

## 9. DDT 2017 in Hagen

Erneut findet im Februar der Kongress Digitale Dentale Technologien statt.

Am 17. und 18. Februar 2017 lädt das Dentale Fortbildungszentrum Hagen (DFH) in Kooperation mit der OEMUS MEDIA AG Zahnärzte und Zahntechniker zum neunten Mal zum Kongress „Digitale Dentale Technologien“ (DDT) ein. Das Leitthema 2017 ist „Zirkon – Ein Werkstoff für alle Fälle?“.

Mit der Entwicklung von CAD/CAM-Arbeitsprozessen für die Bearbeitung von Zirkoniumdioxid wurde vor 15 Jahren das digitale Zeitalter im Dentallabor eingeleitet. Die erste Generation von Zirkoniumdioxid war sehr hart und opak. Heutzutage wird „Zirkon“ in sehr unterschiedlichen Qualitäten produziert und ist im Bereich festsitzender Ersatz nahezu universell einsetzbar. Transluzentes Multilayer-Zirkon steht für überragende Ästhetik. Auch die sehr harten und opaken Varianten haben ihre Berechtigung

und werden z.B. für herausnehmbaren Zahnersatz genutzt. Die Indikationsstellung sowie die Vergleichbarkeit mit anderen Werkstoffen ist jedoch komplizierter geworden. Diese Veranstaltung hilft, die Zusammenhänge zu verstehen, und gibt Ratschläge für den täglichen Umgang mit Zirkoniumdioxid. Natürlich wird auch die digitale Fertigungstechnik auf dem Kongress behandelt. Verbundwerkstoffe spielen in deutschen Dentallaboren bisher eine untergeordnete oder gar keine Rolle, in einem Vortrag wird ein fräsbarer Kompositwerkstoff vorgestellt. Wie man prüfen kann, ob der angefertigte Zahnersatz Gleithindernisse hat, wird ein Thema sein. Eine kieferorthopädische Planungs- und Designanwendung, die sich in einen offenen Arbeitsprozess integrieren lässt, sowie ein Arbeitsprozess zur Implantatplanung und Prothetikfertigung werden vorgestellt. Die zahlreichen Workshops am Freitag



tag werden von einer umfangreichen Industrieausstellung begleitet. **ZT**

### ZT Adresse

**OEMUS MEDIA AG**  
Holbeinstraße 29, 04229 Leipzig  
Tel.: 0341 48474-308  
Fax: 0341 48474-290  
event@oemus-media.de  
www.oemus.com  
www.ddt-info.de

und die Vorträge hochkarätiger Referenten am Sams-



## Weihnachtsaktion

Dotzauer Dental hilft bei „Weihnachten im Schuhkarton“.

Es ist wieder so weit: Die Weihnachtszeit wird bald eingeläutet und das Fest der Liebe steht in einem Monat vor der Tür. Nun befinden sich die 48 Pakete der Unternehmen Dotzauer Dental GmbH und der white digital dental GmbH bereits auf ihrer Reise nach Osteuropa.

Mithilfe der Aktion „Weihnachten im Schuhkarton“ erhofft sich Roman Dotzauer, geschäftsführender Gesellschafter der Dotzauer Dental GmbH, viele Kinderherzen ein klein wenig schneller schlagen zu lassen. Die Geschenkkaktion gehört zur weltweit größten Weihnachtsaktion „Operation Christmas Child“, verantwortet von dem international renommierten Hilfswerk Samaritan's Purse, welche seit 1996 über 110 Millionen Kinder weltweit beschenkt. Diese Geste der Nächstenliebe, soll vor allem den Kindern in Entwicklungsländern zugutekommen. Die Mitarbeiter der Unternehmen Dotzauer Dental und white digital dental, beide mit Sitz in Chemnitz, haben fleißig gebastelt, gepackt und geschnürt. Ausgestattet mit einer Spendenvielfalt an Spielzeug, Schreibwaren und Utensilien zur Zahnpflege, wurden insgesamt 48 Schuhkartons gepackt.

Bleibt zu wünschen, dass diese Aktion auch in den kommenden

Jahren weiterhin viel Zuspruch bei regionalen Unternehmen und Privatpersonen finden wird. Das Chemnitzer Dentallabor Dotzauer Dental engagiert sich natürlich wieder gern! **ZT**

### ZT Adresse

**Dotzauer Dental GmbH**  
F.-O.-Schimmel-Straße 7  
09120 Chemnitz  
Tel.: 0371 52860  
Fax: 0371 528620  
info@dotzauer-dental.de  
www.dotzauer-dental.de



## » EXPERTENTIPP FÜR DEN VERTRIEB



*Frage: Meine Quote Erstkontakte zu Terminen für Laborpräsentationen ist gut. Die Gespräche sind dann ebenfalls nicht schlecht, vielmehr sogar vielversprechend. Allerdings passiert dann nichts. Was mache ich falsch?*

Claudia Huhn: Gratulation zur guten Quote. Wenn diese Quote stimmt, sind die ersten Weichen

richtig gestellt. Darüber hinaus klingt die Aussage „vielversprechend“ auch nicht schlecht, auch darüber sollten Sie sich grundsätzlich freuen.

Schauen wir einmal auf mögliche Faktoren, die den Ausgang einer Laborpräsentation positiv beeinflussen können. Darüber hinaus sollten wir noch kurz definieren, was man von einer Laborpräsentation vertriebllich grundsätzlich erwarten kann und womit man in der Regel einen solchen Kontakt überfordert.

Grundsätzlich ist anzumerken, dass der übliche und damit typische Weg, eine Laborpräsentation durchzuführen, nicht wirklich glücklich ist, weil er eben zu den in der Frage gestellten Ergebnissen führt. Üblicherweise nehmen vertriebllich aktive Dentallabore den Titel „Laborpräsentation“ sehr wörtlich und präsentieren während eines solchen Gesprächs sich und ihr Unternehmen in Form eines Monologs. Und diese Präsentation reduziert das Unternehmen in der Regel nur auf die Kernkompetenz, die Zahntechnik. Damit wird oft die denkbar schlechteste Vorgehensweise ge-

wählt, weil nahezu alle Dental-labore sich genau auf diese Weise präsentieren und sie sich damit extrem vergleichbar machen. Flapsig formuliert können sie sich mit dieser Art der Laborpräsentation in die lange Reihe ihrer Kollegen stellen. Am Ende eines solchen guten Gesprächs steht dann häufig die Aussage des Behandlers: Hörst sich interessant an, wenn ich mal eine solche Arbeit oder einen solchen Fall habe, dann werde ich auf Sie zukommen. Oder: Wir können ja mal eine Arbeit zusammen ausprobieren. Hier fängt dann ein zunächst euphorischer und im weiteren Verlauf immer demotivierender Weg des Wartens an.

Ok, wenn nicht so, wie dann? Beginnen wir mit dem Management der Erwartungshaltungen. Ist es realistisch, aufgrund der Aussage eines Behandlers am Ende einer Laborpräsentation mit einer „Probearbeit“ zu rechnen? Auf Basis unserer Erfahrungen nicht. Viel realistischer ist es, diesen Kontakt als notwendigen Schritt hin zu einer belastbaren Beziehung zu sehen, als Tropfen, deren vieler irgendwann das Fass im positiven Sinne zum Überlaufen bringt.

Wenn Kontakte Beziehung schaffen und eine Laborpräsentation alleine noch keinen Kunden macht, vielmehr eine Präsentation im wirklichen Sinne nicht glücklich ist, was könnte dann ein sinnvollerer Weg sein?

Sinnvoller, weil ergebnisorientierter ist es, eine Laborpräsentation nicht als solche im wörtlichen Sinne zu verstehen, sondern als Möglichkeit einer sogenannten Bedarfsanalyse. Mit dieser Vorgehensweise reden nicht Sie, sondern Ihr Gegenüber. Nicht Sie erzählen von Ihren tollen Leistungen und Produkten im Labor, sondern Sie stellen so geschickt Fragen, dass Ihr Gegenüber Ihnen von seinen Bedürfnissen erzählt. Eine professionell geführte Bedarfsanalyse fördert bewusste und möglicherweise unbewusste Bedarfe des Behandlers zutage, zeigt weitere Kontaktmöglichkeiten auf und zielt im Ergebnis genau darauf ab, nämlich auf die Vereinbarung eines nächsten Termins, eines nächsten Kontakts. Dies geschieht in der Regel zu einem Thema, welches den Behandler im Verlauf des Gesprächs interessiert hat. Ziel des aus der Bedarfsanalyse entstehenden Folgetermins ist vordergründig die Vertiefung die-

ses Themas, hintergründig und doch viel wichtiger ist der weitere Kontakt, der dem weiteren Aufbau der Beziehung dient.

Wer sich für auf eine professionelle Bedarfsanalyse vorbereiten will, der sollte sich einen Koffer voller professioneller Fragen zu legen. Fragen zur Situation des Behandlers, vertiefende Fragen zu den Hintergrundinformationen, Fragen, die klären, ob der Behandler diesen möglichen Bedarf wirklich decken will usw. Wenn Sie den Mut aufbringen, aus dem Monolog aus- und in einen Dialog einzusteigen, den Sie professionell durch Fragen führen, dann werden Sie Ihre Ziele nicht immer, aber immer öfter erreichen und auch Ihre Quote bei den Laborpräsentationen deutlich verbessern.

Gerne unterstützen wir Sie mit unserer Erfahrung bei der Erstellung Ihres professionellen Fragenkatalogs. **ZT**

C&T Huhn – coaching & training GbR  
Tel.: 02739 8910-82  
Fax: 02739 8910-81  
claudia.huhn@ct-huhn.de oder  
thorsten.huhn@ct-huhn.de  
www.ct-huhn.de