

DENTAL TRIBUNE

The World's Dental Newspaper - Swiss Edition

Nr. 12/2012 - 9. Jahrgang - St. Gallen, 14. Dezember 2012 - PFS, 64494 - Einzelpreis: 6,50 CHF



Näher beim Kunden

Nobel Biocare CEO Richard T. Laube fokussiert und konsolidiert das Unternehmen. Die Strategie erläutert er in dem Interview. Lesen Sie

» Seite 4



SSRD und ASMO tagen gemeinsam

Abrasion, Attrition und Erosion, Ursachen und Therapie. Dazu Neues aus der Zahntechnik beim ASMO.

» Seite 25



Collegium Implantologicum

Die Mitglieder versammeln sich zur Jahrestagung 2012 im Zunfthaus zur Meisen in Zürich. Im Zentrum: juristische und kommunikative Aspekte.

» Seite 33

Back to the roots – Gemeinschaftstagung SGI/DGI/ÖGI

1'300 Teilnehmer kamen in den Kursaal Bern, um sich über die Entwicklung in der Implantologie zu informieren.

Mit einem provokativen Titelbild auf dem Kongressprogramm verdeutlichte die SGI als Gastgeberin der Drei-Länder-Tagung, was sie mit dem Motto „Back to the roots“ aussagen wollte. SGI-Präsident Dr. Claude Andreoni formulierte pointiert seine Meinung: „Wir wollen keine prognostisch fragwürdigen Therapien anwenden“, und „ob verlieren wir die Orientierung zwischen Patientenwunsch und Realität“. Seine viel beachtete und mit Applaus gewürdigte Rede zitierte sein Nachredner, DGI-Präsident Prof. Dr. Hendrik Terheyden. Er verstand das Motto als „zurück zu den Zahnwurzeln“. Dies würde den Arzt im Zahnarzt anspie-

chen. Während sich ÖGI-Präsident Prof. Dr. Dr. Werner Zechner noch durch den Scherengen kämpfte, lobte WIKO-Präsident Dr. Rino Burkhardt seine Mannschaft.

Der Kursaal kam an seine Kapazitätsgrenze. „Wir sind ausverkauft.“ Weniger ist oft auch mehr, so verzichtete man auf Dutzende von Parallelveranstaltungen. Auch hier eine Abkehr vom Gigantismus zurück zu den Wurzeln. Auf grosses Interesse stießen jedoch die Workshops am Donnerstagvormittag. Bilder dazu und von der Vielfalt der Ausstellung sehen Sie auf den Seiten 2 und 3.



Dr. Claude Andreoni, Präsident der SGI, eröffnete die 6. Gemeinschaftstagung der SGI/DGI/ÖGI im Kursaal Bern.

Weil die
Beratung
stimmt ...



DEMA DENT
044 838 65 65

ANZEIGE

Eine Ära geht zu Ende

Nach fast 10 Jahren Dental Tribune Schweiz hören Johannes Eschmann und sein Team auf. Ein Interview von Dr. med. dent. Thomas Zumstein, Luzern, mit Johannes Eschmann.

Sie lesen heute die letzte Ausgabe der Dental Tribune Schweiz, welche von der Eschmann Medien AG, resp. von Johannes Eschmann und seinem Schweizer Team, herausgegeben wurde. Damit endet eine Erfolgsgeschichte auf ihrem Höhepunkt.

Dr. Thomas Zumstein, Zahnarzt in Luzern und mit seiner zuzusenden dentalacademy.ch am 14. November 2012 eine Symposium im KKL, verbindet mit den „Eschmanns“ eine langjährige freundschaftliche Zusammenarbeit. Er sprach mit Verleger Johannes Eschmann über seinen überraschenden Entschluss, aufzuhören.

Dr. Thomas Zumstein: Johannes, für was alle kam der Entschluss, dass Ihr aufrichtig, völlig unerwartet. Was war der Beweggrund?

Johannes Eschmann: Es sind zwei Gründe: Nach den intensiven



Johannes Eschmann, Eschmann Medien AG, hört Ende des Jahres auf. Das ist die letzte Dental Tribune Schweiz, die er als Chefredaktor mit seinem Team konzipiert, geschrieben, fotografiert und für die Leser aufbereitet hat.

Jahren muss ich nun endlich eine Pause von mehr als zwei Wochen machen, bevor die Gesundheit leidet.

Eine Ausgabe von 2 bis 3 Monaten ist jedoch bei unserem kleinen Team nicht möglich. Dental Tribune hätte

in dieser Zeit nicht erscheinen können, da wir immer aktuell berichten und keine Beiträge auf Reserve produzieren. Eine Doppelbesetzung der Redaktion rechnet sich in einem kleinen Verlag nicht, vor allem, da wir die Dental Tribune in Lizenzen herausgeben. Dadurch fehlt uns die finanzielle Luft und damit auch die Möglichkeit, meine Nachfolge zu regeln. So habe ich den Verlag nicht, vor allem, da wir die Dental Tribune in Lizenzen herausgeben. Dennoch fehlt uns die finanzielle Luft und damit auch die Möglichkeit, meine Nachfolge zu regeln. So habe ich den Verlag nicht, vor allem, da wir die Dental Tribune in Lizenzen herausgeben.

Fortsetzung auf Seite 2 →

Diese Ausgabe enthält
Belagen der Firmen
Nobel Biocare und Snow dent
sowie
Flexident AG
(Teilschlage – 2 Belagen).
Wir bitten unsere Lesenden und
Leser um freundliche Beachtung.
Vielen Dank.



Editorial

Wertschätzung!

Weihnachten – nein „stehtricht“ vor der Tür. Weihnachtsen und es wird wieder wertgeschätzt. Nach dem Braten klopft der Chef ans Glas und alle hören anständig zu. Doch: Wer das ganze Jahr hindurch Werte nur materiell sieht, wirkt an der Weihnachtsfeier ungläubig, wenn er Werte plötzlich zu Tugenden umdeutet. Werte verbinden wir mit Wertschöpfung, aber wie stellt es mit der Wertschätzung Menschen gegenüber? Albert Einstein sagte: Der Wert einer Leistung liegt darin, sie zu erbringen, und Oskar Wilde legt noch ein drauf: Ein Zyniker ist ein Mensch, der von jedem Ding den Preis und von keinem den Wert kennt.

Dies ist mein letztes Editorial. Sie waren es mir immer wert, für Sie zu schreiben.
Frohe Weihnachten!
Ihr Johannes Eschmann
Chefredaktor

ANZEIGE

M+W Dental
wir kümmern uns

Nur gültig bis 12.01.2013

Entdecken Sie unsere Prämienwelt!

Bestellen Sie aus dem gesamten M+W Sortiment und profitieren Sie von diesen tollen Prämien.



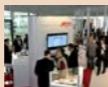
Bestellen Sie jetzt:
Tel. 0800 002 300
oder www.mwdental.ch

M+W Dental Swiss AG • Länggstrasse 15 • 8300 Hiltis • Tel. 0800 002 300 • Fax 0800 002 000

Darum drehte sich während drei Tagen alles!



Durfte nicht fehlen, Institut Straumann. Im grossartigen Foyer des Karasalo war genügend Platz für den gut besuchten Stand.



Bei Nobel Biocare war das Interesse an der neuen Chirurgieeinheit OsseoCare™ Programm.



CAMLOG informierte über die Implantatssysteme und warb für den Zahnärztlichen Kongress 2013 in DE-Düsseldorf.

←Fortsetzung von Seite 2:
Eine Ansicht zu Ende mit mir und dem Team auszustiegen.

Als wir uns 2004 kennenlernten, waren Dental Tribune Schweiz und ihr Verleger ein „unbeschriebenes Blatt“ und neu unter den Schweizer Dentalmedien. Was hat dich ermutigt, in den festgelegten Markt zu investieren? Eine Zeitung zu lancieren ist doch teuer und riskant, gerade wenn man sich nur über Inserate finanziert?

Professionalität, über 40 Jahre Erfahrung, harte Arbeit und Vertrauen in meine Fähigkeiten. Redaktion, Verlag und Druck, alle drei Bereiche haben ich von der Pike auf erlernt.

Basis war die Lokalzeitung, hier spürt man den direkten Bezug zum Leser. Beim Deutschen Apothekerverband lernte ich, wie eine Standesorganisation und deren Medien arbeiten. Bei der Ärzteschrift Medial Tribune lernte ich das „relationelle Marketing“. Wöchentlich analysierte eine Mediascherin die Ausgabe. Was wird gelesen und warum – nichts wurde dem Zufall überlassen.

Je der Anfang mit Dental Tribune Schweiz war schwer. Anfangs druckten wir 10 Ausgaben pro Jahr mit je 16 Seiten. 2008 habe ich die Eschmann Medien AG gegründet und mich voll auf die Dentalbranche fokussiert. Mir war auch klar, nur mit einer Schweizer Redaktion und einem Leser zu gewinnen. Mit diesem Schritt

kam der Erfolg und dieses Jahr sind wir erstmals mit 12 Ausgaben erschienen, mit knapp 400 Seiten!

Berufliches Rüstzeug ist ein Element, doch auch zur Industrie, dem Handel und der Wissenschaft muss es die Kontakte knüpfen. Was hast du dies geschafft?

Ja, ohne „Apostel“ kann man keine Botschaft verbreiten, und man braucht Freunde. Auf Menschen zu gehen, Menschen mögen, Fragen stellen. Letztendlich ChrisMumenthaler öffneten mir die ersten Türen. Etwas „frischer“ Wind würde der Branche gut tun, war meine Meinung. Durch ehrliche Arbeit Vertrauen aufbauen. Recht bald hatte ich einen guten Draht zu den Entscheidern in der Industrie und in den Depots. Gezielt suchte ich auch den Kontakt zu den Fachgesellschaften, Fortbildungsorganisationen und zu den Universitäten. Unermüdlich warb ich für die Rolle der Dental Tribune Schweiz als „Scharnier“ zwischen Wissenschaft und den Praxiszahnärzten. Auch die Industrie und der Handel erkannten schnell, dass sich hier ein erfolgreicher Informations- und Werbeträger etabliert hat.

Was ist deiner Meinung die Grundlage für die Erfolgsgeschichte Dental Tribune Schweiz?

Aus der Schweiz für die Schweiz, persönliches Engagement, Fokussierung auf die Zielgruppen und „Herzblut“. Ich bin dort, wo die Zahnärzte und die Industrie sind. An Kongressen, Fortbildungen und Events. So



Das Organisationskomitee hat super Arbeit geleistet: Dr. Claude Andriani, Präsident SGI, Dr. Rina Burkhhardt, Präsident WSKO SGI, Veronika Thalmann, Kongressorganisatorin, Dr. Bruno Schmid, nicht auf dem Bild.



Frauen sich auf das Ostology Symposium im Minus: Johannes Eschmann, Eschmann Medien, Dr. Kristian Straw, Ostology Foundation, PD Dr. Ronald Jung, ZEM Zürich, und Verena Wernli, Ostology Foundation.



Gastprofessor Christian Gutsch begeisterte nicht nur theoretisch, sondern auch in Gestik und Mimik.



DENTSPLY Implants erntete an einem Grossanlass in der Schweiz mit dem neuen Namen und Logo. Ein schöner Auftritt.



Thomson Medical nutzte die Lage des Karasalo für einen speziellen Werbeträger. Mit einem Verleger muss es ein Schild am Theater Bern am gegenüberliegenden Ufer der Aare erkaufen werden.



Eviline Wicher, Dentalprint AG, wurde nach dem Vortrag von Prof. Dr. Ralph Kohler, Universität Fribourg, fast überlesen.

bin ich mittendrin und nicht nur dabei. Am Telefon oder via Internet fühlt man nicht den Herzschlag der Branche. Darum konnte die Liebe zum Detail: Jedes Foto wird bearbeitet, jeder Name geprüft, jeder Text durchläuft das Fachkorrektur. Jede Seite wird vor Druck von mir sorgfältig gelesen und erst dann freigegeben.

Wie und wann merkt man, dass die Leser eine Zeitschrift gerne lesen und dieser vertrauen?

Zum Beispiel am Editorial auf der Titelseite mit meinem Bild. Auf jedes Bild erhalte ich ein Echo. Ein Zeichen, dass die Zeitung gelesen wird. Die Leserin und der Leser stehen für mich an erster Stelle. Ohne deren Interesse und deren Vertrauen kann man sich das Parfüm für den Versand sparen. Eine Zeitschrift muss einem Mehrwert bieten. Gewonnen hat man, wenn jede Ausgabe mindestens eine Information enthält, die den Zahnarzt erfolgreicher macht. Deswegen bin ich fast wöchentlich bei Fortbildungsveranstaltungen. Ich telefoniere oder male täglich mit einem der freien Mitarbeiter – alles Zahnärztinnen oder Zahnärzte. Deren Unterstützung ist wertvoll, denn sie äussern sich offen und wohlwollend kritisch.

Die Inhalte und der Umfang sprechen für sich. Das ist eine Hommage unserer Kunden an uns und ein Vertrauensbeweis über den Dank für die jahrelange tolle Zusammenarbeit. Wir haben heute Freunde und nicht nur Kunden oder Autoren.

Du hast immer für die Symposien der zsmtooth academy im KKL und für meine Fotokurse geworben sowie darüber berichtet. Wer schliesst die Lücke, wenn du keine Schweizer Dental Tribune mehr machst?

Wie es weitergeht mit Dental Tribune Schweiz? Das liegt beim Lizenzgeber in Deutschland. Mehr kann ich dazu nicht sagen.

Eines hast du mir aber noch nicht verraten, was machst du und dein Team in Zukunft?

Nach fast zehn Jahren harter Arbeit, die mich auch emotional gefordert hat, gönne ich mir eine mehrwöchige Pause. Der Rest des Teams hat mit der Administration noch einige Wochen zu tun.

Darüber möchte ich mich wieder. In welcher Form – darüber kann ich heute noch nichts sagen. Erst muss das Alte abgeschlossen sein und dann bleibt Raum für Neues.

Lieber Johannes, vielen Dank für deine offenen Worte. Ich werde die sehr angenehme Zusammenarbeit vermissen und ich nehme an, ich sage das auch im Namen aller DTI Schweiz-Kunden. Die heftigste Dental Tribune Schweiz ist sowohl fachlich wie auch vom Unterhaltungswert gesehen eine sehr sehr lesenswerte Zeitung. Schade, die dentale Zeitschriftenlandschaft wird um einiges ärmer. Ich hoffe, wir sehen uns bald wieder, die Branche braucht dich und dein Team. Alles Gute.



Dr. med. dent. Thomas Zaunstein, zsmtooth dental academy, Luzern, sprach in seiner Praxis mit Johannes Eschmann über die Beweggründe, Dental Tribune Schweiz ab 2013 nicht weiter herauszugeben.



Prof. Dr. Daniel Buser, Zürich, **Steuern-Workshop: State-of-the-Art-Techniken in der Implantatstrategie – Resultate und News.**



Dr. Alessandro Mattioli, Wetzikon, **Geistlich-Workshop: Die Behandlung der Extraktionsalveole – ein prägnantes Konzept.**



Dr. Daniel Thoma, Zollikon, **Geistlich-Workshop: Potenzial von Geistlich Macrogel® zur lokalisierten Weichgewebserosion.**



Prof. Dr. Hanno Machel, München, **referierte zusammen mit seinem Praxipartner, Dr. Wolfgang Bels, beim Nobel Biocare-Workshop.**



Dr. Wolfgang Bels, München, **Nobel Biocare-Workshop: Fests dritz Zähne an einem Tag in allen Fällen – das erweiterte Behandlungsangebot All-on-4™.**



Dr. Robert Nölken, Lössen, **DENTSPLY Implant-Workshop: Neue Strategien für ein ästhetisches Weichgewebe durch ein neues Implantatdesign – nach dem Vorbild der Natur.**

Text und Fotos: Johannes Eichmann



IMPRESSUM

Erscheint im Verlag
Eichmann Medien AG
Wessentalstrasse 20/21
CH-6042 Oberwil
Tel.: +41 71 951 9914
Fax: +41 71 951 9916
www.dental-tribune.ch

Chiefsatelliten

Johannes Eichmann
Leitung: johannes.eichmann@medialife.ch

Abonnements

China: Joss
joss@medialife-erlangen.de

LAYOUT

Mirjam Abicht
m.abicht@dental-tribune.com

Fachkorrektur

Reginald und Hans-Michaelmann
michaelmann@vsmms-medica.de

Dental Tribune Swiss Edition erscheint in Li-
senz und mit Genehmigung der Dental Tri-
bune International GmbH. Dental Tribune ist
eine Marke der Dental Tribune International
GmbH. Die Zeitung und die enthaltenen Bei-
träge und Abbildungen sind urheberrechtlich
geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zusta-
mung des Verlags und der Dental Tribune
International GmbH untersagt und strafbar.

Copyright

Dental Tribune International GmbH

Internet-Abonnemente

31,- CHF
inkl. MwSt. und Versandkosten

Freie Mitarbeit

Dr. med. dent. Frederic Hermann,
Capitelle Expert der Implantologie DGGI,
Epileptologie AICH

Dr. med. dent. SOC
Reinhold Schillinge-Zürich

mit dem Roman Wierand

Medizinischer Berater

Dr. med. H. U. Jähres

Über unverlangt eingesandte Manuskripte
und Leuchtbilder, Fotos und Zeichnungen
kann es sein, können dafür aber dennoch
keine Haftung übernommen. Einander erklä-
ren sich damit einverstanden, dass die Redak-
tion Leuchtbilder können darf, wenn dadurch
dieses Stück nicht entsteht wird.

Die Beiträge in der Rubrik „Industry News“
basieren auf den Angaben der Hersteller. Für
den Inhalt sind die Hersteller für die Richtigkeit
verantwortlich. Die Inhalte von Anzeigen
oder publizierten Inhalten Sonderleistungen
sind nicht Bestandteil der Verantwortung der
Redaktion.

Intelligenter Standards setzen.



Vorprogrammierte
Bohrprotokolle.

Exportierbare Patienten-
und Behandlungsdaten.

Der leichteste und
stärkste Mikromotor
auf dem Markt.

Die erste Chirurgie-
einheit, die mit einem
iPad® bedient wird.

OsseoCare™ Pro – weit mehr als eine Chirurgieeinheit.
Entdecken Sie eine ganz neue Art des Bohrens mit einer Chirurgieeinheit, die einzigartige Funktionen und ein intuitives iPad®-basiertes Interface vereint. Parameter wie Geschwindigkeit, Drehmoment, Kühlmittelfluss und Lichtstärke können direkt über das iPad® angepasst werden. Die OsseoCare Pro ermöglicht es Ihnen, den Behandlungsablauf vor der OP zu planen, während die vorprogrammierten Freihand- und schablonengeführten Bohr-

protokolle die Sicherheit während des Eingriffs erhöhen. Darüber hinaus erleichtert die integrierte Speicher- und Exportierfunktion die Verwaltung der Behandlungsdaten und deren Speicherung zusammen mit den Patientendaten. Nobel Biocare setzt intelligente Standards und bietet höchste Behandlungseffizienz und -sicherheit für Sie und Ihre Patienten.

Ihr Know-how, unsere Lösungen – für das Lächeln Ihrer Patienten.

nobelbiocare.com/osseocare



© Nobel Biocare Services AG, 2012. Alle Rechte vorbehalten. Nobel Biocare, das Nobel Biocare Logo und alle sonstigen Marken sind, sofern nicht anders angegeben, oder aus dem Kontext ersichtlich, Marken von Nobel Biocare Services® und/oder von Marken von Nobel Biocare. Die Produktabbildungen sind nicht repräsentative Modellierungen. Nicht genehmigte Einzelprodukte sind ohne Gewähr nicht zu allen Märkten für den Verkauf zugelassen. Bitte wenden Sie sich an Ihre Nobel Biocare Service-VertreterInnen, um aktuelle Informationen zu Produktlinie und Verfügbarkeit zu erhalten.