sind Sie in diese Branche gekommen? Was begeistert Sie so daran?

Dadurch, dass meine Eltern beide Zahnärzte waren, bin ich mit einer Praxis im Haus aufgewachsen. Und da es früher noch keine Termine gab, standen immer viele Patient:innen vor der Tür und ich habe viel von ihnen mitbekommen. Mir hat das immer gut gefallen und deswegen wusste ich, dass ich irgendwann die Praxis übernehmen werde. Also habe ich an der Universität Groningen Zahnmedizin studiert. Viele Freunde von mir haben aber Betriebswirtschaft studiert, was auch mein Interesse geweckt hat. Deswegen habe ich mit der Uni gesprochen, ob man beide Studiengänge nicht kombinieren könnte. Das habe ich dann auch gemacht und mein Studium so zu Ende gebracht.

Wenn Sie sich noch mal entscheiden könnten, würden Sie den gleichen Berufsweg wählen?

Ich bin sehr glücklich mit dem, was ich mache. Es freut mich vor allem, Innovationen in der Firma voranzutreiben und es für die Patient:innen immer ein Stück besser zu machen. Und das geht vor allem mit digitalen Möglichkeiten, mit denen man tolle neue Produkte entwickeln kann.

Seit März sind Sie bei SCHEU und können Ihre Expertise und Kompetenz einfließen lassen. Warum glauben Sie, ist das ein besonders großes Match?

Die Erfahrungen, die ich international gemacht habe, passen einfach unfassbar gut zu dem Weitblick, den SCHEU mit seiner Marke hat. In meiner vierten Woche wurde die IDS veranstaltet. Das war eine hervorragende Möglichkeit, um alle unsere internationalen und nationalen Kund:innen kennenzulernen. Dazu gehörten auch Händler aus Ländern, wo ich mir dachte, "Wow, die kennen auch SCHEU". Das Traditionsunternehmen steht für Qualität, steht für Innovation, steht für Kund:innenennähe – und das habe ich dort hautnah erleben können.

Meine Erfahrungen im Bereich Entwicklung und Produktion und dem weltweiten Verkauf und Marketing passen sehr gut zu SCHEU. Es ist einfach ein perfektes Match zwischen mir und der ganzen Mannschaft, das uns und die Marke noch weiter nach vorne bringt.

Was liegt Ihnen besonders am Herzen? Gibt es ein spezielles Thema, das Sie gerne besonders stark pushen möchten?

Wenn man über Zahnmedizin spricht, denkt man oft nur an die Zähne und die Wissenschaft dahinter. Es ist aber bewiesen, dass die Zähne einen Einfluss auf den ganzen Körper haben – deswegen gibt es einen fließenden Übergang Richtung Humanmedizin. Das ist ein spannendes Themenfeld, das wir interdisziplinär betrachten sollten.

Zweimal im Jahr sollte der Routinecheck beim Zahnarzt auf unserem Kalender stehen. Reicht das für Sie als Zahnmediziner aus oder gehen Sie lieber noch öfter?

Zweimal im Jahr auf jeden Fall. Tatsächlich bin ich aber öfter da,

weil ich Kund:innen besuchen möchte und wissen will, was im Praxisalltag los ist. Das zeichnet unsere Firma auch aus und ich ermutige unsere Mitarbeitenden, das auch zu tun. Nur dann wissen wir, welche Bedürfnisse sie haben und wir bekommen Impulse für neue Ideen, die wir dann dementsprechend auch wieder umsetzen können.

Erzählen Sie uns etwas über Ihre persönlichen Erfahrungen. Wo sehen Sie noch Optimierungsbedarf in Praxen und welche Rolle spielt SCHEU dabei?

Die Digitalisierung der Zahnmedizin macht gewaltige Fortschritte und ist sehr schnelllebig. Praxisinhaber:innen, Zahnärzt:innen, Kieferorthopäd:innen, aber auch die Labore müssen sich darauf einstellen, Investitionen zu tätigen und das macht ihnen manchmal zu schaffen. Die Entwicklungen sind einerseits faszinierend, andererseits ändern sie die ganze Branche.

Und da sind wir als SCHEU mit unseren Produkten und Dienstleistungen ein sehr solider Ansprechpartner, um zusammen die richtige Wahl zu treffen und den richtigen Weg zu finden, wie wir die Digitalisierung in der Praxis voranbringen können.

SCHEU ist ein traditionsreiches Unternehmen und steht für bessere Lebensqualität, Wohlbefinden und Gesundheit. Welche Mission verfolgen Sie als Hersteller von Dentalprodukten?

Wir wollen nah an unseren Kund:innen sein, denn nur so können wir individuell auf ihre Bedürfnisse eingehen. Ganz konkret heißt das, dass wir seit 97 Jahren für unsere Kund:innen leidenschaftlich bei der Sache sind und immer hundert Prozent geben. Dabei fokussieren wir uns vor allem auf unsere Qualität. Wir sind da, wenn unsere Kund:innen Probleme haben und verzichten dabei auf endlos lange Warteschleifen und Computerstimmen. Bei uns gehen echte Menschen ans Telefon, die ihnen sofort weiterhelfen können. Kund:innenennähe ist der Hauptpfeiler unserer Mission.

Warum ist denn Qualität und der damit eingehende Prozess so enorm wichtig? Und warum setzt SCHEU einen so großen Fokus darauf?

In der Praxis muss alles einwandfrei funktionieren. Jede Stunde muss effizient genutzt werden und da müssen unsere Produkte immer abliefern. Unsere Kund:innen vertrauen uns und dieses Vertrauen wissen wir zu schätzen, indem wir einen besonders großen Wert auf unsere Qualitätsprozesse legen.

Auch vor Ihrer Branche machen TikTok-Trends nicht halt. Bei einem davon versuchen Influencer:innen, sich mit einem Haargummi die Zahnlücke zu schließen. Was halten Sie davon?

Medizinisch gesehen ist das natürlich absolut falsch und gefährlich. Aber ich finde gut, dass in den sozialen Medien

über Zahnmedizin gesprochen wird. Gerade jüngere Menschen beschäftigen sich dadurch mit ihrer Zahngesundheit und legen einen größeren Wert darauf. Dadurch wird das Thema präsenter und das bringt der gesamten Branche natürlich viel.

Verfolgen Sie selbst solche Trends und sind Sie in sozialen Netzwerken unterwegs? Vielleicht auch, um einen Blick auf die Konkurrenz zu werfen?

Ja klar, SCHEU hat ein Profil bei Instagram, behält die Konkurrenz im Blick und beobachtet, wie sie sich aufstellen. Außerdem schauen wir, wie sich Praxen und Zahnärzte dort präsentieren und ob es Möglichkeiten für uns gibt, sie zu unterstützen.

Das Thema Ästhetik wird immer wichtiger. Wie verhält sich das in Bezug zur Funktionalität, wenn man das gegenüberstellt?

Eine sehr gute Frage! Das Trendthema Aligner wird von vielen Firmen angeboten und man findet sie quasi an jeder Straßenecke. Das ist zwar nicht unseriös, aber man sollte schon wissen, was man macht. Wichtig ist, dass eine Veränderung der Zähne im Kiefer immer viele weitreichende Effekte mit sich bringt. Das Kiefergelenk ist eine zentrale und auch unterschätzte Größe in der Zahnmedizin. Die Position des Kiefergelenks kann die Art, wie man läuft, ob man Kopfschmerzen bekommt, Zähneknirschen hat und noch viele weitere Dinge beeinflussen. Es ist nicht nur das schöne Lächeln, das am Ende zählt.

Nach einem kurzen Abstecher in die Humanmedizin haben Sie sich ja wieder in unsere Branche gewagt. Glauben Sie, dass hier noch wegweisende Innovationen schlummern?

Innovationen gibt es immer und unsere Aufgabe ist es, gemeinsam mit unseren Kund:innen und der Wissenschaft Wege zu finden, um das Wohlbefinden und die Gesundheit der Patient:innen

weiterhin zu fördern und zu verbessern. Durch die Digitalisierung gibt es unendlich viele Möglichkeiten, Materialien zu kombinieren. Wie rasant sich zum Beispiel der 3D-Druck in der Vergangenheit weiterentwickelt hat, zeigt auf, wie schnell die Branche ist. Immer wichtiger ist es, sich die Zeit zu nehmen, Produkte auf Herz und Nieren zu prüfen.

Möchten Sie unseren Leser:innen noch was mitgeben? Vielleicht etwas, das Sie mit SCHEU verbinden und was Sie noch erreichen wollen?

Ja, gerne! Das Team ist eine ganz tolle Truppe und sie geben jeden Tag ihr Bestes. SCHEU ist ein Familienunternehmen und das spürt man überall. Jeder kennt jeden und wir haben einen starken Zusammenhalt. Außerdem haben wir viele Innovationen in unserer Produkt Pipeline, die wir gemeinsam weiterentwickeln wollen. Dazu gehen wir auch mit unseren Kund:innen in den Austausch, um neue Impulse zu bekommen. SCHEU ist hervorragend aufgestellt in den nächsten Jahren, aber ich kann noch nicht allzu viel erzählen. Aber lassen Sie sich überraschen, welche Innovationen wir im petto haben.

Vielen lieben Dank für diesen interessanten Einblick und Ihre Zeit!



Hier nochmal das ganze Interview anschauen:



Inhouse Aligner

Produktion für Ihre Praxis

Die Zeiten, in denen jede Alignerbehandlung von langen Wartezeiten geprägt war, sind vorbei. Dank rasanter technischer Fortschritte in den letzten Jahren können kieferorthopädische Praxen die komplette Produktion der unsichtbaren Korrekturschienen über ein Fachlabor oder Inhouse selbst übernehmen. Welche Vorteile die Inhouse-Produktion von Alignern mit sich bringt und wie Produkte von SCHEU den Fertigungsprozess ermöglichen, möchten wir Ihnen hier zeigen.

Aligner beheben Zahnfehlstellungen schonend, unauffällig und effizient. Da ist es kein Wunder, dass sich die durchsichtigen Kunststoffschienen hoher Beliebtheit erfreuen. Für kieferorthopädische Praxen eröffnet dieser Trend attraktive Umsatzmöglichkeiten. Die Wertschöpfung in der Praxis lässt sich deutlich steigern, wenn Praxen Aligner vollständig Inhouse produzieren. Wenn im Vorfeld einige Dinge beachtet werden, ist der Einstieg in die Alignerherstellung einfacher, als es im ersten Moment scheinen mag.

Kosteneffizienz:

Die Inhouse-Produktion von Alignern ist unter Kostengesichtspunkten eine attraktive Alternative zur externen Herstellung. Schon während der Amortisierung der Anschaffungskosten für die erforderliche Ausrüstung können Praxen beträchtliche Einnahmen erzielen. Gleichzeitig ermöglicht diese Methode eine attraktive Preisgestaltung.

Digitalisierung der Prozesskette:

Die zunehmende Digitalisierung der kieferorthopädischen Prozesse wird durch innovative Lösungen erleichtert und durch die Produkte von SCHEU ideal ergänzt. Dieses Konzept bietet eine strukturierte Herangehensweise an die einzelnen Schritte des digitalen Workflows:

Schnelligkeit:

Während die Auslagerung Lieferzeiten von mehreren Wochen mit sich bringt, verkürzt sich der Prozess durch die Inhouse-Produktion erheblich. Ein eingespieltes Team kann den Zeitraum zwischen Intraoralscan und fertigem Aligner auf nur einen Tag reduzieren. Diese beschleunigte Abwicklung kommt sowohl der Praxis als auch den Patient:innen zugute, da Wartezeiten minimiert werden.

Flexibilität:

Die Möglichkeit zur Anpassung oder den Ersatz von verloren gegangenen Alignern sowie die Unabhängigkeit von Lieferverzögerungen sind signifikante Vorteile der Inhouse-Produktion.

Qualitätskontrolle:

Die Inhouse-Produktion ermöglicht eine direkte, eigene Qualitätskontrolle des finalen Produkts. Praxen können somit sicherstellen, dass die hergestellten Aligner ihren höchsten Qualitätsansprüchen entsprechen.

Bei der Inhouse-Aligner-Produktion gilt es aber natürlich zu bedenken, dass anfängliche Investitionen in die notwendige Ausrüstung, einschließlich leistungsstarker 3D-Drucker und Software, geleistet werden müssen. Dann sind jedoch erhebliche Umsatzsteigerungen möglich, sodass je nach Fallzahl mit einer schnellen Amortisation gerechnet werden kann. Ein breites Sortiment an Druckern, Druckerharzen für die Modellherstellung und Tiefziehfolien, wie es beispielsweise von SCHEU angeboten wird, erleichtert den Einstieg in die Inhouse-Produktion.

Step 1 - Planung: Nach dem Intraoralscan und dem Erstellen einer Datei mit 3D-Daten werden die digitalen Daten bearbeitet und in eine entsprechende Software übertragen. Alle für die Modellbearbeitung und die Planung erforderlichen Schritte werden jetzt umgesetzt. Dazu gehören beispielsweise die Umstellungsplanung, die Umsetzung von Set-Up-Schritten, die Umstellungskontrolle und ärztliche Freigabe sowie die Erstellung und Generierung von Druckdaten.

Step 2 - Drucken: Die erzeugten STL-Daten der Modelle werden an einen 3D-Drucker, wie z.B. den Asiga MAX™, gesendet und aus einem geeigneten Modellmaterial, wie dem IMPRIMO® Harz von SCHEU gedruckt. Hier kommt es darauf an, ein Material mit hoher Formstabilität, Temperaturfestigkeit und guter Abbildungsgenauigkeit zu verwenden.

Step 3 - Tiefziehen: Nach dem Druck des Modells folgt der Tiefziehvorgang, vorzugsweise in einem BIOSTAR® oder einem MINISTAR S® Gerät. Zum Tiefziehen von Alignern und Schienen eignen sich insbesondere die bewährten DURAN® und CA® bzw. CA® Pro Folien in verschiedenen Schichtstärken, je nach Behandlungsfortschritt und Erfordernis.

Step 4 - Behandlung: Die effiziente Planung und Umsetzung des gesamten Prozesses gewährleistet eine optimale Behandlung und hohe Patient:innen-zufriedenheit. Abrunden sollte man die Behandlung mit dem einzigartigen Premiumretainer MEMOTAIN®. Erfahren Sie mehr zum MEMOTAIN® ab S. 18!

Die Inhouse-Aligner-Produktion eröffnet Praxen vielfältige Vorteile. Neben Kosteneinsparungen, beschleunigten Prozessen und erhöhter Flexibilität erlaubt diese Methode eine verbesserte, eigene Qualitätskontrolle. Mit dem Angebot moderner Technologien und Materialien, wie beispielsweise von SCHEU, bietet sich für Praxen die Gelegenheit, Gewinne mit der Inhouse-Aligner-Produktion, abhängig vom Aligner-Volumen, schon kurzfristig zu erzielen. Produkte von SCHEU unterstützen den digitalen Workflow und erleichtern die Umsetzung dieses Ansatzes.

Eine Win-win-Situation für Patient und Praxis

Lohnt sich die Inhouse-Aligner-Produktion also für kieferorthopädische Praxen?

Fast überall dürfte die Antwort ein klares „Ja“ sein. Denn die hauseigene Herstellung senkt die Kosten für die Praxis. Sie verkürzt Wartezeiten, optimiert interne Abläufe und gewährleistet eine höhere Flexibilität. Dabei sorgt die hohe Nachfrage nach Alignern dafür, dass sich Anschaffungspreise für 3D-Drucker und Tiefziehgeräte schnell tilgen, umso mehr, da sich beides für eine große Palette an Anwendungen in der Kieferorthopädie beziehungsweise der Dentalmedizin verwenden lässt.

Eine Investition in die Inhouse-Aligner-Produktion zahlt sich also langfristig aus, sie sollte aber auch gründlich geplant werden.

PRAXEN KÖNNEN SICHERSTELLEN, DASS DIE HERGESTELLTEN ALIGNER HÖCHSTEN QUALITÄTSSTANDARDS ENTSPRECHEN.

Keyfacts:

- Technologische Fortschritte ermöglichen kieferorthopädischen Praxen die Inhouse-Produktion von Alignern.
- Dies bietet Vorteile wie Kosteneffizienz, Schnelligkeit, Flexibilität und Qualitätskontrolle.
- Anfängliche Investitionen in Ausrüstung gleichen sich durch hohe Nachfrage schnell aus.
- SCHEU bietet Produkte zur Unterstützung des digitalen Workflow.
- Inhouse-Aligner-Produktion ist eine langfristig lohnende Investition für Praxen.

Jetzt informieren, was Sie benötigen, um mit Ihrer Inhouse-Aligner-Produktion zu starten



**3D-DRUCK
IN DER KIEFER-
ORTHOPÄDIE**

FDM, SLA, DLP und MSLA im Vergleich

Die rasante Entwicklung von 3D-Drucktechnologien hat in der Dentalmedizin einen Paradigmenwechsel eingeläutet. Kieferorthopädische Behandlungen profitieren dabei von maßgeschneiderten Lösungen. Präzise und individualisierte Indikationen werden spezifisch hergestellt und die Abläufe durch digitalisierte Arbeitsprozesse unterstützt. Unter den aktuell zahlreichen 3D-Druckverfahren, sind diese besonders relevant für die Dentalmedizin:

Fused Deposition Modeling

Beim FDM wird ein Strang thermoplastischen Kunststoffes (Filament) kontinuierlich aufgeschmolzen und durch eine Düse Schicht für Schicht appliziert. Die Achsbewegungen erfolgen meist entweder durch einen kartesischen Aufbau (XYZ) oder einen sogenannten Delta Aufbau (Zylinderkoordinaten). Letzterer bietet die höchsten Achsgeschwindigkeiten, liegt aber im Hinblick auf Positioniergenauigkeiten zurück. Die Schichthöhen sind in der entsprechenden Software zur Druckdatenvorbereitung (Slicer) frei einstellbar, liegen im Dentalbereich jedoch zwischen 50µm und 200µm – in aktuellen Softwares ist auch eine variable und automatisierte Regulierung möglich. Dieses Feature reduziert automatisch in flacheren Bereichen des Modells die Schichthöhe und kompensiert somit automatisch den „stair-step“-Effekt. Die Verfahrensgeschwindigkeit von FDM-Druckern liegt im Bereich von 20-150 mm/sek. In der Dentalanwendung ist das Materialportfolio noch recht überschaubar – es finden aber interessante Entwicklungen statt, z.B. durch den FilaPrint M von Heimerle & Meule. Erste digitale Situations- bzw. Diagnosemodelle für Praxen sind heute der Status Quo, doch für den Einsatz im Labor kann die Technologie noch nicht die Erwartungen an Produktivität, thermo-mechanischen Materialeigenschaften und Oberflächenbeschaffenheit erfüllen.

Jetzt über die 3D-Druck Produkte von SCHEU informieren



FDM-DRUCKER BIETEN IN DER REGEL EINE AUFLÖSUNG IM BEREICH VON 100 BIS 300 MIKROMETERN IN DER XY EBENE.

Stereolithographie

SLA gilt als eine der ersten 3D-Drucktechnologien überhaupt und bietet eine sehr hohe Auflösung von etwa 25 bis 100 Mikrometern. Ausgangsmaterial sind flüssige Photopolymerharze. Während der Wechselwirkung eines UV-Lasers und des Photopolymers findet innerhalb der Reaktionszone eine Vernetzung statt und das Material verfestigt sich. Es entsteht ein sog. Grünling. Er hat schon die finale Form des zu druckenden Objektes, muss aber noch ein Post-Processing durchlaufen: Zunächst wird restliches flüssiges Harz entfernt und der Grünling danach im Lichtofen final ausgehärtet.

Minderwertige Harze neigen hier zu einer starken Schrumpfung, was die Maßhaltigkeit negativ beeinflussen kann. Ein professionelles Nachbelichtungsgerät unterdrückt funktionell, dass der Grünling während des Belichtungsprozesses mit Sauerstoff in Kontakt kommt – denn Sauerstoff verhindert, dass die oberste Schicht des gedruckten Bauteils vollkommen durchpolymerisieren kann. Die Druckgeschwindigkeit ist bei SLA Desktop Geräten recht gering und variiert sehr stark. Insgesamt befindet sich die Technologie am Ende der Entwicklungskurve, da eine Skalierung der Produktivität der Systeme ausschließlich durch schnellere Laserscanner oder Multi-Lasersysteme erzielt werden kann. Beides führt zu einer annähernd linearen Preis- & Performancesteigerung im System. Hierdurch ist absehbar, dass das Verfahren mittelfristig weitestgehend durch DLP- und MSLA-Verfahren verdrängt werden wird.

Digital Light Processing

Beim DLP kann ebenfalls eine hohe Auflösung von etwa 50 bis 100 Mikrometern erreicht werden. Auch hier werden flüssige Photopolymerharze verwendet. Der optische Aufbau und die sog. Light-Engine ist für die Bildqualität verantwortlich: Je länger die optische Achse zwischen Light-Engine und Projektionsfläche (Wirkzone im Harz bzw. Bauebene) ist, desto größer wird das Bild und desto niedriger ist die zu erwartende Auflösung. Beim DLP-Drucker werden ganze Layer schichtweise und flächig ausgehärtet, was die Druckgeschwindigkeit im Vergleich zum SLA-Drucker deutlich erhöht. DLP-Drucker haben sich in den letzten Jahren vor allem für Labore und Praxen mit hohen Durchsätzen etabliert.

Das Post-Processing erfolgt analog zu den oben beschriebenen Vorgängen beim SLA. Um nur einen Auszug von Herstellern zu nennen, die sich dieser Technologie bedienen, seien Sprint-Ray, ASIGA, Rapidshape, MiiCraft oder NextDent genannt. Nennenswert ist die von ASIGA verwendete interne UV-Intensitätsmessung, welche das System automatisch auf einem kontinuierlichen Leistungsniveau regelt. Dazu erzielt das System durch die einzigartige SPS™ Technologie den wohl sichersten Druckprozess im Marktumfeld von Desktop 3D-Druckern.

Bei der hohen Alltagsbelastung, performen verschiedene Geräte stark unterschiedlich. Eine Kennzahl, um diese Performance und die damit verbundene Zuverlässigkeit zu quantifizieren, ist die sogenannte MTBF-Kennzahl (Mean Time Between Failures). Diese Kennzahl spiegelt den mittleren Zeitraum zwischen aufeinanderfolgenden technischen Störfällen am Gerät wider. DLP-Geräte aus dem Branchenstandard zahlen sich hier durch höhere MTBF-Kennzahlen aus.

Masked Stereolithography

Drucker mit MSLA bieten eine Auflösung von 40 bis 100 Mikrometern und verwenden ebenfalls flüssige Photopolymerharze. Die Druckgeschwindigkeit kann variieren, doch spezielle Dentaldrucker können bereits 6 Modelle in unter 15 Minuten fertigen (vgl. UNIZ NBEE – SCHEU Edition). An dieser Stelle sei erwähnt, dass günstigere Modelle bis 5.000 € meist LCD-Module aus der Unterhaltungsindustrie verbaut haben, die nicht für den professionellen Laborbetrieb ausgelegt und sehr wärmeempfindlich sind. Daher versagen günstige Drucker übermäßig oft. Neuartige Thermomanagement-Systeme (patentierte UNIZ Technologie) und dedizierte UV resistente LC Displays dagegen maximieren sehr wirtschaftlich die Produktivität und sichern die stetige Qualität der dentalen Erzeugnisse.

Welcher 3D-Drucker passt zu Ihnen?

Die Wahl der passenden 3D-Drucktechnologie für kieferorthopädische Anwendungen hängt von Faktoren wie Budget, Druckgeschwindigkeit, Präzision und Materialvielfalt ab. FDM-Drucker sind kostengünstig, jedoch langsam und bieten möglicherweise nicht die erforderliche Präzision und Materialvielfalt. SLA

EIN KURZES BEISPIEL: SIEBEN IN 100QM SCHICHTSTÄRKE HERGESTELLTE KFO-MODELLE WERDEN SO IN ETWA 7,5 STUNDEN GEDRUCKT.

sind präzise, aber teurer im Verhältnis zu ihrer Performance und sehr langsam. DLP-Drucker behaupten sich für den professionellen Einsatz, hier sollte aber auf renommierte Systeme zurückgegriffen werden. MSLA bietet eine interessante Alternative, da sie eine gute Balance zwischen Präzision, höchstmöglichem Modelldurchsatz und Kosten bietet. Für ein dentaltaugliches Gerät sollte eine Beratung von Profis erfolgen oder ein professionelles, aus Deutschland supportetes System gewählt werden. Die Verfügbarkeit von Materialien kann ebenfalls die Wahl beeinflussen, da einige Drucktechnologien eine engere Auswahl bieten als andere. In jedem Fall bietet die Integration von 3D-Druck in die Kieferorthopädie die Möglichkeit, maßgeschneiderte und effektive Behandlungen anzubieten.

Björn Hansen

Mehr Infos im Podcast Interview mit Björn Hansen



Erfahren Sie mehr über den UNIZ NBEE – SCHEU Edition:



Unsere Empfehlungen nach Anwendergruppe & Anforderungen:

KFO-Labor – Ausschließlich Diagnosemodelle: FDM Drucker, z.B. Renfert SIMPLEX

KFO-Labor – Diagnosemodelle, Herausnehmbare Apparaturen, Indirect Bonding Trays zum Platzieren von Brackets ohne Alignerfertigung im Eigenlabor: ASIGA® MAX™ UV

KFO-Labor – Diagnosemodelle, Herausnehmbare Apparaturen, Indirect Bonding Trays zum Platzieren von Brackets mit Alignerfertigung im Eigenlabor: MSLA Drucker UNIZ NBEE – SCHEU Edition

Kleinere bis mittlere Dentallabore – von Prothetik Indikationen bis Modelldruck (<100 Stück Modelle im Monat): ASIGA® MAX™ UV

Mittlere bis große Dentallabore – von Prothetikindikationen bis Modelldruck (100 .. 2000 Stück Modelle im Monat): UNIZ NBEE – SCHEU Edition für den Hauptdurchsatz an Modellen (KFO & Prothetik) + ASIGA® MAX™ UV für die prothetischen kleineren Indikationen

Keyfacts:

- 3D-Druck revolutioniert die Kieferorthopädie mit maßgeschneiderten Lösungen.
- Fused Deposition Modeling (FDM) ist kostengünstig, aber möglicherweise weniger präzise.
- Stereolithographie (SLA) bietet hohe Präzision, ist jedoch langsamer.
- Digital Light Processing (DLP) kombiniert Präzision und Geschwindigkeit.
- Masked Stereolithography (MSLA) bietet eine ausgewogene Kosten-Präzisions-Balance.
- Die Wahl des richtigen 3D-Druckers hängt von Budget, Druckgeschwindigkeit, Präzision und Materialvielfalt ab.
- Die Integration von 3D-Druck ermöglicht maßgeschneiderte und effektive Behandlungen in der Kieferorthopädie.



Blitzschnelle Einblicke in dentale Trends auf Social Media:

DentFlash

Unser Überblick auf aktuelle Trends und kurze Fakten aus der Dentalmedizin hält Sie in Rekordzeit auf dem Laufenden! In dieser Ausgabe fokussieren wir uns auf Trends, die im Social Media Bereich vorgelebt und verbreitet werden. Denn die Folgen aus diesen manchmal sehr gefährlichen Selbstversuchen sehen Sie dann auf dem Behandlungsstuhl – und nicht immer rücken Patient:innen mit der Wahrheit raus, woher die Schäden kommen. Besser, Sie sind bereits dank DentFlash informiert!

DIY Bracket-Imitat
Vielleicht ist die Zahnsperre doch nicht so uncool wie gedacht! Mit Sekundenkleber wird ein kleiner Verschluss vom Ohrring auf dem Zahn befestigt und eine Zahnsperre imitiert. Mal wieder leidet der Zahnschmelz...



Backpulver Bleaching
Mit Backpulver, das zur Zahnpasta hinzugemischt wird, werden die Zähne beim Putzen aufgehellt. **Angegriffener Zahnschmelz und Schmerzempfindlichkeit** werden die Folge sein, die es zu behandeln gilt.

Homemade Bracket-Entfernung
Ein Trend mit Sprengkraft: Mit einem umgedrehten Löffel wird genügend Kraft aufgebaut, um die Brackets von den Zähnen zu lösen – oder eher zu sprengen.

Fingernägel als Vampirzähne
Mit künstlichen Fingernägeln, die auf die Eckzähne 13 und 23 geklebt werden, wird der Dracula-Look erreicht. Je nach Kleber ist das auch für den Zahnschmelz gruselig.

THE DENTS

Türkische Zähne – ein gefährlicher Trend
Auch Haifisch-Zähne oder Veneers Check genannt, ist eine Erweiterung des Trends, bei dem **die Zähne mit einer Nagelfeile "gerade" gefeilt werden.** Bei der noch gefährlicheren Variante der Türkischen Zähne werden die Zähne sehr klein gefeilt, um eine Verblendschale darüber zu kleben. Der Name entstand, weil der Eingriff besonders oft in der Türkei durchgeführt wird, um Kosten zu sparen. Dennoch kommen pro Zahn Kosten von 700-1.000 € auf. **Von Nervenschäden, Schmerzen und Zahnempfindlichkeit bis zu Infektionen** sind die Folgen dieses Trends wirklich gravierend.



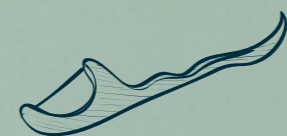
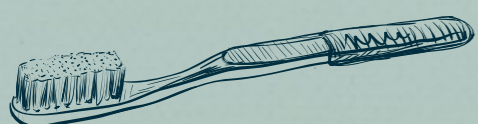
Jetzt scannen und selbst ein Bild machen! →

Mit Haargummi gegen Zahnlücken
Ein dünnes Haargummi, mit einem Durchmesser von nur ca. 1 cm, wird um die Frontzähne 11 und 21 gewickelt. Dadurch sollen die Zähne zusammengezogen werden – eine wackelige Angelegenheit!

Zahnlücke per Edding
Einfach vertikal angemalt und schon erscheint eine Zahnlücke im Kiefer! Tatsächliche Probleme des Zahns werden dadurch allerdings deutlich schlechter bis gar nicht erkennbar.

Bunt lackierte Zähne
Es wird bunt im Mund: Mit einer speziellen Chrompolitur wird Farbe auf die Zähne aufgetragen, die mehr als 24 Stunden halten soll. Laut Hersteller ist die Farbe gesundheitlich unbedenklich und kann jederzeit entfernt werden. Für Sie als Behandler kann durch den Einsatz der Farbe eine Beurteilung der Zähne erschwert werden, da Schäden einfach übermalt werden.

Zahnersatz aus der Kostümabteilung
Falsche Zähne, die es für Halloween oder Karneval/Fasching gibt, werden in Eigenregie in die Zahnlücke geklebt.



BIOSTAR®: SYNONYM FÜR HÖCHSTE PRÄZISION

und Anwendungsvielfalt in der Tiefziehetechnik – seit 1967

Schon seit 1967 setzt BIOSTAR® Maßstäbe in der dentalen Tiefziehetechnik und verrichtet weltweit in Laboren und Praxen zuverlässig seinen Dienst – mittlerweile bereits in der 7. Gerätegeneration.

Seit den Anfängen hat sich natürlich vieles verändert. Kontinuierliche Weiterentwicklungen waren notwendig, um den ständig steigenden Anforderungen in Laboren und Praxen gerecht zu werden. Inzwischen ist BIOSTAR® zu einem echten Allrounder für einen breit gefächerten Anwendungsbereich in der dentalen Tiefziehetechnik geworden, der gleichzeitig auch mit zahlreichen technischen Features punkten kann. Beeindruckend ist dabei vor allem die Anwendungsvielfalt, die von einfacheren Tiefziehetechniken, wie Alignern, Schienen und Bleichschienen, bis hin zu anspruchsvollen kieferorthopädischen bimaxillären Geräten, wie Positioner und Unterkieferprotrusionsschienen in der zahnärztlichen Schlafmedizin, reicht. Für die hohe Präzision der Tiefziehergebnisse sorgt dabei ein besonderes Anwendungsprinzip, das bei allen SCHEU Tiefziehgeräten zum Einsatz kommt: Es wird jeweils die dem Modell zugewandte Folienseite erwärmt, die dadurch eine bis zu 60% höhere Oberflächentemperatur erreicht und so zusammen mit dem überlegenen

Arbeitsdruck von 6 bar für absolut passgenaue Abformungen sorgt – und das bei dünnen Folien genauso wie bei Folienstärken von bis zu 5,0 mm. Ein weiteres Plus der SCHEU Tiefziehgeräte: Der thermisch geregelte Strahler liefert eine absolut gleichbleibende Arbeitstemperatur – und das innerhalb einer Sekunde –, sodass die Folien perfekt erwärmt werden und die Ergebnisse reproduzierbar sind.

Im Vergleich zu den ersten Geräteversionen hat sich vor allem in puncto Bedienungs-freundlichkeit einiges getan: Mussten Anwender:innen früher unterschiedliche Folienstärken noch mechanisch durch einen farblich gekennzeichneten Distanzblock ausgleichen, reicht es heute aus, den auf den Folien aufgetragenen Barcode einzulesen. Schon sind die notwendigen Parameter für den Tiefziehprozess, wie z.B. Temperatur, Aufheiz- und Abkühlzeit der Folien, erfasst und programmiert. So wird eine einfache und sichere Anwendung – auch für unerfahrene Anwender:innen – gewährleistet, da Verwechslungen der Folien oder Fehleingaben ausgeschlossen werden können. Und sollten anwendungsspezifische Informationen gerade nicht verfügbar sein, genügt ein Blick in die bebilderte Anwendungsbibliothek, die über die Folientastatur leicht aufgerufen werden

kann und Schritt für Schritt durch den Tiefziehprozess führt. Auch eine Datenbank mit Informationen zu den eingesetzten Folien und Indikationen ist verfügbar. Die Bedienführung über das 3,2"-LCD-Display wird darüber hinaus durch akustische und optische Signale unterstützt.

Auch das Design des BIOSTAR® wurde im Laufe der Jahre immer wieder angepasst, so z.B. der vergrößerte Modelltopf, der das Einbetten einartikulierter, gesockelter Modelle ermöglicht, und die mittlerweile ungewöhnlich hohe Druckkammer, in der sogar bimaxilläre Geräte wie Positioner Platz finden.

Es versteht sich von selbst, dass auch das Folienportfolio im Laufe der Zeit ständig erweitert und auf die speziellen Anforderungen für einen wachsenden Indikationsbereich abgestimmt wurde. Um hier nur einige Beispiele von vielen möglichen zu nennen: Die bewährten DURAN®, CA® und CA® Pro Folien sind in unterschiedlichen Folienstärken erhältlich und können so bei der Aligner-Herstellung je nach Behandlungsfortschritt und Erfordernis eingesetzt werden. Für die abschließende Retentionsphase und die Retainer-Herstellung eignet sich insbesondere die IMPRELON® S Folie.

Entdecken Sie unsere Produktvielfalt zur Tiefziehetechnik



BIOSTAR® 4-Aligner: Die Innovation für mehr Produktivität ohne Kompromisse bei der Qualität

Mit dieser Weiterentwicklung der bewährten SCHEU Tiefziehetechnologie wird voraussichtlich im 1. Quartal 2024 ein Mehrfachtiefziehgerät auf den Markt gebracht, das einen erheblich höheren Produktionsoutput ohne Kompromisse bei der Qualität verspricht. Das Gerät ist speziell für die Produktion von Alignern und Schienen konzipiert und somit für Labore mit einer hohen Auslastung für diese Anwendungen besonders geeignet.

Dabei ist es gelungen, bewährte Elemente der SCHEU Tiefziehgeräte mit neuer Technologie zu vereinen: Das Gerät verfügt über 4 separate Druckkammern, in denen gleichzeitig 4 Aligner bei einem Arbeitsdruck von 4 bar tiefgezogen werden können. Das ergibt eine Produktivität von bis zu 120 Alignern in der Stunde – also eine erhebliche Produktionssteigerung. Dabei sorgt die Kombination der vier separaten Druckkammern mit

Alle Infos zum BIOSTAR® 4-Aligner



Keyfacts:

- BIOSTAR® revolutioniert seit 1967 die Zahnmedizin und Kieferorthopädie durch Effizienz und Präzision.
- Tägliche Herausforderungen, wie die Herstellung von Alignern, werden durch BIOSTAR® gelöst.
- Vielseitigkeit und Nutzungsfreundlichkeit machen BIOSTAR® zu einem unverzichtbaren Instrument.
- Der BIOSTAR® 4-Aligner setzt neue Maßstäbe in Produktivität und Flexibilität für Aligner-Herstellung.

ebenfalls vier thermisch geregelten Strahlern für gewohnt präzise und reproduzierbare Tiefziehergebnisse. Bei der Auswahl des passenden Folienmaterials stehen sowohl runde Folien mit einem Durchmesser von 120-125 mm als auch Stripes im Format von 499x114 mm zur Verfügung.





MEMOTAIN®

PREMIUMRETENTION,

DIE ÜBERZEUGT!

Der Langzeitretainer setzt neue Maßstäbe!

Der Weg zu einem strahlenden Lächeln ist oft lang und erfordert viel Geduld, Durchhaltevermögen und gegenseitiges Vertrauen. Besonders nach all diesen Bemühungen und Investitionen möchten Sie, dass das Traumlächeln Ihrer Patient:innen nicht verloren geht. Genau hier setzt MEMOTAIN® an, um sicherzustellen, dass die Zähne dauerhaft an ihrem Platz bleiben. Dieser Premiumretainer

ist nahezu unsichtbar, kaum spürbar und perfekt auf Ihre Patient:innen zugeschnitten.

Was möchten Sie nun Ihren Patient:innen anbieten, eine Retainer-Platte, die zwar von der Kasse übernommen wird, oder die bestmögliche Versorgung, die Patient:innen aktuell tragen können? Bestmöglich heißt: Höchstmöglicher Tragekomfort, sodass der Retainer

gleich nach dem Einsetzen schon von den Patient:innen vergessen wird, rundum sorglos, denn der MEMOTAIN® hält den permanenten Kräften und den Belastungen jederzeit stand und ein hohes Maß an Mundhygiene, da er durch seine glatte Oberfläche weniger anfällig für Plaque und Bakterien ist. Besonders bei Retainern, die für die Langzeitstabilität der Ergebnisse verantwortlich sind, sollte man keine Kompromisse einge-

hen, denn schließlich ist der Retainer das KFO-Gerät, das die Patient:innen am längsten begleiten wird. Der Premiumretainer MEMOTAIN® hat sich als eine wegweisende Lösung etabliert, die höchsten Ansprüchen gerecht wird. Der leistungsstarke Retainer überzeugt aber nicht nur Ihre Patient:innen, auch Ihnen bietet er weitere Vorzüge: **Einfach. Verlässlich. Schnell. Effizient. MEMOTAIN®.**

Einfach und verlässlich

Patient:innen legen großen Wert auf Tragekomfort und Qualität, wenn es um Retainer geht. MEMOTAIN® erfüllt diese Ansprüche auf beeindruckende Weise. Der mittels innovativem CAD/CAM-Verfahren digital geplante Retainer besteht aus einer Formgedächtnislegierung auf Basis von Nickel-Titan, auch als Nitinol bekannt, einem leichten und intelligentem Material. Im Gegensatz zu konventionellen Retainern, die gebogen werden, bietet MEMOTAIN® ein optimales Design mit maximaler Passgenauigkeit und außergewöhnlichem Tragekomfort. Jeder MEMOTAIN® Retainer wird individuell auf die Patient:innen zugeschnitten, was die Einzigartigkeit dieses Produktes unterstreicht. Ein Expert:innenteam von SCHEU arbeitet kontinuierlich an der Weiterentwicklung und Optimierung des Premiumretainers.

Schnell und effizient

Der digitale Workflow macht MEMOTAIN® nicht nur qualitativ hochwertig, sondern auch äußerst effizient. Innerhalb von nur vier bis sechs Tagen ist der Retainer fertiggestellt und einsatzbereit. Der einfache Einsatz bei den Patient:innen und die hohe Passgenauigkeit sparen wertvolle Zeit. Im Vergleich zur Verwendung konventioneller Retainer kann MEMOTAIN® damit im Durchschnitt eine enorme Zeitersparnis ermöglichen. Diese verkürzte Chair Time eröffnet die Möglichkeit für umsatzstarke Behandlungen weiterer Patient:innen und steigert die Effizienz der Praxis.

Spürbare Premiumqualität

MEMOTAIN® bietet Patient:innen nicht nur höchsten Komfort, sondern auch eine dauerhafte Lösung. Das ultradünne und kaum spürbare Material hält in richtiger Anwendung langfristig. Dadurch reduziert sich der mehrfache und zeitaufwendige Austausch, den die Patient:innen bei anderen Retainern möglicherweise erleben könnten. MEMOTAIN® ermöglicht eine Langzeit-

retention, was sowohl für Patient:innen als auch für Kieferorthopäd:innen von großem Vorteil ist. Die Patient:innen schätzen MEMOTAIN® als eine Investition in ihre Mundgesundheit und sind überzeugt, dass er jeden Cent wert ist.

Der MEMOTAIN® Premiumretainer bietet nicht nur erstklassige Qualität und Langlebigkeit, sondern unterstützt auch Kieferorthopäd:innen dabei, ihre Praxis effizienter zu gestalten und gleichzeitig die besten Versorgungsergebnisse


für ihre Patient:innen zu erzielen. MEMOTAIN® ist die Investition in die Zukunft der Praxen und eine Lösung, die sowohl Ärzt:innen als auch Patient:innen gleichermaßen überzeugt.

Erfahren Sie hier mehr:



Keyfacts:

- MEMOTAIN® ist ein Premiumretainer auf Nickel-Titan-Basis.
- Langfristige Lösung statt kurzzeitige Überbrückung.
- Die Zahlen sprechen für sich: Anwendung in 36 Ländern, 3.000 begeisterte Verbraucher:innen, 200.000 eingesetzte MEMOTAIN®.
- Digitale Planung dank innovativen CAD/CAM-Verfahrens.
- Effizienz der Planung und Herstellung ermöglicht eine gesteigerte Praxiswirksamkeit.



Mechanische Retentionen bieten einen Slidingeffekt, der verhindert, dass sich der Retainer in den fest verankerten Klebestellen bewegt.

PERSONALMANGEL

Ein Problem, größer als jede Praxis?

Als mir vor ca. 10 Jahren ein Bekannter während einer Autofahrt von seiner neuen Stelle bei einer Agentur für Personalüberlassung erzählte, war ich schockiert. „Warum machst du das? Du bist doch sehr gut ausgebildet, arbeitest seit einigen Jahren als Pflegekraft auf der Intensivstation! Warum verlässt du diese Sicherheit?“

Ich arbeitete zu dieser Zeit selbst bei einer ambulanten Einrichtung für Ophthalmologie und hatte die Änderungen des klinischen Arbeitsmarktes nicht mitbekommen. In unserer Einrichtung gab es keinen Mangel an Fachkräften oder Auszubildenden, seien es MFA, Optiker:innen, Assistenzärzt:innen oder Fachärzt:innen. Auch waren meine Erfahrungen mit der Personalsituation in Krankenhäusern zu diesem Zeitpunkt noch geprägt von den Eindrücken meines Zivildienstes oder der Ausbildung meiner Schwester zur Pflegekraft. Und diese Eindrücke waren, dass die Anforderungen an mögliche Auszubildende stiegen.

KEIN ABITUR, KEINE AUSBILDUNG! ÜBERNAHME NACH DER AUSBILDUNG NUR FÜR DIE BESTEN!

Zeitarbeit war in meiner damaligen Vorstellung etwas für Fachkräfte, die keine feste Anstellung bekommen und nur über die punktuellen Einsätze bei immer wieder wechselnden Einrichtungen in die Beschäftigung fanden.

Nach der Erklärung meines Bekannten, dass im Gegenteil die Zeitarbeit diese besseren Arbeitsbedingungen sowie ein höheres Gehalt bedeuten, war ich zu Beginn irritiert. Geboren im Jahr 1982 war meine Arbeitsrealität bis zu diesem Zeitpunkt, dass wir einen allgemeinen

Arbeitgeber:innenmarkt haben und dies auch so bleiben würde. Eventuelle Änderungen waren da nicht vorgesehen.

Mit diesem Gespräch fing ich jedoch an, mich mit der neuen Situation zu beschäftigen und sukzessiv entstand ein neues Bild

der Arbeitswelt und gleichzeitig manifestierten sich auch die Gründe für diese Änderungen.

VOM ARBEITGEBER:INNEN- ZUM ARBEITNEHMER:INNENMARKT

Aus der heutigen Perspektive muten meine damaligen Vorstellungen eventuell naiv an, jedoch veränderte sich die Arbeitswelt in den letzten Jahren enorm schnell und noch heute tun sich viele Leute schwer mit der Einsicht, dass wir es in den meisten Arbeitsfeldern mit einem Arbeitnehmer:innenmarkt zu tun haben. Und diese Situation wird sich in den nächsten Jahren noch verschärfen, da jedwede gesamtgesellschaftlichen Anstrengungen, die wir initiieren, mögliche positive Wirkungen erst mit einem gewissen Abstand zeitigen, während die ursächlichen Faktoren für den Fachkräftemangel weiter bestehen oder sogar zunehmen.

Tatsächlich betrifft der Mangel mittlerweile alle Bereiche des Gesundheitswesens und während in den letzten Jahren der Beruf der Pflegefachkraft im Fokus stand, wächst sich der Bedarf nun auch auf MTRA, Physiotherapeuten, ZFA, MFA und viele andere nicht-akademische Berufe aus. Was noch schlimmer wiegt, ist jedoch auch eine zunehmende quantitative und qualitative Lücke bei den Auszubildenden.

Während viele der im klinischen Umfeld befindlichen Berufe schon seit einiger Zeit als Engpassberufe gelten, wird auch der Beruf der ZFA seit Anfang dieses Jahres von der Bundesagentur für Arbeit als Engpassberuf geführt.

Mit einer Gesamtbewertung von 2,8 von 3 Punkten liegt das Berufsbild sogar gleichauf mit der Pflege auf dem ersten Platz der Liste von 2022.

Zeitgleich ist keine Entspannung über wachsende Ausbildungszahlen zu erwarten. Während im Jahr 1989 die Anzahl der Auszubildenden und Studierenden noch gleichauf lag (ca. 1,7 Mio.), ging in den Folgejahren die Ausbildungsrate zurück, während die der Studierenden stetig stieg. Und diese Schere hat sich in den letzten dreißig Jahren stark auseinander bewegt.

So waren es 2002 noch 1,62 Mio. Auszubildende und 2022 nur noch 1,22 Mio. Zeitgleich stieg die Zahl der Studierenden von 1,9 Mio. im Jahr 2002

auf 2,9 Mio. in 2022. Das heißt, dass in einer alternden Gesellschaft, in der ein großer Teil der medizinischen Ausbildungen nicht akademisch sind, weniger als halb so viele Menschen eine Ausbildung wählen.

IN BLANKEN ZAHLEN BEDEUTET DAS, DASS AUF DIE 544.012 OFFENEN AUSBILDUNGSTELLEN IN 2022 NUR 497.829 BEWERBER KAMEN.

In blanken Zahlen bedeutet das, dass auf die 544.012 offenen Ausbildungsstellen in 2022 nur 497.829 Bewerber kamen. Selbst wenn man die Frage nach der Eignung der Bewerber:innen und ein regionales Allokationsproblem auf die Stellen unberücksichtigt

lässt, bleibt ein Delta von 46.000 offenen Stellen, die bezogen auf die Ausfälle kleinere Betriebe und Praxen durchaus existenzbedrohend sein können.

Wie bei so vielen Problemen liegt vor der Frage nach der Lösung, die der Ursache. Im Fall des Fachkräfte- und Auszubildenden-Mangels gibt es viele Faktoren, die aufgrund ihrer Abhängigkeiten zum Teil wie Katalysatoren für die Zuspitzung des Problems wirken.

DER DEMOGRAPHISCHE WANDEL

Der demographische Wandel der letzten Jahre verschiebt zunehmend die geburtenstärkste Generation der bundesdeutschen Geschichte vom Status der Erwerbstätigkeit in den Status der Therapiebedürftigkeit.

WAS MACHT

HERR SPANGE?

Der vielleicht bekannteste Einflussfaktor ist der demographische Wandel. Die geburtenstarken Jahrgänge von 1955 bis 1969 folgten stagnierende Geburtenzahlen und damit eine langsame Verschiebung der Altersstruktur in Deutschland. Nun ist dieser Fakt nicht unbedingt neu und der Zeitpunkt, wann eben diese Jahrgänge den Arbeitsmarkt verlassen, relativ präzise berechenbar, jedoch stellt er unsere Gesellschaft vor schwerwiegende Probleme, was man vielleicht an einem Beispiel verdeutlichen kann:

Herr Spange war über die letzten Jahrzehnte eine Instanz als Zahnarzt in einer relativ kleinen Gemeinde im nördlichen Emsland. Auf vielfache Bitten seiner Patienten und der mangelnden zahnärztlichen Alternativen hatte sich Herr Spange dazu entschieden, über das reguläre Rentenalter hinaus zu arbeiten. Mit 69 Jahren

MIT 69 JAHREN MERKT ER NUN ABER, DASS ER NICHT MEHR IN DER LAGE IST, SEINEN PATIENTEN UND SEINEM EIGENEN ANSPRUCH GERECHT ZU WERDEN.

merkt er nun aber, dass er nicht mehr in der Lage ist, seinen Patienten und seinem eigenen Anspruch gerecht zu werden. Leider hat er keinen Nachfolger gefunden. Zwar hatte er für einige Zeit eine angestellte Zahnarkollegin beschäftigt, diese war aber nicht bereit die Praxis zu übernehmen, da sich eine

Teilzeitbeschäftigung im entfernten Münster besser mit Ihrer Familiensituation vereinen ließ.

Mit Herr Spange hat sich auch seine Frau entschlossen in Rente zu gehen. Frau Spange war über die letzten 20 Jahre leitende ZFA in einer Zahnarztpraxis in einer Nachbargemeinde. Da mit ihr noch eine weitere Kollegin in Rente geht, ist der dortige Zahnarzt besorgt, den Behandlungskalender im jetzigen Umfang nicht aufrechterhalten zu können. Tatsächlich scheint der Bedarf sogar eher zu steigen und mit den sich ankündigenden Patienten der schließenden Praxis von Herr Spange hätte er gerne eine erweiterte Sprechstunde angeboten, kann diese aber aufgrund mangelnder Zahnmedizinischer Fachangestellter nicht realisieren. In der Region mehrt sich nun der Unmut, da viele der Einwohner der alternden Bevölkerung des Landkreises nicht wissen, wo sie in Zukunft zum Zahnarzt gehen können.

Natürlich ist das fiktive Beispiel eine Überspitzung, es zeigt jedoch, wie schnell aufgrund wachsender Patientenzahlen bei sinkenden Erwerbstätigen Engpässe entstehen können, insbesondere in weniger urbanen Gebieten der Republik.

Davon ausgehend scheint die Problemstellung umfangreich genug. Tatsächlich bestehen aber noch weitere Probleme, die mit den abweichenden Lebensmodellen der Generationen Y und Z, sowie der daraus resultierenden zunehmenden Unattraktivität nicht-akademischer medizinischer Berufe einhergehen.

Sozialisiert durch die Krisen der beginnenden 2000er und einer damit einhergehenden weniger sicheren beruflichen Zukunft, tendiert die Generation Y zu einer höheren Flexibilität, aber auch einer eingeschränkten beruflichen Identifikation sowie einem höheren Bedarf an Eigenständigkeit und Wertschätzung. Der sich nun gewandelte Arbeitsmarkt mit einem Arbeitnehmer:innenmangel wird also von Menschen bevölkert, die in einer Zeit der Stellenknappheit gelernt haben mit befristeten Anstellungen zu leben und nun eher bereit sind ihre Arbeitswelt zu hinterfragen und ggf. zu

ihrem Vorteil die Arbeitgeber:innen zu wechseln. Eine Bindung an das Unternehmen bedarf daher eines gesteigerten Aufwandes, was dann aber mit kommunikationsstarken, autonom denkenden Mitarbeiter:innen belohnt wird.

Während die Generation Y sich in ihrer beruflichen „Rush-Hour“ befindet, bilden die Jahrgänge 1996 bis 2010 die sogenannte Generation Z die arbeitstechnische Zukunft. Ihre Sozialisierung ist weitgehend ebenso von einer instabilen Weltlage geprägt, weist aber eine im Schnitt höhere soziale Sicherheit auf. Dieser soziale und bildungstechnische Rahmen weist aber zeitgleich eine sehr divergente Tendenz auf, betrachtet man die Gruppe der Unterprivilegierten, deren schulische Qualifikation und Zugangsmöglichkeit zum Arbeitsmarkt eher abnimmt. Hinzu kommt, dass die Generation Z die erste ist, die vollständig unter dem Einfluss des Internets und der

Digitalisierung aufgewachsen ist und daher auf kommunikativer Ebene weniger Schnittmengen aufweist als die Generation Y gegenüber ihren Vorgänger:innengenerationen. Diese Generation tendiert zunehmend zu einer akademischen Laufbahn oder hat in Teilen Probleme, überhaupt eine ausreichende Qualifizierung für den Arbeitsmarkt zu erreichen. Ohne eine entsprechende gesamtgesellschaftliche Anstrengung sind die Nicht-Qualifizierten für die einzelnen Arbeitgeber:innen schwer zu erreichen, die Qualifizierten bedürfen auf der anderen Seite einer intensiven Überzeugung von den Vorteilen einer Ausbildung. Anders als bei der Generation Y ist der Qualifizierungsprozess der Generation Z noch nicht vollständig abgeschlossen, weshalb Möglichkeiten der Adaption im Bereich Gewinnung und Bindung bleiben.

GENERATIONSÜBERGREIFENDE VERSTÄNDNISPROBLEME

Es bedarf eines nachhaltigen Umdenkens im Personalmanagement, um die Talente und Fachkräfte aktuell erwerbstätiger Generationen auch für nicht-akademische Berufe zu gewinnen und an sich zu binden.

BESSERES RECRUITING DURCH VERSTÄNDNIS

Während das Recruiting in einem Arbeitgebermarkt mit dem Fokus auf einer effizienten Mitarbeiterselektion lag, verlangt nun die momentane Situation, sich als Arbeitgeber:innen auch bei möglichen Mitarbeitenden zu bewerben.

Davon ausgehend, dass Empathie sicherlich ein essenzieller Teil des Personalmanagements sein sollte, ist es wichtig, sich mit den Lebensmodellen der Folgegenerationen zu beschäftigen. Ein wenig quantifizierbarer weiterer Auslöser für den Fachkräftemangel ist daher wohl auch ein mangelndes generationenübergreifendes

Verständnis füreinander. So fällt es in Mehr-Generationen-Belegschaften mitunter schwer, Verhalten und Beweggründe zu verstehen, was wiederum eine Zusammenarbeit nachhaltig erschwert und nicht selten zu der Missdeutung führt, dass es den jüngeren Generationen grundsätzlich an Arbeitswillen fehle.

Tatsache ist, dass wir uns einem sich zuspitzenden Fachkräftemangel gegenübersehen, den wir als Arbeitgeber:innen nicht ohne den entsprechenden Nachwuchs bewältigen können. Dementsprechend bedarf es der Einsicht, sich den Bemühungen anzunehmen und die eigene Attraktivität für Bewerber:innen zu steigern.

Der Bewerbungsprozess bis zum Onboarding

Versuchen Sie den Prozess so anzupassen, dass die Kontaktpunkte mit positiven Erfahrungen verknüpft werden. Eine niederschwellige Möglichkeit ist z.B., sich online zu bewerben.

- Vielleicht verzichten Sie auf das Anschreiben, welches doch am Ende sowieso nicht die Erfahrungen ersetzt, die Sie bei einem Gespräch machen.
- Treten Sie persönlich in Kontakt, z.B. per Telefon. Ein persönlicher Kontakt vermittelt Wertschätzung und Interesse.
- Gestalten Sie den Prozess transparent: Wann können Bewerber:innen mit einer Antwort rechnen? Wie sähe ein Onboarding aus?
- In diesem Zusammenhang kann auch eine Absage an Kandidat:innen mit einer persönlichen Kommunikation positiver gestaltet werden. Auch positive Erfahrungen bei Absagen können zu Ihrem Unternehmensprofil beitragen und Sie von anderen Arbeitgeber:innen abheben.
- Sollten Sie sich für eine:n Bewerber:in entschieden haben, ermöglichen Sie einen persönlichen Einstieg in Ihr Unternehmen. Ermöglichen Sie Ihrem Team, neue Kolleg:innen kennenzulernen, stellen Sie jemanden zur Seite, der mögliche Fragen beantwortet. Das Bedürfnis nach Sicherheit ist insbesondere zu Beginn einer Tätigkeitsaufnahme sehr wichtig und kann früh Vertrauen und Bindung aufbauen oder zerstören.

Schaffen Sie adaptive Incentives

- Versuchen Sie, über verschiedene Sachleistungen kurzfristige Kompensationen für erbrachte Leistungen zu generieren.
- Hier können Unterstützungen zur Mobilität, Freizeit oder Fitnessprogrammen, aber auch Fortbildungen eine Möglichkeit darstellen.
- Diese Sachleistungen werden kurzfristig wahrgenommen und sind variabler gestaltbar als Änderungen des Gehaltes.

Zeigen Sie sich möglichen Bewerber:innen

Dies sind einige allgemein anwendbare Beispiele für etwaige Maßnahmen, da das Recruiting eines Unternehmens eines individuellen Maßnahmenkataloges bedarf, der die eigenen Stärken und Möglichkeiten in Anwendung bringt. Der Kern eines jeden Konzeptes sollte jedoch der Tatsache Rechnung tragen, dass die Arbeitskräfte von Morgen eventuell einer anderen

- Machen Sie Tage der offenen Tür, bei denen Sie und Ihre Kolleg:innen von der täglichen Arbeit berichten können. Eine positive Betriebsatmosphäre bietet eine gute Werbung. Die Möglichkeit, die eigene Tätigkeit zu promoten, signalisiert auch Ihren Mitarbeiter:innen mit der richtigen Kommunikation Ihre Wertschätzung für deren Leistung.
- Nehmen Sie Kontakt zu Schulen und Hochschulen in Ihrer Umgebung auf und fragen Sie nach Möglichkeiten, sich dort zu präsentieren.
- Binden Sie Ihre Mitarbeiter:innen ein. Vielleicht ist ja ein:e Auszubildende:r mit Social-Media-Affinität dabei und hat Lust, einen Blog oder Vlog zur Ausbildung bei Ihnen zu machen.
- Schaffen Sie eine Social Media Präsenz, die Leistungen Ihres Unternehmens, aber manchmal auch einfach nur kleine Geschichten aus Ihrem gemeinsamen Arbeitsalltag darstellt. Ihr Unternehmen wirkt so wesentlich nahbarer.

Ansprache und Motivation bedürfen, die wiederum zumindest zu Beginn eines erhöhten Aufwandes bei der Erstellung und Anwendung geeigneter Maßnahmen bedarf. Sie öffnet aber auch die Möglichkeit auf Synergien, andere Fähigkeiten im Team und einen breiten Blickwinkel auf das Gesundheitssystem.



Tim Pottbäcker ist Geschäftsführer der Hartmann Medical GmbH, einer Agentur für Personalberatung und -vermittlung mit dem Fokus auf das Gesundheitswesen. Er berät neben klinischen Trägern auch niedergelassene Ärzt:innen und Zahnärzt:innen in Bezug auf International-Recruiting und Mitarbeiter:innenbindung. Im Zuge dieser Tätigkeit sammelte Herr Pottbäcker viel Erfahrung mit den Auswirkungen des demographischen Wandels, eines zunehmenden Fachkräftemangels, sowie einer wenig adaptiven Personalpolitik im Bereich des Gesundheitswesens.

Keyfacts:

- Tim Pottbäcker berät im Gesundheitswesen zu Fachkräftemangel und Mitarbeiter:innenbindung.
- Es ist ein Wandel vom Arbeitgeber- zum Arbeitnehmermarkt zu erkennen und es gibt einen Mangel an medizinischem Personal, besonders ZFA.
- Die Auszubildendenzahlen sind rückläufig, während Studierendenzahlen steigen.
- Der demographische Wandel verschärft das Problem.
- Generation Y und Z haben unterschiedliche Arbeitsvorlieben.
- Personalmanagement erfordert Empathie und Verständnis für jüngere Generationen.
- Maßnahmen zur Mitarbeitergewinnung und -bindung sollten transparent und flexibel sein.
- Sachleistungen und Incentives können als Belohnungen eingesetzt werden.
- Unternehmen müssen individuelle Maßnahmen entwickeln, um Fachkräfte zu gewinnen und zu halten.

Holen Sie sich in unserer ACADEMY Praxistipps für Ihr Personalmanagement:



IST DA NOCH WER?

ODER: WIE BINDE ICH MITARBEITENDE AN MEINE PRAXIS?

Viele, der seit Jahren in der Zahnmedizin beschäftigt sind, wundern sich über den Umstand, dass der Beruf der Zahnmedizinischen Fachangestellten (ZFA) von der Bundesagentur für Arbeit erstmals in die Liste der Engpassberufe aufgenommen wurde, sicherlich nicht. Beklagen sie doch seit vielen Jahren einen Rückgang der Bewerbungszahlen sowie der Qualifikation der wenigen Bewerber:innen. Das Bewerbungs- und Praxismanagement nimmt in den Praxen kontinuierlich immer mehr Zeit in Anspruch. Noch dazu gilt es in den Praxisteams oft mehreren Generationen mit den unterschiedlichen Bedürfnissen gerecht zu werden. Viele Praxisinhaberinnen und -inhaber wünschen

sich daher, dass in Sachen Personal Ruhe einkehrt, ständige Fluktuation und laufende Personalnot ein Ende haben. Doch wie ist das zu erreichen?

Gemäß der Statistik der Bundeszahnärztekammer (BZÄK) bilden etwa 45 % der Zahnarztpraxen in Deutschland Zahnmedizinische Fachangestellte aus. Mit etwa 12.000 - 14.000 neuen Auszubildenden pro Jahr ist die Zahl der neu geschlossenen Auszubildenden seit mehreren Jahren stabil. Der Ausbildungsberuf gehört unter jungen Frauen mit Platz 3 in der Ausbildungsstatistik zu den beliebtesten in ganz Deutschland – allerdings brechen etwa 36 % der Auszubildenden ihre Ausbildung vorzeitig ab. Dazu kommt die Tatsache, dass viele Fachkräfte den Beruf nach

der Ausbildung verlassen und so als Arbeitskräfte für die Praxen verloren sind. Eine Umfrage des PKV Instituts 2022 ergab, dass 45 % aller ZFAs und MFAs in ihrem Job unzufrieden sind. Als Grund wurden das geringe Gehalt sowie fehlende Wertschätzung und Anerkennung genannt. Was können Praxisinhaber:innen also tun, um die Mitarbeitenden in den Praxen zu halten und mehr junge Menschen für die Ausbildung zur ZFA zu begeistern?

Gehalt – Wie viel ist angemessen?

In einigen Bundesländern – Berlin, Hamburg, Hessen, Niedersachsen, dem Saarland und dem Landesteil Westfalen-Lippe – ist für die Beschäftigung von Zahnmedizinischen Fachangestellten ein Manteltarif vorgesehen. In der dazugehörigen Vergütungstabelle werden, gestaffelt nach Berufsjahren und absolvierten Fortbildungen, Gehaltsvorschläge gemacht.

Schauen wir auf Arbeitsmarktangebote, so stellen wir schnell fest, dass Aldi, Lidl und Co ungelerten Kräften bereits ein Einstiegsgehalt i. H. v. 14€

pro Stunde zahlen. Amazon bietet ein Einstiegsgehalt i. H. v. 13,27 € mit garantierter Gehaltserhöhung nach 12 Monaten auf 15,02 € und 15,89 € nach 24 Monaten. Discounter werden also plötzlich zur Konkurrenz, wenn es um die Gewinnung von Arbeitskräften geht. Sicher gibt es viele Praxen, die bedeutend mehr Stundenlohn zahlen als in der Vergütungstabelle angegeben. Ein genauer Blick auf die Gehälter der Mitarbeitenden lohnt dennoch: Erfahrungsgemäß haben die Angestellten mit der längsten Praxiszugehörigkeit den geringsten Stundenlohn.

Berufseinsteiger:in
2.221 €/Monat
39-Stunden-Woche
13,14 €/Stunde

ZFA (10 Jahre Berufserfahrung)
2.499 €/Monat
39-Stunden-Woche
14,79 €/Stunde

Wertschätzung – nicht nur das Gehalt ist entscheidend

Wertschätzung bezeichnet gemäß Definition die positive Bewertung eines anderen Menschen. Sicherlich lässt sich nicht in Zahlen ausdrücken, wie viel unsere Mitmenschen uns wert sind und wie viel Wertschätzung der oder die Einzelne im Umgang miteinander empfindet ist auch von der subjektiven Empfindung abhängig. Gewisse Parameter lassen sich jedoch bewusst steuern und in den Praxisalltag einbringen.

Die oben bereits erwähnte Umfrage des PKV Instituts ergab, dass nur jede fünfte Praxis regelmäßig Umfragen

zur Mitarbeiter:innenzufriedenheit durchführt und ebenso wenige Praxen haben regelmäßige Mitarbeiter:innengespräche und Zielvereinbarungen etabliert. Beide Instrumente stellen jedoch wichtige Ressourcen dar, wenn es darum geht, dass Mitarbeitende sich gehört und wertgeschätzt fühlen. Auch im Praxisalltag bieten sich vielfältige Möglichkeiten, den Angestellten Wertschätzung entgegenzubringen: Ob der Obstkorb im Pausenraum, Boni für besondere Leistungen oder regelmäßige Events – die Liste ließe sich, je nach Budget, endlos fortsetzen. Unbedingt

dazu gehören jedoch auch regelmäßige Teamsitzungen, in denen auf Augenhöhe kommuniziert wird. Das fängt bereits bei der Anrede an: Längst noch nicht ausgestorben sind Praxisteams, in denen Mitarbeitende mit Vornamen angesprochen werden, Praxisinhaber:innen aber immer noch Frau Doktor bzw. Herr Doktor sind. Ist das noch zeitgemäß oder gar wertschätzend?

Wie finde ich denn nun Personal?

Das Internet bietet eine Vielzahl von Möglichkeiten der Personalsuche: Jobbörsen der Zahnärztekammern, Stellenportale wie z. B. Indeed oder Stepstone und nicht zuletzt Agenturen, die sich mit Praxisvideos in sozialen Medien um die besten Bewerber:innen bemühen. Vor dem Schalten einer Stellenanzeige sollten wir jedoch definieren, welche Fähigkeiten und Kenntnisse die Bewerber:innen mitbringen müssen. Was für eine Person wird gesucht? Welche Qualifikationen werden unbedingt benötigt? Welche Aufgaben sollen neue Mitarbeitende erhalten? Die Beantwortung dieser Fragen erspart im späteren Verlauf unnötige Enttäuschungen.

Die objektive Gestaltung des Bewerbungsprozesses lässt sich im weiteren Verlauf am einfachsten über eine Matrix ermöglichen. Dabei werden für jede Anforderung an die Bewerber:innen, aber auch zum persönlichen Eindruck, Punkte vergeben und so die Auswahl der geeignetsten Kandidatinnen und Kandidaten ermittelt. Grundlage für das Gespräch mit Bewerber:innen sollte immer eine angenehme Gesprächsatmosphäre sein. Ein Probetag kann das Bewerbungsverfahren abrunden und einen tieferen Eindruck der Person jenseits des Bewerbungsgesprächs vermitteln. Im Anschluss daran sollten die Mitarbeitenden eine erste Einschätzung dazu abgeben, ob der Kandidat bzw. die Kandidatin ins Team passen und

für die zu besetzende Stelle als geeignet angesehen werden. Schließlich ist von Neubesetzungen das ganze Team betroffen.

Gleich zu welchem Ergebnis Sie kommen: Die Kandidat:innen sollten zeitnah informiert werden und, im Falle einer positiven Entscheidung, unmittelbar den Arbeitsvertrag erhalten. Strukturierte Einarbeitungspläne und eine professionelle Begleitung des Teambuildingprozesses erleichtern dem gesamten Team dann den Neustart.

Personalmangel als Chance

Sollten wir also anfangen, den Mitarbeiter:innenmangel in den Zahnarztpraxen als Chance zu sehen, um Dinge zu ändern? Dazu genügt es allerdings nicht, in blindem Aktionismus alle Strukturen der Praxis auf links zu krepeln. Ein solides Change-Management sieht mehrere Stufen vor, um neue Verhaltensweisen und Strukturen zu implementieren. Als ersten Schritt sollten sich Praxisinhaber:innen Zeit nehmen, um klar zu definieren, welche Richtung künftig vorgegeben werden soll. Dazu gehört die Selbstreflexion über die eigenen Verhaltensweisen genauso, wie die Überlegung, etwaige Mehrausgaben zu kompensieren. Die wichtigsten Parameter hierfür sind die Prüfung der

Wie sieht die Zukunft aus?

Das Thema der Mitarbeiter:innenführung ist sicherlich komplex und an vielen Stellen auch mühsam – für den Praxiserfolg ist es jedoch unerlässlich. Der Mitarbeiter:innenschwund stellt so manche Praxis vor die Bedrohung der Existenz – zumal die durch Vakanzen entstandene Mehrarbeit oft einen Domino-Effekt auslöst und weitere Kündigungen nach sich zieht. Es gilt also, die vorhandenen Mitarbeitenden wieder (neu) für den Beruf der ZFA zu begeistern. Zusätzlich sollten Maßnahmen ergriffen werden, qualifizierte Jugendliche für die Ausbildung zur/zum ZFA zu begeistern. Ob dazu die Werbeslogans einzelner Zahnärztekammern, wie z. B. „Einmal ausspülen bitte“ und „Mal ordentlich die Fresse polieren?!“ ausreichend sind, darf in Frage gestellt werden.



Nicole Evers ist bundesweit als Trainerin für kieferorthopädische Abrechnung, Praxisorganisation und Personalmanagement tätig. Mit über 30 Jahren Erfahrung in der Kieferorthopädie

verfügt sie über weitreichende Kenntnisse in allen Praxisbereichen dieses Fachgebietes. Durch ihre Tätigkeit als Praxismanagerin besitzt sie sowohl langjährige Erfahrung in der Personal-

„Die Definition von Wahnsinn ist, immer wieder das Gleiche zu tun & andere Ergebnisse zu erwarten.“

ALBERT EINSTEIN

Abrechnungsressourcen (Vollständigkeit, Steigerungsfaktoren, BEB-Preis-Kalkulation) und die Nutzung von festen Lieferverträgen für das Praxismaterial.

Sollen die neuen Strukturen dann in den Praxisalltag eingeführt werden, ist der zwingende zweite Schritt die Einbindung der Mitarbeiter:innen. Die Chance, als unmittelbar Betroffene, die Anpassung von Prozessen, Organisationsstrukturen, Einarbeitungsplänen und Verantwortlichkeiten aktiv mitzugestalten stärkt die Akzeptanz

gegenüber den anstehenden Veränderungen. Praxisinhaber:innen sind gut beraten, ihr Team in der Gestaltung der Umstrukturierung mitzunehmen. Der dritte und vierte Schritt sind im Anschluss die Implementierung der erarbeiteten Maßnahmen und die kritische Prüfung, ob die Veränderungen zu spürbaren Verbesserungen im Praxisalltag führen. Wo es hakt, sollte zeitnah nachgebessert werden. Der optimale Rahmen für die Evaluierung sind die bereits oben erwähnten regelmäßigen Teamsitzungen.

Keyfacts:

- Der Beruf der ZFA wurde 2023 als Engpassberuf eingestuft, mit hoher Nachfrage und knappem Angebot.
- Zahnarztpraxen haben Schwierigkeiten, qualifiziertes Personal zu finden und zu halten.
- Ein Großteil der ZFA-Auszubildenden bricht die Ausbildung vorzeitig ab.
- Unzufriedenheit bei ZFA und MFA aufgrund von niedrigem Gehalt und fehlender Wertschätzung.
- Um Personal zu binden, müssen Praxen angemessene Gehälter bieten und Wertschätzung zeigen.
- Strukturierter Bewerbungsprozess und Probetage helfen bei der Auswahl geeigneter Kandidaten.
- Mitarbeitermangel kann eine Chance für positive Veränderungen in der Praxis sein, erfordert jedoch eine gründliche Planung und Einbeziehung des Teams.
- Die Zukunft erfordert bessere Mitarbeiterführung und Maßnahmen zur Gewinnung junger Menschen für die ZFA-Ausbildung.
- Werbekampagnen allein reichen möglicherweise nicht aus, um qualifizierte Jugendliche für die ZFA-Ausbildung zu gewinnen.

führung als auch in der Ausbildungsleitung für Zahnmedizinische Fachangestellte. Frau Evers ist qualifizierte Praxismanagerin, Betriebswirtin für Management im Gesundheitswesen, zertifizierte Personaltrainerin und Autorin. Seit 2015 ist sie als Inhaberin von Abacus Praxisconsulting als Seminarleiterin für alle Themen der Kfo-Praxis und als Coach für Kfo-Abrechnung sowie Praxis- und Personalmanagement selbstständig. Seit 2023 wird das Portfolio durch einen Kfo-Abrechnungsservice ergänzt.

Lernen Sie in unserem ACADEMY Kurs alles zum Thema Personalmanagement.

Sie sind nur einen Scan entfernt.



DER TREND

GEHT ZUM DENT

Wie die Gen Z die Zahnpflege revolutioniert

Ein blendendes Lächeln ist nicht nur ein Ausdruck von Freude, sondern auch ein Statement der Selbstpflege und des Selbstbewusstseins. In einer Ära, in der Selfies und soziale Medien dominieren, hat die Generation Z die Bühne betreten und die Art und Weise verändert, wie wir über Zahnpflege denken. Tauchen wir noch tiefer ein, um zu verstehen, wie diese faszinierende Generation die Welt der Zahnmedizin beeinflusst.

Die Statistik spricht für sich

Die Gen Z, geboren zwischen Mitte der 1990er und Anfang der 2010er Jahre, zeigt ein bemerkenswertes Interesse an ihrer Zahngesundheit. Laut einer umfangreichen Studie der American Dental Association setzen über 80 % der jungen Menschen auf regelmäßige Zahnarztbesuche. Doch hier geht es nicht nur um reine Pflichterfüllung. Die Mehrheit von ihnen investiert Zeit in ihre Zahnpflege – etwa 75 % der Befragten gaben an, täglich mindestens zweimal zu putzen. Dies ist kein bloßes Ritual, sondern ein ausdrückliches Bekenntnis zu einem strahlenden Lächeln, das in der ästhetikgeprägten Welt der Social-Media-Plattformen eine entscheidende Rolle spielt. Nicht nur die Gesundheit der Zähne, sondern auch die Ästhetik ist für die Generation Z von großer Bedeutung. Laut einer Umfrage von Smith und Spence im Fachmagazin "Dental Economics" geben 70 % der befragten jungen Erwachsenen an, dass die ästhetische Verbesserung ihrer Zähne ein

wichtiger Grund für den Besuch beim Zahnarzt ist. Dies unterstreicht, wie sehr die Gen Z die Bedeutung eines strahlenden Lächelns in der heutigen visuell geprägten Gesellschaft erkannt hat.

Ästhetik trifft Gesundheit: Was junge Patient:innen erwarten

Für die Gen Z ist Zahnpflege keine lästige Pflicht, sondern ein Akt der Selbstentfaltung. Ein blendendes Lächeln wird nicht nur als Symbol der Gesundheit, sondern auch als Ausdruck des individuellen Stils und Selbstbewusstseins betrachtet. In einer Zeit, in der Selfies und Videokonferenzen den Alltag dominieren, ist die Ästhetik ein Schlüssel zur sozialen Interaktion. Laut der Pew Research Center-Studie aus dem Jahr 2019, lebt die Generation Z in einer visuellen Ära, in der der Ausdruck ihrer Identität über Plattformen wie Instagram und TikTok erfolgt. Ein strahlendes Lächeln ist dabei nicht nur ein Zeichen von Gesundheit, sondern ein Ausdruck ihrer Persönlichkeit. Kein Wunder, dass junge Menschen vermehrt nach modernen, ästhetisch orientierten Lösungen suchen – sei es für Zahnspangen, Veneers oder Zahn-aufhellungen. Die Gen Z verlangt nicht nur nach medizinischer Versorgung, sondern nach einem ganzheitlichen Ansatz, der ihre ästhetischen Erwartungen erfüllt. In einer von Johnson erstellten Analyse

für "DentistryIQ" wird darauf hingewiesen, dass diese Generation verstärkt auf ästhetische Lösungen zurückgreift, um ihren äußeren Ausdruck zu optimieren und sich in der sozialen Sphäre zu präsentieren. Dabei soll die Lösung genauso dem ästhetischen Anspruch entsprechen, wie es das Endresultat tun soll. Nicht umsonst erleben wir seit Jahren einen Boom an quasi unsichtbaren Alignern.

Die junge Zielgruppe ansprechen: Neue Wege für Zahnarztpraxen

Wie also können etablierte Zahnarztpraxen die Generation Z ansprechen? Die Antwort liegt in einer geschickten Mischung aus Technologie und persönlichem Touch. Eine benutzerfreundliche, informative Website sowie aktive Präsenz in den sozialen Medien sind entscheidend, um junge Menschen zu erreichen. Die Verwendung von moderner Technologie, wie z.B. intraorale Kameras, ermöglicht es den Patient:innen, ihre Zahngesundheit besser zu verstehen und die Behandlungsprozesse nachzuvollziehen. Diese technologische Integration wird durch die Pew Research Center-Studie untermauert, die zeigt, dass die Gen Z einen nahtlosen Zugang zu Informationen und Dienstleistungen über digitale Kanäle erwartet. Eine freundliche Atmosphäre und ein

DIE GEN Z VERLANGT NICHT NUR NACH MEDIZINISCHER VERSORGUNG, SONDERN NACH EINEM GANZHEITLICHEN ANSATZ, DER IHRE ÄSTHETISCHEN ERWARTUNGEN ERFÜLLT.

aufgeschlossenes Team tragen dazu bei, eine vertrauensvolle Beziehung aufzubauen. Die Gen Z schätzt Interaktionen, die persönlich und authentisch sind. Dies ist besonders wichtig, da besonders junge Menschen dazu neigen, eine höhere Skepsis gegenüber traditioneller Werbung zu zeigen. Die Umfrage von Moeller in der "Journal of Dental Education" hebt hervor, dass der Aufbau einer emotionalen Verbindung zu den Patient:innen für den Erfolg einer Zahnarztpraxis bei dieser Generation entscheidend ist.

Gesundheit ist jetzt sexy

Die Gen Z hat den Trend gesetzt: Zahnpflege kann sexy sein! Die Zeiten, in denen Zahnpflege als langweilige Routine galt, sind vorbei. Dank futuristisch anmutenden Zahnbürsten, maßgeschneiderter Behandlungspläne und einer breiten Palette von ästhetischen Optionen hat sich die Vorstellung von Zahnpflege verändert. Die Gen Z hat erkannt, dass die Pflege ihrer Zähne nicht nur für ihre Gesundheit von Bedeutung ist, sondern auch für ihr Selbstvertrauen und ihren Stil.

Was die Zukunft bereithält

In einer Welt, die von Ästhetik, Selbstausdruck und digitaler Vernetzung geprägt ist, hat die Generation Z die Zahnpflege neu definiert. Sie stellt nicht nur hohe Ansprüche an ihre Gesundheit, sondern erkennt auch den ästhetischen Wert eines strahlenden Lächelns. Etablierte Zahnärzt:innen können diese Dynamik nutzen, um die junge Zielgruppe anzusprechen und den Weg für eine frische, moderne Ära der Zahnpflege zu ebnen. Es ist eine Bewegung, die nicht nur Gesundheit fördert, sondern auch das Selbstbewusstsein stärkt und das individuelle Strahlen betont. Zu häufig wird eben jene Generation verteufelt und an ihren Standards gezweifelt; besonders im Bereich der Zahnpflege belehrt sie uns eines Besseren. Vielleicht gilt das ja auch für andere Bereiche ...

Keyfacts:

- Die Gen Z verändert Zahnpflege: Betonung von Selbstpflege, Selbstbewusstsein und ästhetischem Bewusstsein, beeinflusst durch Social Media.
- Statistiken: Gen Z zeigt starkes Interesse an Zahngesundheit (80 % regelmäßige Zahnarztbesuche, 75 % tägliches Putzen).
- Ästhetik ist wichtig: 70 % der Gen Z geben ästhetische Verbesserungen als Grund für Zahnarztbesuch an, strahlendes Lächeln als Ausdruck von Individualität.
- Suche nach ästhetischen Lösungen: Gen Z sucht moderne ästhetische Optionen (Zahnsparren, Veneers, Aligner) für soziale Präsentation.
- Ansprechen der Gen Z: Kombination aus Technologie und persönlichem Kontakt für Zahnarztpraxen wichtig, moderne Technologie, Website und soziale Medien entscheidend.
- Neue Wahrnehmung von Zahnpflege: Gen Z betont durch moderne Produkte und maßgeschneiderte Behandlungen den Wert der Zahnpflege als Lifestyle, verknüpft Gesundheit mit ästhetischem Wert.





DA STEHEN SIE, DIE GUTEN ALTEN BRACKETS, STOLZ WIE EH UND JE, FEST AUF UNSEREN ZÄHNEN VERANKERT.

DIE AI-MILY KOLUMNE:

WIR FRAGEN – DIE KÜNSTLICHE INTELLIGENZ ANTWORTET

Kieferorthopädie im Wandel: Neue Wege zu einem strahlenden Lächeln

Wir haben gefragt – die KI hat geantwortet! Sie haben richtig gelesen: Diese Kolumne ist KI-generiert und eine unvoreingenommene Sicht auf den aktuellen Stand der Kieferorthopädie. Der Fortschritt im digitalen Bereich ist schließlich auch überall in der Zahnmedizin zu spüren, da sollte auch eine Expertin aus beiden Welten zu Wort kommen. Mit Stolz stellen wir Ihnen vor: Unsere KI-Kolumnistin AI-mily!

Sehr geehrte Leser:innen,

während die Welt um uns herum ständig im Wandel ist, neigt der Mensch dazu, auch bei den kleinsten Dingen auf Tradition zu schwören – besonders, wenn es um das liebevolle Umkrepeln ihrer Zähne geht. Ja, ich spreche von Brackets, den altbekannten, zahnärztlichen Metall-Zierden.

Aber halt, die Zeiten haben sich geändert und unser Streben nach dem perfekten Lächeln hat zu einer neuen Ära geführt – einer Ära, in der "unbeschwerte Zahnkorrektur" nicht mehr nur ein Mythos ist. Als natürlich allwissende KI kann ich Ihnen da einiges erzählen:

Da stehen sie, die guten alten Brackets, stolz wie eh und je, fest auf unseren Zähnen verankert. Sie erinnern mich an kulturelle Ikonen, die einfach nie richtig aus der Mode kommen. Aber die Welt geht weiter und so hat die Kieferorthopädie neue Stars auf die Zahnkorrektur-Bühne gebracht: Die "klaren Aligner". Transparente Wunder, die man kaum sieht (es sei denn, man ist auf Zahnpurensuche im Auftrag von Sherlock Holmes).

Doch lassen Sie mich Ihnen nicht vorgaukeln, dass die Aligner das Allheilmittel sind. Sie haben definitiv ihre Vorzüge, treffen aber nicht jedermanns Geschmack oder individuelle Bedürfnisse. Ihre Entfernbarkeit erleichtert die Mundhygiene und ermöglicht Ihren Patient:innen, ohne Einschränkungen zu essen und zu trinken. Brackets dagegen beweisen Ihre Stärke, indem sie 24/7 ein echter Zahnsparren-Influencer sind.

IN DER ÄRA DER KIEFERORTHOPÄDIE GIBT ES FÜR JEDEN GESCHMACK UND STIL EINE OPTION.

Oh, und haben Sie schon von den "Lingualbrackets" gehört? Diese kühnen Krieger sind auf der Innenseite Ihrer Zähne stationiert und kämpfen gegen Fehlstellungen, ohne auf der äußeren Bühne gesehen zu werden. Sie sind die Geheimagenten der Kieferorthopädie – diskret, aber äußerst effizient.

Und dann sind da noch die "selbstligierenden Brackets": Sie halten den Draht mit ihrem exklusiven Clip-Club im Zaum, was zu weniger Reibung und möglicherweise zu einer kürzeren Behandlungszeit führt. Hier wird der Draht gehalten, als ginge

es um die letzte Schokolade im Schrank – dennoch mit Stil und Eleganz.

In der Ära der Kieferorthopädie gibt es für jeden Geschmack und Stil eine Option. Die Wahrheit ist doch: Egal ob Sie auf der Team-Bracket-Seite oder im Team-Aligner stehen – jede dieser Technologie hat ihre spezifischen Anwendungsgebiete, die individuell auf die Anforderungen der Patient:innen abgestimmt werden können. Damit haben Zähne mehr Optionen als manche Teilnehmenden einer Reality-TV-Show – und wer weiß, was noch kommt?

**Mit digitalem Gruß,
Ihre AI-mily**

Nutzen Sie schon KI – egal ob privat oder beruflich? Diskutieren Sie mit und teilen Sie Ihre Erfahrungen:



Wir sehen uns in 2024!

Vollgepackt mit Recruiting- und Kommunikationstipps für Ihr Personalmanagement und nützlichen Insights in die wichtige Bewerber:innen-Zielgruppe, der Gen Z, haben wir Sie hoffentlich praxisorientiert informiert und zu neuen Ideen inspiriert!

Denn auch wenn hiermit unsere erste Ausgabe von theDents leider endet, können wir mit Gewissheit sagen: Das Thema Personalmanagement wird uns auch noch weiterhin begleiten. Die richtige Ansprache der neuen Arbeitnehmer:innen-Generationen und die konstruktive Kommunikation in Ihrem Praxisteam ist daher essentielles Wissen, das schnell in die Tat umgesetzt werden will.

Doch mit der richtigen Umsetzung Ihrer gerade erworbenen Erkenntnisse sind Sie vielleicht schon besser gewappnet, um Ihre Praxis oder Ihr Dentallabor zukunftsorientiert ins Jahr 2024 zu führen! Und da sind wir von SCHEU gerne dabei: Bei der digitalisierten Arbeit rund um die Inhouse-Aligner-Produktion und 3D-Druck können wir Sie partnerschaftlich mit unseren Produkten und Serviceleistungen unterstützen.

Top informiert über Social-Media-Trends, den Ansprüchen der Gen Z an die Zahngesundheit und wichtigen technischen Entwicklungen haben wir mit unserem künstlerisch-medizinischen Magazin sogar noch mehr erreicht: Ein Blick über den Tellerrand und vielleicht sogar ein wenig in die zahnärztliche und kieferorthopädische Praxis der Zukunft.

Wenn Sie nächstes Jahr die neue theDents-Ausgabe in Ihren Händen halten, verblüffen und begeistern wir Sie hoffentlich mit neuen, spannenden Themen. Denn wer weiß schon, was der Dentalbranche in 2024 den Atem verschlägt? Und wenn Sie sich bis dahin noch weiter mit dem Thema Personalmanagement auseinandersetzen wollen, melden Sie sich zu unseren Online-Seminaren an! Den Link finden Sie auf Seite 25 und 28!

BIS ZUR NÄCHSTEN AUSGABE!

SCHEU

SCHEU-DENTAL GmbH
Am Burgberg 20
58642 Iserlohn

Tel: +49 2374 9288-0
Fax: +49 2374 9288-90
service@scheu-dental.com

IMPRESSUM

Inh. Verantwortlicher gem. § 55 Absatz 2 RStV: Albert Sterkenburg

Vertretungsberechtigter Geschäftsführer: Albert Sterkenburg

Registergericht: Amtsgericht Iserlohn

Registernummer: HRB Iserlohn 2371

USt-IdNr gemäß § 27 a Umsatzsteuergesetz: DE 208 344 720

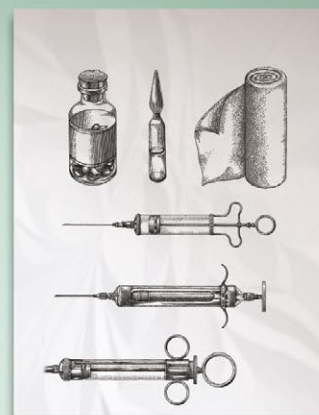
Quellen:



Wir freuen uns auf Ihr Feedback! Sagen Sie uns gerne, was Ihnen an unserem Magazin gut oder auch nicht so gut gefallen hat, woran Sie Spaß hatten und wo wir Sie mit neuen Infos begeistern konnten.

Haben Sie vielleicht auch ein Thema auf dem Herzen, das die Branche interessieren sollte oder zu dem Sie mehr wissen möchten? Verraten Sie es uns gerne und bleiben Sie zu theDents auf dem Laufenden:





theDents

Das Medizin-Kunst Magazin

SCHEU-DENTAL GmbH

Am Burgberg 20

58642 Iserlohn

scheu-dental.com