

# KN SERVICE

## „Partnerschaft mit und für den Kunden“

Seit nunmehr 16 Jahren sind die Produkte der Firma GAC International ein fester Bestandteil des deutschen KFO-Marktes. Ein Erfolg, der vor allem auf die Gründung von GAC Deutschland und dessen fachlich kompetente Mitarbeiter zurückzuführen ist. Modernste Produkte bei kontinuierlicher Qualität sowie Service und Know-how sind das A und O, um sich heutzutage gegen eine starke Konkurrenz behaupten zu können. KN Kieferorthopädie Nachrichten sprach mit Brigitte Biebl, Verkaufsleitung, und Olaf Miehlisch, Consultant, über das Erfolgsrezept von GAC Deutschland.

**KN** Wofür stehen die drei Buchstaben GAC?

Biebl: GAC steht für „Guilds, Arts and Crafts“, welche früher Hersteller von Thermoplastics bzw. Tiefziehfolien waren, daraus hat sich dann der Firmenname GAC gebildet.

**KN** Wann wurde GAC Deutschland (durch wen) gegründet, wann hingegen der Mutterkonzern GAC International?

Biebl: Der GAC-Mutterkonzern mit Sitz in New York wurde 1943 gegründet und war bis 1998 in Privatbesitz. Danach ging die Firma GAC International an den welt-

wichtiger KFO-Standort. Viele verschiedene Hersteller und Vertriebsorganisationen waren und sind hier bzw. in der größeren Umgebung angesiedelt. Hier hat sich vieles bzgl. festsitzender kieferorthopädischer Therapien bewegt, außerdem sind die ersten Schulungszentren und Kurse hier entstanden. Es gab also genügend Menschen, die damit Berührung hatten und involviert waren, deswegen ist dieser Standort günstig.

**KN** Wie viele Mitarbeiter gibt es am Standort Gräfelfing, wie viele im Vergleich dazu im Mutterkonzern GAC International und Frankreich?

Biebl: Die Unternehmensgruppe um Laurent Gross, zu der auch wir gehören, hat insgesamt ca. 80 Mitarbeiter, wovon 20 in Deutschland sind. GAC International hat insgesamt weit über 100 Mitarbeiter, alleine ca. 45-50 Mitarbeiter sind nur im nationalen amerikanischen Außendienst tätig.

**KN** Wie würden Sie die Unternehmensphilosophie von GAC Deutschland beschreiben?

Biebl: „Everything for the Orthodontist“, wobei der Fokus – sowohl bei GAC Intl., Dentsply, als auch bei uns – auf höchste Innovation und Fortschritt durch Know-how und Experten gerichtet ist, um unseren Kunden entsprechend kontinuierlich Qualität, Service, modernste Produkte und neue Technologien anzubieten.

Miehlisch: Wenn man es als Ziel formuliert, heißt dies: „Partnerschaft mit und für den Kunden!“. Kundenorientierung und Kundenbindung spielen dabei tragende Rollen.

Biebl: Weiterhin legen wir größten Wert auf kompetente Mitarbeiter, die ent-

sprechend vor- und ausgebildet sind bzw. werden und somit die komplexen Fragen und Wünsche der Kunden verstehen. Vor allem im Verkauf und in der Produktberatung unseres Außendienstes spiegelt sich dies wider.

**KN** Welche Märkte werden von Deutschland aus abgedeckt, welche vom Mutterkonzern?

Biebl: Über unsere Außendienstmitarbeiter und unser

Produkte herauskristallisieren, auch individuelle Strukturen und Gegebenheiten nationaler Märkte müssen berücksichtigt werden. In Kürze wird die übersetzte deutsche Version unseres amerikanischen Hauptkataloges erscheinen.

**KN** Welches sind die bisher erfolgreichsten Produkte in der Geschichte von GAC Deutschland?

ven zu den sogenannten „unsichtbaren Zahnbehandlungsschienen“, d.h. alle Produkte für und um die Tiefziehtechnik nach Dr. J.J. Sheridan. Als eine der bekanntesten Bracket- und Bändertechiken in Deutschland kann man zudem auch das Behandlungssystem nach Prof. Asbjörn Hasund nennen, welches durch GAC angeboten wird. Auch die Materialien rund um die „NON-EX-Technik“ von Dr. Norman Cetlin sind weit verbreitet. Softwareprodukte, wie das Beratungsprogramm „Orthomotion“ finden immer mehr Verwendung in den Praxen.

**KN** Wie umfangreich ist die Produktpalette von GAC Intl. bzw. GAC Deutschland?

Biebl: Wir decken alles rund um die festsitzende Kieferorthopädie bzw. Orthodontie ab.

**KN** Der Entwicklung eines Produktes geht sicherlich oft eine Frage bzw. Anregung eines Anwenders voraus?

Miehlisch: Ja natürlich. Manchmal kommen Ärzte auf uns zu, die selbst forschen und Ideen entwickeln. Diese Ideen werden – natürlich mit den entsprechenden Sicherheits- bzw. Schutzmaßnahmen, z.B. Vormerkung für Patentanmeldungen – in unsere Forschungs- und Entwicklungsabteilung nach Amerika weitergeleitet. Dort wird dann analysiert, ob diese Idee für die weltweite Vermarktung relevant ist.

Ist dies der Fall, geht die Kooperation zwischen Forschungs- und Entwicklungsabteilung sowie dem einzelnen Ideengeber weiter bis hin zur Produktreife und dem internationalen Vertrieb.

**KN** Wie viel Kunden-Feedback fließt letztendlich in die Forschung, Entwicklung bzw. das Design eines Produktes ein?

Miehlisch: Ich schätze, dass es hier in Deutschland von den ca. 3.000 Kieferorthopäden vielleicht zehn Prozent sind, die Wünsche äußern.

**KN** Wie gestaltet sich die Produkteinführung speziell am deutschen Markt und wie vergewissern Sie sich, dass die Neuheit den Ansprüchen Ihrer Kunden gerecht wird?

Biebl: Am wichtigsten sind persönliche Kontakte und das Feedback unserer Kunden, z.B. über die Außendienstmitarbeiter. Ein weiterer Gradmesser sind unsere Mailing-Aktivitäten, durch deren Rückläufe wir entsprechende Informationen bekommen.

Miehlisch: Auch die Fortbildungsveranstaltungen sind hier anzuführen.

**KN** Wie ist das Marketing am deutschen Standort organisiert? Wie weisen Sie potenzielle Kunden auf GAC-Produkte hin? Ist hier das direkte Verkaufsgespräch bei Kongressen, Messen bzw. Vorort-Terminen ausschlaggebend?

Biebl: Seit einiger Zeit ist Nicola Gross, die Ehefrau von Laurent Gross, für unser Marketing verantwortlich. Während manche Werbestrategien in Amerika sehr erfolgreich sind, kann es auch sein, dass genau diese für den deutschen Markt weniger oder aktuell nicht relevant sind. Nicht nur nationale Marktgegebenheiten, sondern auch



Der Hauptsitz des Mutterkonzerns GAC International in New York.

weit größten Dentalkonzern Dentsply International.

Durch die Gründung der Ortho-Dent Bavaria (1988 durch ehemalige Inter-Unit Mitarbeiter) wird die Produktpalette von GAC erstmalig neben anderen Materialien verschiedener Anbieter auf dem deutschen Markt vorgestellt. Der eigentliche Startschuss für die Firma GAC Deutschland war ca. zehn Jahre später, als Herr Laurent Gross aus Frankreich 1998 die Firma ODB kaufte. 1999/2000 lief die Firma noch unter dem Namen ODB/GAC, ab 2001 wurde umfirmiert in GAC Deutschland GmbH.

**KN** Warum wurde Gräfelfing bei München als deutscher Standort gewählt?

Miehlisch: München ist ein

nationales Hauptbüro in München mit Lager bedienen wir den lokalen Markt, ein weiteres Zentrallager für Bänder z.B. steht für uns in Frankreich zur Verfügung. Der Mutterkonzern deckt dann alle weiteren Gebiete weltweit ab, wobei GAC Intl. auf allen Kontinenten vertreten ist.

**KN** Werden alle Produkte von GAC Intl. durch den deutschen Standort vertrieben oder gibt es bestimmte Produkte, die nur am amerikanischen bzw. nur am deutschen Markt vertrieben werden?

Biebl: Prinzipiell sind alle Produkte, die im amerikanischen Katalog zu finden sind, in Kürze lieferbar, aber es ist schon so, dass sich für bestimmte Märkte einzelne

Miehlisch: Bekannt wurde GAC durch die technische Weiterentwicklung der Drahtqualitäten, GAC war und ist in diesem Gebiet von Anfang an führend bzw. Marktführer, wenn es um superelastische NiTi-Drahtlegierungen geht. Die bekanntesten Produkte sind der populäre „Sentalloy“-Bogen bzw. auch die Federn aus diesen Werkstoffen. Heute sind natürlich auch andere, moderne Produkte, wie Keramik-Brackets – die übrigens als erstes 1986 unter dem Namen „Allure“ von GAC vorgestellt wurden – bis hin zu selbstligierenden Brackets, wie „In-OvationR“ dazugekommen.

Biebl: Eine der erfolgreichsten Produktpaletten, die wir anbieten, sind die Alternati-



Die Innendienstmitarbeiter der GAC Deutschland GmbH aus dem Vertrieb und Lager.



Stets ein offenes Ohr für die Wünsche der Kunden haben die Mitarbeiter der Auftragsabteilung.



Ob Brackets, Bögen oder Bänder – vom Lager aus werden die gewünschten Produkte direkt zum Kunden verschickt.





Brigitte Biebl (re.), Verkaufsführung GAC Deutschland, und Olaf Miehlisch, Consultant, im Gespräch mit KN-Redaktionsleiterin Cornelia Sens.

entsprechende Hintergründe, Mentalitäten und Kulturen spielen eine große Rolle bei der Planung. Der Inhalt unserer Mailings wird speziell auf den deutschen Markt zugeschnitten und abgestimmt. Die Vorschläge und Ideen werden

von den Vertriebsmitarbeitern gesammelt und fließen in das entsprechende Marketing ein. Nach meinen Erfahrungen aus meiner über 20-jährigen Vertriebstätigkeit sind persönliche Kontakte das A und O und durch nichts zu ersetzen. Die

letzte Zeit hat sich z.B. aus unzähligen persönlichen Gesprächen mit unseren Kunden herauskristallisiert – Sie wissen ja um die derzeitige berufspolitische Situation – dass es nicht ausreicht nur ein Produkt zu verkaufen, sondern vielmehr auch Ideen für ein erfolgreiches Praxismarketing zu unterstützen, wie z.B. das Prinzip von GOLD/SILBER/BRONZE Produktlevel. Dafür haben wir die vielfältig erhältlichen Produktqualitäten eingeteilt und strukturiert oder mit anderen Worten, wir haben verschiedene „Regale“ geschaffen. GOLD steht unter dem Motto: Für Patienten mit höchstem Anspruch an Komfort, Effizienz und Ästhetik. Das SILBER Level bedeutet: Lösungen mit ausgezeichneter Kosten-Nutzen-Relation für Patient und Behandler in hervorragender Qualität. Die BRONZE-Produkte sind vor allem zweckmäßig

und wirtschaftlich. Behandler können z.B. in den entsprechenden Beratungsgesprächen mit ihren Patienten über die vielfältigen Behandlungsalternativen mit den unterschiedlichsten Möglichkeiten, die zusätzliche modernste Produkte und Materialien bieten, aufklären und gemeinsam mit ihren Patienten entscheiden, was individuell machbar ist und angewendet werden kann. Vor allem die Behandlung mit ästhetischen, „weißen“ Materialien wie Keramikbrackets und zahnfarbene Bögen oder mit „schonenden“ bzw. schneller arbeitenden Produkten, wie ligaturfreie Brackets und biologische NiTi-Drähte sind hier zu nennen, beides Produktlinien der Kategorie „GOLD“, z.B. ..., auch bieten wir dazu verschiedene Patientenbroschüren an, die bei uns kostenlos angefordert werden von unseren Kunden.



Nicola und Laurent Gross mit Sohn, die Inhaber und Geschäftsführer der GAC Deutschland GmbH.

**KN** Da Sie gerade GAC-Produkte nennen, auf welchen Service haben Ihre Kunden einen grundsätzlichen Anspruch? An wen können Sie sich wenden, wenn Sie z.B. Fragen haben oder Hilfe brauchen?

Miehlisch: Auf alles, was mit Technik, Mechanik, Material zu tun hat, versuchen wir natürlich sogleich die entsprechenden Antworten zu geben. Wenn es jedoch medizinische Fragen sind, ist es nicht ganz so einfach. Dann regen wir beispielsweise auch schon einmal ein Gespräch mit einem Kollegen an bzw. vermitteln Kontakte, dass sich die Kieferorthopäden untereinander austauschen können. Tauchen mal kompliziertere Probleme auf, die nicht sogleich geklärt werden können, wenden wir uns selbstverständlich direkt an die entsprechende Abteilung im Mutterkonzern, die der Sache dann auf den Grund gehen und dann gegebenenfalls direkt Kontakt mit dem Kunden aufnehmen.

fangreichsten Fortbildungsangebote in vielen verschiedenen Richtungen, momentan mit zehn verschiedenen Referenten, hauptsächlich nationale, aber auch internationale. Wir organisieren diese Fortbildungen direkt jeweils vor Ort und abgestimmt auf den deutschen Standort. Selbstverständlich arbeiten wir hier mit unserem Mutterkonzern eng zusammen, GAC Intl. führt derzeit 30 Referenten.

**KN** Wenn Sie eine Zukunftsprognose wagen würden – wo sehen Sie GAC Deutschland in zehn Jahren?

Biebl: GAC gehört zu den führenden Unternehmen unseres Marktes, national und international, auch zukünftig werden wir alles daran setzen, diese Position zu sichern und unseren Marktanteil weiterhin auszubauen. **KN**

**KN** Haben Sie vielen Dank für das interessante Gespräch.

**KN** Sie wiesen bereits auf die Wichtigkeit von Fortbildungsveranstaltungen hin. Wie ist das GAC-Fortbildungsangebot organisiert, direkt vom Mutterkonzern aus oder gibt es direkt für den deutschen Markt zugeschnittene Kurse?

Biebl: Wir haben bei GAC Deutschland eines der um-

#### **KN** Adresse

GAC Deutschland GmbH  
Am Kirnehölzl 15  
82166 Gräfelfing  
Tel.: 0 89/85 39 51  
Fax: 0 89/85 26 43  
E-Mail: info@gac-deutschland.de  
www.gacintl.com

ANZEIGE



## Säubern Ihre Patienten regelmäßig die Zahnzwischenräume?

Vermutlich nein. Weil die Benutzung von Zahnseide für Viele zu mühsam, zu kompliziert, zu zeitaufwendig ist. Doch hier kommt die Lösung:

Waterpik Flosser säubert die Interdentalräume automatisch und genauso wirksam wie Zahnseide. Nur müheloser, rascher und bequemer. Wissenschaftlich getestet.

**TOP-ANGEBOT ZUM ZAHNARZT-SONDERPREIS:**

Waterpik Flosser Interdental-Reiniger FL-110 EINT sofort gebrauchsfertig inkl. 15 Waterpik Flosser Tips Standard und dazu 1 Spendersäule mit 30 Stück der neuen Waterpik Flosser Whitening Tips FTW-01. Alles zusammen nur **€ 35,-** einschließlich MwSt. und Versandkosten

**Jetzt gleich bestellen (und über 20% sparen)**

**NEU: 30 Whitening Tips**  
Machen Zahnzwischenräume weißer und strahlender

### Sofort-Bestellung per Fax: 0 62 51 - 93 28 93

**Bitte** schicken Sie mir umgehend an meine Praxis:

Stück Waterpik Flosser sofort gebrauchsfertig inkl. 15 Standard Tips und 1 Spendersäule mit 30 Whitening Tips à € 35,- (portofrei und inkl. 18% MwSt.)

Ursprung  Interessiert

Die angegebenen Vorzugpreise sind ausschließlich Zahnärzten, Zahnärztinnen und zahnärztlichem Praxispersonal vorbehalten und verstehen sich pro Stück inkl. MwSt. und Lieferung frei Haus bis einschließlich 30.10.2004



Wellness, Health & Beauty

Berliner Ring 163 B, D-84625 Ebnathalm  
Telefon 06251 - 9328 - 10  
Telefax 06251 - 9328 - 68  
E-Mail info@intersante.de  
Internet www.intersante.de

#### **KN** Buchtipp

### Kieferorthopädische Zahntechnik

Friedbert Schmeil/Ursula Hirschfelder (Hrsg.)

Das Autorenteam bietet in dieser Neuerscheinung eine detaillierte Darstellung der zahntechnischen Arbeitsschritte und ihre Einordnung in den therapeutischen Gesamtzusammenhang. Sie stellt dem Zahntechniker in der Weiterbildung und dem Meisterschüler wertvolle Informationen zur Verfügung, um mit seinem erworbenen Wissen mit dem Fachzahnarzt für Kieferorthopädie zusammen die zur Prophylaxe und Therapie notwendigen kieferorthopädischen Behandlungsmittel in optimaler Qualität unter dem Gesichtspunkt der Funktionalität herzustellen.

Im Mittelpunkt des Buches steht die Arbeitsbeschreibung des technischen Aufbaus von Standardgeräten in der kieferorthopädischen Zahntechnik

Kieferorthopädische Zahntechnik – ein unentbehrliches Werk für Zahntechniker und für die Studierenden in der Zahnmedizin.



Friedbert Schmeil/Ursula Hirschfelder (Hrsg.)  
**Kieferorthopädische Zahntechnik**  
128 Seiten, ISBN 3-929360-77-2, Preis 49,90 €  
erschienen im Juli 2004 beim Verlag Neuer Merkur GmbH

**Bestellschrift:**  
SVK GmbH, Abt. VA/VNM  
Postfach 10 60 16  
70049 Stuttgart  
Tel.: 07 11/66 72-12 31  
Fax: 07 11/66 72-19 74  
E-Mail: g.moeller@svk.de



# Dentaurum-Gruppe feiert familiäres Sommerfest

Buntes Unterhaltungsprogramm, Jazz-Musik und Attraktionen für Groß und Klein: Beim Sommerfest in Ispringen herrschte beste Stimmung.

Viel Spaß hatten die Mitarbeiter und Pensionäre der Dentaurum-Gruppe sowie deren Freunde und Verwandte beim fröhlichen Sommerfest in Ispringen. Fast 2.500 Besucher waren der Einladung des renommierten Dentalunternehmens gefolgt, um die Räumlichkeiten und die einzelnen Abteilungen der Dentaurum-Gruppe persönlich

Garten sowie das dentale Schulungsgebäude „Centrum Dentale Kommunikation“. Allerlei Attraktionen für Groß und Klein standen beim diesjährigen Sommerfest auf dem Programm. So konnte man z. B. in den Laboren des Schulungszentrums CDC lustige Figuren gießen, Laser-Schweißen und an Spielen rund um das Thema „Zähneputzen“ teilnehmen.

Claudia Reutter, die mit ihren eindrucksvollen Gemälden, dem obersten Stockwerk des neuen Verwaltungs- und Logistikgebäudes ein ganz besonderes Flair verlieh. Musikalisch verbreitete die Band „Nightfly“ mit ihren Soul & Jazz-Klassikern beste Stimmung. Die Mitarbeiter der Dentaurum-Gruppe bedankten sich



Impressionen des Sommerfestes 2004 bei der Dentaurum-Gruppe in Ispringen.

kennen zu lernen. Mit der Begrüßung durch die Geschäftsführer, Axel Winkelstroeter und Mark S. Pace, sowie durch den Ispringer Bürgermeister Heinrich Kemmet, wurde das Sommerfest 2004 offiziell eröffnet. Stolz führten die Dentaurum-Mitarbeiter ihre Gäste durch die verschiedenen Abteilungen des Unternehmens und erläuterten die jeweiligen Aufgabenbereiche. Besonders interessant waren bei diesem Rundgang die Fertigungsabteilungen, das neue Verwaltungs- und Logistikgebäude mit einem hochmodernen automatischen Kleinteilelager und einem sehr schön angelegten asiatischen

Das Betriebsgelände wurde für dieses Ereignis bunt geschmückt und erinnerte an einen kleinen Jahrmarkt mit einem Eisstand, Hüpfburgen, Kinderschminken, einem Parcours mit mehreren Quads, einem 4er-Bungy-Trampolin und vielen weiteren, interessanten Events. Auch für das leibliche Wohl war an zahlreichen Verpflegungsstationen bestens gesorgt. Vor allem die leckeren, selbstgebackenen Kuchen der Mitarbeiter und das abwechslungsreiche Unterhaltungsprogramm fanden große Zustimmung. Eines der Highlights war auch die Vernissage der Künstlerin

bei der Geschäftsleitung, den Familien Winkelstroeter und Pace, für dieses großzügige Fest und freuen sich schon heute wenn es wieder heißt „Sommerfest bei Dentaurum“.

### KN Adresse

DENTAURUM J. P.  
Winkelstroeter KG  
Turnstr. 31  
75228 Ispringen  
Tel.: 0 72 31/8 03-0  
Fax: 0 72 31/8 03-2 95  
E-Mail: info@dentaurum.de  
www.dentaurum.com

### KN Kleinanzeigen

## KN -Gelegenheits- und Stellenmarkt

Senden oder faxen Sie diesen Coupon an:  
Oemus Media AG • Holbeinstr. 29 • 04229 Leipzig  
Fax 03 41/4 84 74-2 90 • E-Mail: reichardt@oemus-media.de

Auftraggeber: \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_

Name \_\_\_\_\_

Straße \_\_\_\_\_

Land/PLZ/Ort \_\_\_\_\_

Telefon/Fax (für eventuelle Rückfragen) \_\_\_\_\_

Datum, Unterschrift \_\_\_\_\_

Ihr Anzeigentext

Anzeigenformate und Preise **Gewerbliche Anzeigen € 2,00/mm**  
**Stellengesuche nur € 1,00/mm**

Beispiel für gewerbliche Anzeigen  
Format 1/32 1/16  
Höhe x Breite 45 x 45 mm 94 x 45 mm  
Preis € 90,00\* € 180,00\*  
\* zzgl. gesetzl. MwSt.

nächster Erscheinungstermin: 1. Oktober 2004 **Anzeigenschluss: 15. September 2004**

# „Kalle, Klops und Karies“ jetzt auch auf DVD

Preisgekrönter Film zum Thema Kinderprophylaxe vom Verein für Zahnhygiene e.V.



Wenn Kalle und Kommissar Bürste gegen den unheimlichen Klops antreten, wird Kinderprophylaxe zum spannenden Krimi. Der für den Verein für Zahnhygiene e.V. produzierte Streifen „Kalle, Klops und Karies“ setzt neue Maßstäbe im zahnmedizinischen Lehrfilm – ab sofort ist das preisgekrönte Puppen-Abenteuer zum Preis von 14,90 € auch auf DVD erhältlich.

Kinder für die Gesundheit ihrer Zähne zu begeistern, ist keine leichte Aufgabe. Doch genau dies gelingt ein paar pfiffigen Puppen namens Kalle, Schnuff, Kommissar Bürste und Klops von und zu Zuckerberg in nur 15 Minuten. Sie sind die Stars in dem spannenden Streifen „Kalle, Klops und Karies“. Jetzt gibt es das turbulente Abenteuer für Kinder ab vier Jahre auch auf DVD.

Der Film ist der beste Beweis, dass Prophylaxe eine mitreißende Geschichte sein kann. Denn was da nachts in den dunklen Hallen und Gängen eines Museums geschieht, hat echte Krimi-Qualitäten: Der gewitzte Rotschopf Kalle wird auf der Suche nach seinem Hund Schnuff versehentlich im Museum einge-

geschlossen und trifft dort auf den unheimlichen Klops von und zu Zuckerberg, der so gerne Zähne mit Süßem kaputt macht. Sein Zucker-Schleim ernährt gefährliche Bakterien, die Löcher in die Zähne ätzen. Als der smarte Kommissar Bürste plötzlich auftaucht, flieht der wabbelige Klops. Kalle wird vom Kommissar in die Gefahren eingeweiht, die von dem süßen Schleim ausgehen. Jetzt steht auch für ihn fest: Der widerliche Klops muss aus dem Museum vertrieben werden! Gemeinsam mit Schnuff und Kommissar Bürste nimmt Kalle die Verfolgung

auf ... Das aufregende Abenteuer „Kalle, Klops und Karies“ ist ab sofort auf DVD über den Verein für Zahnhygiene e.V., Feldbergstraße 40, 64293 Darmstadt, Fax: 061 51/89 51 98 zum Preis von 14,90 € zu beziehen. **KN**

### KN Adresse

Für weitere Informationen:  
Verein für Zahnhygiene e.V.  
Dr. Matthias Lehr  
Feldbergstraße 40  
64293 Darmstadt  
Tel.: 061 51/89 48 14  
Fax: 061 51/89 51 98

### KN Veranstaltungen Oktober 2004

Datum	Ort	Veranstaltung	Info
1.10.2004	Hamburg	Die optimale KFO-Privat abrechnung – mehr geht nicht! Referent: Heike Herrmann	dental line Tel.: 0 54 05/92 04-0
1.10.2004	Schlichtern/ Bad Soden-Salmünster	Funktionsanalyse und Physiotherapie bei craniomandibulären Dysfunktionen – Grundkurs Referenten: Dr. R.-G. Meiritz und W. Stelzenmüller	KFO- Fachpraxis Dr. Ralf-Günther Meiritz Tel.: 0 66 61/34 55 www.dr-meiritz.de
2.10.2004	Berlin	Der kieferorthopädische Lückenschluss bei Zahnnichtanlagen Referent: Dr. Bernd Zimmer	Initiativkreis Umfassende Kieferorthopädie e.V. Tel.: 0 30/24 63 21 17
2./3.10.2004	Stuttgart	Orthodontische Erwachsenenentherapie Referent: Prof. Dr. Andrea Wichelhaus	Forestadent Fr. Manz, Tel.: 0 72 31/4 59-1 81
8.10.2004	Frankfurt a. M.	Time for the Future Referent: Dr. Christian Demange	GAC Deutschland Fr. Winkel, Tel.: 0 89/85 89 69 75
8.10.2004	Ispringen	Die modernen Techniken der Bisskorrektur: Sabbagh Universal Spring, Herbst, Jasper Jumper & Co Referent: Dr. Aladin Sabbagh	Dentaurum Fr. Braun, Tel.: 0 72 31/8 03-4 70
8./9.10.2004	Aachen	ECO-Lingual Therapy Fortgeschrittenenkurs Referent: Dr. Dirk Wiechmann	T.O.P. Service für Lingualtechnik GmbH und Ormco Fr. Hefter (Sekr. Prof. Diederich) Tel.: 02 41/80 88 27 1
8./9.10.2004	Ispringen	Parodontologie und Kieferorthopädie: Behandlung von parodontal geschädigten Gebissen unter besonderer Berücksichtigung der dentofazialen Ästhetik Referent: PD Dr., D.M.D., D.D.S. Nezar Watted	Dentaurum Fr. Braun, Tel.: 0 72 31/8 03-4 70
9.10.2004	Nürnberg	Die kieferorthopädische Behandlung mit unsichtbaren Schienen – Die Essix Technik Referenten: Dr. Ronald Jonkmann und Olaf Schulz	GAC Deutschland Fr. Winkel, Tel.: 0 89/85 89 69 75
9.10.2004	Ispringen	Kiefergelenkdysfunktionen Referent: Dr. Aladin Sabbagh	Dentaurum Fr. Braun, Tel.: 0 72 31/8 03-4 70
9.10.2004	Düsseldorf	Privat abrechnung & KIG: ganz einfach. Für die tägliche Praxis: Was geht? Warum geht's? Wie geht's? Referent: Petra Schmidt-Saumweber	Dentaurum Fr. Braun, Tel.: 0 72 31/8 03-4 70
15.10.2004	Herborn	Distal Jet und Jet-Family Kurs Referent: Dr. Torsten Krey	life-Dental und American Orthodontics/ Tel.: 0 27 72/58 21 48
15.10.2004	Hörsbach	Die neue Orthodontie Teil III Referent: Dr. Georg Risse	KFO-IG Tel.: 0 60 21/45 81 60
15./16.10.2004	Hannover	3. Dental Excellence Congress	www.kavo.com
15./16.10.2004	Freiburg i.Br.	Kieferorthopädie – Mund-Kiefer-Gesichtschirurgie/ Symposium Zusammenarbeit Praxis und Klinik Referenten: Prof. I. Jonas, Dr. U. Schwarz und Prof. Schmelzeisen	Universitätsklinikum Freiburg Tel.: 07 61/270-49 44
16.10.2004	Berlin	Invisalign-Technik Referent: Prof. Dr. Rainer Reginald Miethke	Philipp-Pflaff-Institut Tel.: 0 30/41 47 25-24
22./23.10.2004	München	Ästhetische Kieferorthopädie und Kiss-Orthodontics Referent: Prof. Dr. Fuhrmann	Forestadent Fr. Manz, Tel.: 0 72 31/4 59-1 81
23.10.2004	Niederpöcking/ Starnberger See	Praxisorientiertes Notfalltraining für Kieferorthopäden Referent: n.b.	3 M Unitek GmbH Fr. Wagemann, Tel.: 0 81 52/3 97-50 24
29./30.10.2004	Dresden	Vertikale Kontrolle in der Kieferorthopädie: Behandlung des offenen Bisses Referenten: Prof. Dr. Dietmar Segner und Dr. Dagmar Ibe	Forestadent Fr. Manz, Tel.: 0 72 31/4 59-1 81
29./30.10.2004	Kiel	Kiefergelenkorientierte, kieferorthopädisch-kieferchirurgische Kombinationsbehandlung Hauptreferent: Douglas E. Toll, D.D.S.	Praxis Dr. Toll Tel.: 0 61 96/2 40 07