3/2004

schöne Zähne®

Die Megatrends
Gesundheit und Lebensqualität
Von Hightech zu Hightouch

www.lubberich.de

Inhalt

Ausgabe Nr. 3 · 3. Quartal 2004

Editorial
Seite 3

Was ist so schwierig mit der Okklusion?
Seite 4

Patientenveranstaltung
Seite 6

TOPTHEMA: Gesundheit und Lebensqualität
Seite 8

Praxisvorstellung
Seite 12

Mit Zahnersatz Steuern sparen?!
Seite 13

Firmenlauf
Seite 15

Impressum
Seite 16

TIPP!

Veranstaltungstipp!

2. Implantologie Fortbildungsreihe 2004 für Einsteiger Partner- und Teammodell Implantologie

Die erste Implantologie-Staffel „Implantieren 2003", deren Teilnehmer sich inzwischen für den Aufbaukurs einschreiben, war ein großer Erfolg. Aus diesem Anlass wiederholen wir die Seminarreihe für Einsteiger.
In Zusammenarbeit mit 3I, hat Lubberich Dental-Labor ein besonderes und exklusives Dienstleistungskonzept auf dem Implantatsektor geschaffen. Es besteht aus 4 Bausteinen, die nur im Gesamtpaket belegbar sind.

„Implant Coordinator Training"
am 01.09.04, von 14.30 - 21.00 Uhr

„Patientenorientierte Kommunikation – So steigern Sie den Anteil der budgetfreien Privatleistungen in Ihrer Praxis"
am 04.09.04, 9.30–16.00 Uhr

OP-Kurs/Hospitationen
am 11.09.04, 09.00–17.00 Uhr

„Die Abrechnung implantologischer Leistungen"
am 29.09.04, 15.00–19.30 Uhr

Detail-Informationen zu den Seminarinhalten fordern Sie bitte telefonisch an unter (02 61) 16635.
Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.
Die gesamte Fortbildungsreihe ist für Stammkunden des Lubberich Dental-Labors kostenfrei. Ansonsten beträgt der Kostenbeitrag 1.500 Euro*1.

*1: Erfolgen 10 Implantatversorgungen bis Ende 2005, wird die Kursgebühr verrechnet.

Editorial

Zukunftskonzepte?
Ja, aber bitte gemeinsam!

Frau Dr. Susanne Schmincke, Koblenz-Arenberg

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

die Sanierung = Heilung der Patienten im Rahmen der vorgegebenen Möglichkeiten ist momentan noch unser gemeinsames Ziel. Auf unterschiedlichem Niveau, bei gesetzlich gesicherter überprüfungsfähiger Qualität, versteht sich. Aber mit Alter und Wohlstand ändern sich die Ansprüche unserer dann vielleicht ab und zu „Kunden" genannten Patienten, gehen über die Behandlung von Krankheiten weit hinaus. Schon jetzt nimmt die Individualprophylaxe einen wichtigen Platz im Praxisalltag ein, aber was steht uns noch bevor, worauf uns eine universitäre Ausbildung nicht vorbereitet? Wie ist es um unsere betriebswirtschaftliche Kompetenz bestellt, die für Leistungserbringung außerhalb unseres Kassensystems notwendig ist? Da ist Information, Lern- und Anpassungsfähigkeit gefordert.
Wer kennt sie nicht, die Fortbildung, von der man nach Hause fährt und gleich am nächsten Arbeitstag, meist Montagmorgen, den Techniker seines Vertrauens anruft? Das Wartezimmer füllt sich, im Labor stapeln sich die Auftragskisten und man teilt sich das Erlebte, Erfahrene in hastigen Minuten von der getrennt besuchten Fortbildung mit.

Wie viel sinnvoller wäre es da doch, mehr gemeinsame Veranstaltungen zu planen und zu besuchen, da das Angebot in der Regel speziell auf die eine oder andere Berufsgruppe zugeschnitten ist.
Da sind nicht nur die Ausschüsse der Kammern (BZK und LZK) gefordert, genauso müssten einmal die Zahntechniker gemeinsam agieren. Ohne Probleme könnten sie in die Planung mit einbezogen werden, wenn es um prothetische Themen und ums Praxismanagement geht.
Ein seit langem gehegter Wunsch von mir wäre, die große LZK- Veranstaltung Zahnheilkunde 2006 oder 2008 anstatt in Mainz hier in der Koblenzer Rhein- Mosel- Halle stattfinden zu lassen. Quasi mit mittelrheinischer Prägung! Bei einer Auslegung für die gesamte Praxis, Zahntechniker, Dentalindustrie und Patienten (!) könnte man dort entscheidende Akzente für die Zukunft setzen.

Besondere Unterstützung kann und sollte die Praxis, in der allein die Entscheidungen getroffen werden, im Bereich der Patienteninformation und Marketing durch ein Labor annehmen.
In Zukunft wird sich viel verändern. Der anspruchsvolle Patient im Alter jenseits der 50, unser gewünschtes Hauptklientel, möchte -auf gut Deutsch gesagt- keinen Stress mit seinen Zähnen haben! Sie sollen gut aussehen, fest sitzen, wenig Arbeit beim Reinigen machen und vor dem nächsten Urlaub fertig sein. Wenn er oder sie in die Praxis kommt, beantworten wir gern auch Fragen zur Ernährung, zu Haarausfall und Depression.

Es wird viel mehr Praxen mit Tätigkeitsschwerpunkten geben; betriebswirtschaftliche und fachliche Weiterbildung, Praxismanagement im Team und gute Marketingstrategien verhüten Langeweile, Insolvenz und Arbeitslosigkeit. Es trennt sich die Spreu vom Weizen.
Wir müssen uns verändern, vorbereitet sein, uns gegenseitig stärken und andere Wege gehen, um den Patienten nach seinen Ansprüchen und Möglichkeiten und nicht nur „ausreichend und wirtschaftlich" versorgen zu können.
Lernen wir es, lernen wir zusammen!

Ihre

Dr. Susanne Schmincke

Was ist so schwierig mit der Okklusion?

„Die Okklusion hat deutliches Verbesserungspotential". So lautete eine Kernaussage unserer Kundenbefragung 2003 für den Bereich der Technik. Über die möglichen Ursachen mit den dazugehörigen Lösungsvorschlägen – aus Sicht unseres Labors – hatten wir in der letzten Kundenzeitung berichtet. Um diesen Bereich zusätzlich von zahnmedizinischer Seite zu beleuchten steht uns heute ein Mitarbeiter der Poliklinik für Zahnärztliche Prothetik des Universitätsklinikums Bonn mit ausgewiesener Kompetenz zur Seite.

von Andreas Moser

Die Redaktion von „Schöne Zähne" besuchte den Oberarzt der Poliklinik für Zahnärztliche Prothetik, Herrn Prof. Dr. Karl-Heinz Utz, an seinem Arbeitsplatz in Bonn. Herr Prof. Utz ist darüber hinaus Leiter des Arbeitskreises Prothetik der Bezirkszahnärztekammer Koblenz, welchen er vor nunmehr genau zehn Jahren von Herrn Prof. Dr. Lorenz Hupfauf übernahm. In Bonn begann vor ca. 30 Jahren der dentale Aufbau von Alois C. Lubberich als Cheftechniker und Laborleiter von Prof. Dr. Hupfauf und Prof. Dr. Koeck.

Alois C. Lubberich vor 30 Jahren an der Poliklinik Bonn.

SZ: Wie bewerten Sie die Ergebnisse unserer Kundenbefragung im Bereich Okklusion?
Prof. Dr. Utz: Für den restaurativ tätigen Zahnarzt steht die Okklusion tatsächlich im Mittelpunkt der täglichen Arbeit. Die Resultate der Befragung sind daher nicht verwunderlich. Der Anspruch an eine hohe Zahl interokklusaler Kontakte je Zahn führte in der Vergangenheit zu einer gewissen Ernüchterung im Praxisalltag: Es ist trotz Sorgfalt beinahe unmöglich, bei einem Molaren die früher je nach Konzept geforderten acht Kontaktpunkte am Patienten aufzubauen. Durch diese bei der täglichen Arbeit oft unerreichbare Forderung entstand Frustration und die Okklusion büßte leider viel an Bedeutung ein. Auch ist die Gnathologie in den 70'er und 80'er Jahren übertrieben worden, man hat z.B. die Bedeutung von Registrierungen des Kausystems auf das langfristige Überleben von Restaurationen überschätzt. Ich habe den Eindruck, dass dadurch in den letzten 15 Jahren das Wissen um die mit der Okklusion verbundenen praktischen Probleme nachgelassen hat: Wer spricht heute noch z.B. über Artikulatoren und deren Indikation? So scheinen die Fragen der Kollegen diesbezüglich zuzunehmen. Es ist daher denkbar, dass die Okklusion nun langsam wieder zunehmend Beachtung finden wird.
Zum Thema Okklusion: Es ist übrigens immer noch zu wenig bekannt,

Prof. Dr. Karl-Heinz Utz, Oberarzt der Poliklinkik für zahnärztliche Prothetik am Universitätsklinikum in Bonn

dass Kollege Claes Riise in den 80'er Jahren in Schweden Untersuchungen durchgeführt hat, welche ergaben, dass es bei natürlich bezahnten, nicht zahnärztlich restaurierten Menschen in der Realität nur sehr wenige Kontakte zum Gegenzahn gibt: Die Vorstellungen von Payne und Lundeen oder P. K. Thomas über die Anzahl und die Verteilung interokklusaler Kontakte bei der Aufwachstechnik sind daher Konzepte, die einem Ideal entsprechen. Für die tägliche Praxis gilt demgegenüber für die Restauration, dass bei Prämolaren ein bis zwei und bei Molaren zwei bis drei antagonistische Kontakte genügen, um die Stabilität

der Okklusion und damit die Gesundheit des stomatognathen Systems zu garantieren. Wichtiger als möglichst viele antagonistische Kontakte pro Zahn ist es, keine Interferenzen in die Okklusion einzubauen.

SZ: Welche Informationen müssen nach Ihrer Meinung für eine individuell optimale Okklusion am Patienten erhoben werden?

Prof. Dr. Utz: Zunächst sollte in der zahnärztlichen Grunduntersuchung die Grenzposition der Kondylen (zentrische Kondylenposition) im Vergleich zur Abgleitbewegung in die maximale Interkuspidation ermittelt werden. Gibt es keine Differenz, um so besser! Gibt es eine, muss einerseits festgestellt werden wie groß diese ist, und andererseits, in welche Richtung der Unterkiefer abweicht. Dabei werden umfangreiche Restaurationen umso problematischer, je weiter die maximale Interkuspidation von der zentrischen Kondylenposition entfernt ist. Daneben ist von Bedeutung, ob der Patient eine stabile maximale Interkuspidation aufweist oder ob er „nicht weiß, wo er hingehört". Sicherlich ist es auch wichtig zu überprüfen, ob der Patient jetzt oder in absehbarer Zukunft umfangreich restauriert werden muss. Selbstverständlich spielt für die Frage der Unterkieferhaltung auch die Anzahl der vorhandenen Zähne mit Antagonistenkontakten eine Rolle. Je nach Resultat kann die maximale Interkuspidation übernommen oder muss die zentrische Kondylenposition eingestellt werden.

Eine weitere wesentliche Information ist das Okklusionsprotokoll des Behandlers. Sie erwähnten es bereits in Ihrer letzten Ausgabe. Hierbei muss mittels Shimstockfolie® (8µ) festgestellt werden, welche Zähne in maximaler Interkuspidation Kontakt haben. Darauf hin müssen die Modelle vom Labor unter zu Hilfenahme dieser 8µ-Folie sorgfältig eingeschliffen werden. Ohne die Durchführung dieser einfachen Maßnahmen aus physiologischen Gründen wird eine Einzelkrone immer „zu hoch" sein!

Die Frage nach dem Einsatz mittelwertiger Gesichtsbögen wird heute kontrovers diskutiert. Ich persönlich bin mir sicher, dass der Einsatz eines Gesichtsbogens eine qualitätssichernde Maßnahme darstellt.

SZ: Gibt es weitere Fehlerquellen, die die Okklusionsbeziehungen negativ beeinflussen?

Prof. Dr. Utz: Die Abformung spielt hier natürlich eine wesentliche Rolle. Neben der ausreichenden Löffeldimensionierung, um die Rückstellung der Abformmasse zu gewährleisten, sollten Alginat-Abformungen ausschließlich mit Rimlock-Löffeln durchgeführt werden. Die Alginate - ganz gleich von welchem Hersteller - müssen weiterhin innerhalb von dreißig Minuten ausgegossen werden.

Eine weitere, nicht immer beachtete Fehlerquelle ist die zu weite Öffnung des Unterkiefers bei der UK-Abformung. Marx, Koeck, Richter u. a. wiesen nach, dass bei weiter Mundöffnung eine elastische Deformation der Unterkieferspange der Gestalt eintritt, dass sich die Molaren nach oral neigen. In dieser Position abgeformt kommt es zwangsläufig zu fehlerhaften Okklusionsbeziehungen, wenn die Modelle gegeneinander zugeordnet werden.

Die unilaterale Durchbiss-Abformung ist hier übrigens besser als ihr Ruf. Bei strenger Indikation (kein Verlust der Stützzone, max. zwei Inlays, ausreichend Platz hinter den letzten Zähnen horizontal und vertikal) weisen diese Rekonstruktionen unserer Erfahrung nach die geringsten okklusalen Interferenzen auf, wenn die maximale Interkuspidation übernommen wird.

SZ: Bei dieser Vielzahl von Fehlerquellen ist es eigentlich verwunderlich, wie viel dennoch passt?

Prof. Dr. Utz zeigte Andreas Moser das umfangreiche Löffelkontingent der Poliklinik

Prof. Dr. Utz: Heute ist es möglich, Restaurationen in maximaler Interkuspidation einzugliedern, die tatsächlich nur wenig oder sogar keine okklusalen Einschleifkorrekturen am Patienten erfordern. Voraussetzung hierfür ist – wie immer für die erfolgreiche Eingliederung - eine genaue Abstimmung zwischen Zahnarzt und Zahntechniker und selbstverständlich präzise Arbeitsunterlagen. Umfangreiche Restaurationen in zentrischer Kondylenposition beinhalten tendenziell leider vermehrt Unsicherheitsfaktoren, weil eine gewebliche Unterkieferhaltung übertragen wird. Auch in diesem Fall kann man jedoch durch entsprechendes Vorgehen gute Ergebnisse erreichen.

Anzeichen einer fehlerhaften statischen Okklusion

– bei bezahnten Patienten:

- Zahnlockerungen
- Triangulationen/Knochenabbau
- Myoarthropathie
- Verstärkte Abrasionen
- Bei Implantaten: Schraubenlockerungen

– bei Totalprothesenträgern

- Flächige Druckstellen
- Mangelhafter Prothesenhalt
- Prothesen verrutschen beim Kieferschluss
- Patient kann schlecht essen
- Mundtrockenheit, „Brennen" der Schleimhaut

Informationen über Implantatprothetik standen im Vordergrund

PATIENTEN

von Alexandra Lehr

Mit Spannung und zum Teil im Vorfeld kontrovers diskutiert, endete der 1. Patienteninfotag am 26. Juni 2004 bei Deinhard. Über 50 interessierte Bürger konnten sich informieren über: Die Folgen von Zahnverlust im MKG-Bereich, Behandlungsmöglichkeiten beim Verlust eines Zahnes oder mehrerer Zähne, Behandlungsmöglichkeiten bei totaler Zahnlosigkeit.

Unserem Geschäftsführer, Herrn Alois C. Lubberich, war in der Moderation besonders wichtig, auf die besondere Stellung des Zahnarztes als sogenannten „Architekten" der prothetischen Lösung, sprich „neuer, schöner Zähne", hinzuweisen.

Herr Alois C. Lubberich moderierte die Veranstaltung.

Anschaulich beschrieb er den Unterschied zwischen Spezialisten, wie z. B. Kieferorthopäden, Kieferchirurgen, und dem prothetisch tätigen Zahnarzt, der Implantologie im Überweisermodell anbieten kann, oder aber diese als Schwerpunkt seiner eigenen Praxistätigkeit betreibt.

Dann folgte der patientenfreundliche Vortrag von Mund-, Kiefer- und Gesichtschirurg Dr. Dr. Stephan Wolf aus Lahnstein. Er hob besonders die durch implantatgetragenen Zahnersatz steigende Lebensqualität hervor. Aber auch das sensible Thema Kosten wurde für den Patienten übersichtlich dargestellt. Anwesende Lubberich-Kunden bereicherten den Info-Tag, in dem sie die spezielle Fragen der Bürger rund um das Thema Implantologie beantworten.

Eine gelungene erste Veranstaltung, die sicher Erfahrungen und Anregungen für weitere gemeinsame Darstellungsmöglichkeiten von Zahnarzt, externer Kompetenz und Labor in den unterschiedlichsten Ausgestaltungen bietet. Sie wollen einen eigenen Info-Tag für Ihre Patienten?

Für Ihre individuelle Veranstaltung steht Ihnen unter (02 61) 1 66 35 oder info@lubberich.de unser Leitungsteam gerne zur Verfügung.

Die Patienten zeigten großes Interesse an dargestellter Implantattechnik auf den Schaumodellen.

Wunderschönes Ambiente in der Kongresshalle der Sektkellerei Deinhard

INFOTAGE *bei Deinhard*

Lubberich Kunden, wie zum Beispiel Dr. Christoph Görg aus Höhr-Grenzhausen und...

... Dr. Roman Sattelberg aus Koblenz (Mitte) und Ztm. Manfred Schwamm, Labor Lubberich (links) unterstützten tatkräftig den Patienteninfotag.

Referent Dr. Dr. Wolf aus Lahnstein hielt den Fachvortrag

EXKLUSIV FÜR UNSERE KUNDEN!

Veranstaltungstipp!

TIPP!

16.10.2004, 10–16 Uhr

Gemeiname Werbung – geht das?

Erstklassige Referenten werden über das Potenzial sprechen, das in engen Kooperationen zwischen guten Partnern steckt. Freuen Sie sich auf interessante Vorträge:

- Herr Prof. Dr. Gerhard F. Riegl wird zum Thema „Modernes Praxismanagement – Vorteile aus Kooperationen" sprechen
- Rainer Linnig, Geschäftsführer der Werbeagentur Linnig Partners commerce communications, zeigt partnerschaftliche Zukunftsvisionen zwischen einem gewerblichen Labor und dem Zahnarzt auf
- Round Table Diskussion – Kooperationen und ihre Vorteile für die Beteiligten:
- Moderation:
  Frau Dorothee Holsten (Medien)
- Teilnehmer:
  Dr. Andreas M.Bouveret (Beratung), Dr. Karl Heinz Kimmel (Wissenschaft), Alois C. Lubberich (Labor), Reiner Thomas Industrie/Handel), ZA Erik Vergoossen (Praxis)
- Pater Athanasius Wolff, Benediktinerabtei Maria Laach, wird abschließend mit seinem Vortrag „Kommunikation als Grundlage für erfolgreiche Systempartnerschaften" motivieren.

- Zeitrahmen: 10–16 Uhr, inklusive Mittags- und Kaffeepause
- Veranstaltungsort:
  Lubberich Dental-Labor,
  Bahnhofstr. 24–26,
  56068 Koblernz

Gesundheit *und* Lebensqu

Megat

von Herbert Prange

In einer Studie zur Zukunft im Gesundheitswesen hat Roland Berger Consulting bereits 1999 auf den jetzigen Wandel hingewiesen. Die wesentlichste Erkenntnis ist dabei: Ärzte und ihre Dienstleister müssen sich zu völlig neuartigen Allianzen zusammen finden.

Herbert Prange, Leiter des Institut Lüneburg für Management im Gesundheitswesen

Inzwischen sind fünf Jahre vergangen – und tatsächlich sind die Beziehungen zwischen Laborunternehmen und den Zahnärzten angesichts der zunehmenden Marktorientierung substantiell neu definiert worden. Das Kassensystem der Vergangenheit hat die Gleichheit beschworen: Ähnliche Leistungen zu ähnlichen Preisen mit ähnlich qualifizierten Mitarbeitern und ähnlicher Ausstattung. Niemand sollte herausragen. Diese Zeiten gehen dem Ende entgegen. Einzigartigkeit des Leistungsspektrums, der Personen, der Produkte, des Service und der Ausstattung – das wird die Zukunft sein. Personal brand power ist die Herausforderung, vor der die Medizinerbranche steht.

Die Zukunft der Zusammenarbeit zwischen Labor und Zahnarzt verlangt eine deutliche Fokussierung auf die Synthese von höchster Fachqualität und innovativem Produkt- und Managementservice. Labore, die ihren Kunden herausragend prothetische Arbeiten liefern, erfüllen die fundamentale Kundenerwartung des Zahnarztes. Allerdings bedienen sie nicht jene notwendigen Serviceleistungen, die der gesellschaftliche Entwicklungsrahmen, das ökonomische Umfeld verlangen. Ärzte und Zahnärzte benötigen Partner, die in der Lage sind, gesellschaftliche Trends, ökonomische Entwicklungen, Wertewandel und Entscheidungsverhalten zu erkennen und sie nutzbringend als Produktpalette und Servicepaket anzubieten. Das Labor wird zum Erfolgspartner des Zahnarztes, sein Praxiscoach.

Der Megamarkt Gesundheit und Lebensqualität

Generell sind sich alle Analysten und Trendexperten einig: Der Megamarkt der nächsten 40 Jahre heißt Gesundheit und Lebensqualität. Dies trifft sowohl für den amerikanischen Kontinent wie auch für Europa zu. Zu dieser Einschätzung kommen die US-amerikanische Popcorn-Report-Gruppe und der in Europa führende Trendforscher Matthias Horx in geradezu symbiotischer Weise. Beide betonen, dass die größten wirtschaftlichen Impulse aus dem Gesundheitssektor heraus gegeben werden. Dabei liege die eigentliche Dynamik im Wandel des Gesundheitsbegriffes. Gesundheit würde, so schreibt die Horx-Mitarbeiterin Corinna Mühlhausen, vom Krankheitsbegriff entkoppelt. Es gehe nicht mehr darum, Krankheiten in den Griff zu bekommen, Siechtum und Verkalkung hinaus zu zögern, sich mit Pillen, Drogen und Säften von Schmerzen zu befreien und Zerfalls-

ends richtig nutzen, die Allianzen neu aufsetzen

alität

erscheinungen zu bekämpfen. Der neue Gesundheitsbegriff bezeichnet eine neue Lebensart, er enthält Werte wie Glück, Aktivität, Optimismus, Harmonie und Fitness. Gesundheit ist nicht mehr an Krankheit gekoppelt, sondern wird als Inbegriff von Lebensqualität gesehen.

Der Megamarkt Gesundheit umfasst alles, was wir uns unter Lebensqualität vorstellen können. Deshalb wird er alle Bereiche des Lebens in seinen Bann ziehen. Automobilbau, Stadtplanung und sogar politische Entscheidungen haben in den letzten Jahren eine Ahnung davon erfahren, in welche Richtung wir Europäer und Deutsche gehen. Die Empörung über Rinderwahn, Rußpartikel und giftige Substanzen in Haarwaschmitteln, die Suche nach mehr Natur und Nährstoffen, nach individuellen Lebensberatungen sind nur der Anfang. Sicher ankommen, die Anreise genießen, strahlend und voller Energie die Freunde begrüßen, Gelassenheit und Herzlichkeit ausstrahlen – das sind Bilder für den Markt der Zukunft. Die Zeiten des Protzens und Klotzens sind vorbei. Die Villa als Statussymbol, die S-Klasse und sogar die Segelyacht können nur noch wenige wirklich beeindrucken. Anerkennung findet derjenige, der eine positive Ausstrahlung hat, andere in den Bann ziehen kann und Sympathie verbreitet – unabhängig von seinem Umfeld. Im Zentrum steht die Person. Die beiden Forscher David Blanchflower und Andrew Oswald konnten nachweisen, dass Geld nicht mehr Glück beschert. Die Befragung von 16.000 Personen hat allerdings ebenfalls bestätigt, dass finanzielle Unabhängigkeit die Grundlage für Lebensqualität ist. Als Beruhigung für all jene, die immer noch verklärten Magazinmeldungen nachhängen, konnten sie auch nachweisen, dass ein Porschebesitzer nicht mehr Sex als ein rasanter Polofahrer hat – im Durchschnitt zwei bis drei Mal im Monat. Aber zurück zum Thema.

Die Babyboomer als Motoren der Gesellschaft

Wie kann dieser Megatrend Gesundheit und Lebensqualität entstehen, wo liegen seine Wurzeln, wer sind diejenigen, die Megatrends dieser Art ins Rollen bringen?
Letztlich kommt diese Entwicklung nicht überraschend, sondern hat sich bereits vor 40 Jahren angedeutet. Denn die Wirtschaftmotoren, Trendsetter und Meinungsmacher von heute sind die gleichen wie damals. Sie werden Babyboomer genannt und haben schon im zarten Windelalter ganze Wirtschaftszweige beeinflusst. Babyboomer sind diejenigen unter uns, die zwischen 1946 und 1964 geboren wurden. Sie bilden die stärkste homogene Gruppe in unserer Gesellschaft und haben derzeit einen Anteil von knapp 25 Prozent der Gesamtbevölkerung. Sie sind die stärkste Nachfragegruppe. Babyboomer sorgten für volle Kassen bei Milupa, Pampers, Barbiepuppen-Fabrikanten und Lassie-Produzenten. Als sie Jugendliche waren, verhalfen sie dem dahin siechenden Rock´n Roll zum Durchbruch. Ohne Babyboomer würde es weder Beatles, Sting oder Bob Dylon geben. Nur weil diese Gruppe dermaßen groß ist, konnte der Protest der 68er überhaupt Resonanz erzeugen und die Öko-Welle anschieben. Dann wollten die Babyboomer endlich ihre Familie gründen, ein Nest bauen, der Bauboom setzte ein, der Protest versiegte. Architekten waren plötzlich Mangelware, das Handwerk erlebte eine Blütezeit mit höchster Anerkennung. Babyboomer haben dem Mittelstand die steile Bergfahrt ermöglicht, Jeans und Joop übrigens ebenfalls. Babyboomer sorgten für Vollbeschäftigung und pralle Sozialkassen, Zahnersatz wurde dank der tatkräftigen arbeitswütigen Babyboomer eine 90-Prozent-Kassenleistung.

Die Babyboomer sind jetzt um die 50 Jahre alt und verlangen völlig neue Konzepte in allen Lebensbereichen. Der Zukunftsforscher Andreas Reiter sagt: „Tatsache ist: Wir werden immer älter. Künftig wird die Generation der 50plus als größte Bevölkerungsgruppe eindeutig die Spielregeln der Gesellschaft diktieren". Das Älterwerden solle selbst bestimmter verlaufen. Das Zauberwort sei „successfull aging" oder „best age". Wir sind alt, „aber wir bleiben auch länger jung. Menschen fühlen sich heute generell 10 bis 15 Jahre jünger, als es ihrem biologischen Alter entspräche", schreibt

Gesundheit und Lebensqualität...

Herbert Prange leitet einen Workshop zum Thema „Erfolgreiche Praxisstrategien"

Reiter. „Langlebigkeit wird zur gesellschaftlichen Normalität. Sport wird von einer Domäne der Jüngeren zum Terrain der 50plus Generation. Muskelaufbau im Alter wird der nächste Mega-Markt" (Horx, S. 14). Die Real-Age-Philosophie setzt Trends: „Man kann mit 50 erst 35 Jahre alt sein, je nach Lebens- und Ernährungsstil, je nach Belastungen und Stressfaktoren. In wenigen Jahren werden sich 80Jährige wie 30 fühlen und Sport treiben wie junge Leute", sagt der US-amerikanische Medizinprofessor Philipp Lee Miller vom Longevity Institut.

Die 50plus-Generation, die Babyboomer sorgen erneut und immer wieder für Aufregung in Planungsbüros aller Branchen. Jetzt verlangen sie Wohnungen mit großen Wellness-Bädern, modische Kleidung für die gereifte Figur, größere Bedienelemente, andere Skilifte, andere Verkehrsleitsysteme, andere Züge, anderen Service und auch andere Ärzte.

Von hightech zu hightouch

Der Jugendwahn geht dem Ende entgegen, hightech wird durch hightouch ersetzt. Natürlich wird Hochtechnologie weiterhin forciert, doch sie wird zum normalen Lebensumfeld gehören und als Grundausstattung gesehen. Hightech verliert seine Faszination. An seine Stelle tritt Beziehungsmanagement – hightouch. Der direkte Kontakt, das vertrauliche Wort, das Interesse am ganzen Menschen. Sympathie wird zum Markenwort. Der Arzt ist nicht mehr nur derjenige, der Krankheiten reparieren können soll. Das wird vorausgesetzt. Der Babyboomer verlangt vom Mediziner, Spezialist für Primärprävention, für Beratung in Gesundheitsfragen und Themen zur Erhaltung der Lebensqualität zu sein.

Ein heute 50-Jähriger hat eine völlig andere Lebenserfahrung als der 80-Jährige. Er kennt keinen Krieg, sondern Wachstum, Zuverlässigkeit, schnelles Dazulernen, Fitness und Flexibilität. Service ist für den jetzt 50Jahre alten Babyboomer das Zauberwort in seinem ganzen Berufsleben gewesen. „Dein Kunde ist Dein Ein und Alles, stell Dich auf seine Erwartungen ein, biete ihm mehr an als er erwartet, sei immer einen Schritt weiter." So ist der Babyboomer erfolgreich gewesen. Das erwartet er jetzt von seinem Umfeld, von seinem Bäcker, Energielieferanten und auch von seinem Arzt und Zahnarzt.

Die 50plus-Generation wird sich nicht mit Brücken und Prothesen abfinden. Sie wird Prophylaxe, Implantate, ästhetische Zahnheilkunde in einem Umfang nachfragen, den die Mehrzahl der Zahnärzte überhaupt nicht ertragen kann. Gesundes Zahnfleisch, helle Zähne in geschlossener Reihe sind Sinnbild für Jugendlichkeit, Kraft und Leistungsfähigkeit. Schöne und gesunde Zähne avancieren nicht nur zum Statussymbol der 50plus, sondern werden insgesamt zum Sinnbild für best aging. Aber es geht weiter. Der Zahnarzt, der zwar Prophylaxe anbietet, aber keinen Service im Bereich Ernährung, Erhalt und Stärkung der Leistungsfähigkeit bietet, liegt unter Erwartungsniveau. Die Zahnarztpraxis von morgen stellt sich insgesamt auf den ganzen Menschen ein, sieht nicht nur das orale System, sondern dahinter den Verdauungstrakt, dahinter den Stoffwechsel und dahinter das Lebensgefühl, die körperliche und mentale Fitness. Einer Untersuchung zufolge werden Ärzte mit Fragen überfallen, denen sie fassungslos gegenüber stehen. Allein die Frage, wie ein Herzinfarkt verhindert werden kann, überfordert 90 Prozent aller Allgemeinmediziner.

Der Zahnarzt hat hier ein enormes Potenzial. Für ihn dürfte es ein müdes Lächeln bedeuten, wenn er gefragt wird, wie Karies verhindert werden kann. Immunabwehr stärken, zerstörerische Bakterien verhindern, Bleaching und Ernährungsberatung – das ist das Mindestmaß für die Prophylaxeabteilung von morgen. Aber der Babyboomer will vielleicht auch vom Zahnarzt mehr hightouch,

mehr Service, mehr Zuwendung zur ganzen Person. Unumgänglich ist der viel geschmähte und manchmal belächelte Praxisshop. Natürlich sollten dort nicht nur Zahnpflegeprodukte angeboten werden, sondern auch Nahrungsergänzungen zur Stabilisierung der Zellenergie, vielleicht auch toxinfreie Körper- und Gesichtpflegeprodukte. Die Zusammenarbeit mit Heilpraktikern, Orthopäden und Kieferorthopäden ist das Mindestmaß. Alles was über dieses Maß hinausgeht, erzeugt einen übermächtigen Sog. Denn im Megatrend Gesundheit ist ein weiterer Aspekt enthalten, der aus der Wellnesswelle hinübergespült wird. Der Wandel von der passiven zur aktiven Gesundheit. Ernährungsberatung und Kochkurse, Zahnpflege und am Abend ein Workshop zu richtiger Gesichtspflege sind heute noch neu, morgen aber schon ein Muss.

Veranstaltungstipp!

TIPP!

Wie bereite ich meine Zahnarztpraxis auf die kommenden Veränderungen vor?

Zu diesem Thema wird das ILM (Institut Lüneburg für Management im Gesundheitswesen) und Lubberich Dental-Labor Veranstaltungen und individuelle Workshops anbieten. Wir werden Sie wie immer rechtzeitig über Termine und Inhalte der Veranstaltungen ausführlich informieren.

Zielgruppenbesitz ist besser als Produktionsmittelbesitz

All diese Erkenntnisse führen zu einer neuartigen Allianz zwischen der Zahnarztpraxis und seinem Laborpartner. Das Labor unterstützt seinen Zahnarztpartner möglichst in allen Fragen, die seine medizinische Kernkompetenz umranken. Dies betrifft vor allem die Erkenntnis, dass Zielgruppenbesitz wichtiger ist als Produktionsmittelbesitz. Attraktivität ist besser als Produktivität. Das Labor wird dem Zahnarztpartner dabei behilflich sein, seine Praxis umfassend und glaubhaft auf die Zielgruppe der Babyboomer ein zu stellen. Es wird Seminare, Produkte und Service anbieten, durch den die Praxen über die Maßen attraktiv sind. Denn nur auf diese Weise sind Patienten bereit, gute Leistungen gut zu honorieren. Der Teufelskreis, mehr Leistung in kürzerer Zeit zu erbringen, die Erhöhung der Produktivität, wird so unterbrochen.

Zum unumgänglichen Service des Laborpartners gehört es auch, dem Zahnarzt bei der strategischen Planung behilflich zu sein. Workshops, in denen Entwicklungsanalysen vorgenommen werden, gehören schon bald zum Standard. Den Zahnarzt auf dem Weg zu einer hightouch-Praxis zu begleiten, ihn als Partner für Lebensqualität und Gesundheit zu positionieren wird eine wichtige Aufgabe für professionelle Laborpartner sein. Das Labor wird maßgeschneiderte Marketingstrategien betreuen, den Praxisshop organisieren, Zahnärzten und Mitarbeiterinnen anspruchsvolle und die für sie richtigen Weiterbildungen und insgesamt ein umfangreiches Management-Service-Paket anbieten.

Die Neuartigkeit der Allianz zwischen Zahnärzten und Labor wird dazu führen, dass der gesamte zahnmedizinische Bereich professionalisiert und marktorientiert aufgebaut wird. Nur so kann er Teil des Megatrends „Gesundheit und Lebensqualität" sein. Praxen und Labore, die diesen Trendbedürfnissen nicht nachkommen, werden im allgemeinen Angebot mitschwimmen, jedoch die Möglichkeiten nicht nutzen. Sie werden den darin enthaltenen Erfolg nicht ernten.

Das Kernbedürfnis der Zielgruppe Babyboomer lautet Lebensqualität, der Kernnutzen für die Anbieter wird Lebensqualität sein. Die neue Allianz zwischen Zahnärzten und Laboren führt bei allen Beteiligten zu mehr Leistungsqualität bei gleichzeitig erhöhter Lebensqualität. Beste Arbeit in weniger Zeit mit hohem Ertrag mit entspannten, leistungsfähigen und optimistischen Mitarbeiterinnen. Mit engagierten Partnern, mit Zeit für Entspannung, Anregung und Weiterbildung über den Tellerrand, für Austausch und Entwicklung. So werden Zahnärzte zur Marke und können ihre personal brand power aufbauen.

KONTAKTADRESSE

> ILM
Institut Lüneburg für Management im Gesundheitswesen
Am Försterholz 2
21401 Thomasburg
Tel.: 05859-970 832
Fax: 05859-970 833

mail: info@ilm-lueneburg.de
www.ilm-lueneburg.de

Ihre Zahnarztpraxis
Informationen für die Patienten unserer Zahnarztpraxis.
Ausgabe 1/2004
EDITORIAL

Im Interesse des Patienten

Die erste Patientenzeitung einer Partnerpraxis von Lubberich Dental-Labor

von Daniela Wendt

Hier möchten wir Ihnen eine Zahnarztpraxis vorstellen, die seit einiger Zeit durch ein Informationsblatt für den Patienten eine Vertrauensbasis aufbaut.
Zahnarzt Frank U. Eckelmann betreibt seine Praxis seit 1992 in Ingelheim. Mit 4 MitarbeiterInnen und viel Teamgeist deckt die Praxis das gesamte Spektrum der modernen Zahnheilkunde ab. Die Praxisschwerpunkte sind die professionelle Zahnreinigung und, in enger Zusammenarbeit mit Lubberich Dental-Labor, die hochwertige Prothetik. Der Bereich der Implantologie ist im Aufbau, und wird konsequent erweitert.

Der Informationsbedarf heutiger Patienten in einer Zahnarztpraxis ist so groß wie nie zuvor. Unsicherheit und Verwirrung, vor allem durch die Medien, sorgen dafür, dass es immer wichtiger wird, die Flut der Informationen patientengerecht aufzubereiten um das Vertrauensverhältnis Patient-Zahnarzt zu unterfüttern.

SZ: Worin besteht das Konzept Ihrer „Praxisinformation"?
ZA Frank U. Eckelmann: Der große Unterschied zu der herkömmlichen Broschüre für Patienten besteht darin, dass wir nicht nur das Praxisteam vorstellen, sondern dem Patienten Informationen an die Hand geben, die ihm ein Verständnis für unsere Arbeit vermitteln soll. Ich erläutere z.B. die Behandlung bei der Versorgung durch Implantate oder die „Steuersparmöglichkeit" bei außergewöhnlichen Belastungen durch Zahnarztbehandlung. Ich möchte ihnen helfen, durch das Gewirr des Gesundheitssystems zu blicken, um sich in diesem besser zurecht zu finden.
SZ: Welches Ziel verfolgen Sie mit Ihrem Informationsblatt?
ZA Frank U. Eckelmann: Ich möchte meine Patienten informieren. Alternative Therapieformen und verschiedene Behandlungskonzepte aufzeigen. Durch eine objektive Darstellung wird Vertrauen aufgebaut, das ermutigt Patienten sich bei uns sich behandeln zu lassen. Diese Informationen bekommt der Patient von „seinem" Zahnarzt und gibt sie auch oft im Bekanntenkreis weiter. So versuche ich genau die Personen zu erreichen, die meine Philosophie und meinen Anspruch teilen.

SZ-Redakteurin Daniela Wendt im Gespräch mit ZA Frank U. Eckelmann

SZ: Wie hoch ist der Zeitaufwand für Ihre Patienteninformation?
ZA Frank U. Eckelmann: Das Informationsblatt erscheint 4mal im Jahr. Die Themen stammen aus aktuellen Anlässen und Nachfragen. Ich schreibe sie in meiner Freizeit und drucke sie selber aus. Der Zeitaufwand hält sich in Grenzen und meine Patienten nehmen das Praxisblatt gerne an.
SZ: Wie ist die Reaktion der Patienten?
ZA Frank U. Eckelmann: Die große Nachfrage zu aktuellen Themen bestätigt mir, dass ich die Aufmerksamkeit meiner Patienten gewonnen habe. Der Ball ist so ins Rollen gekommen. Mir wird natürlich ständige Flexibilität abverlangt, was die Aktualität der Themen angeht, aber ich denke, das ist bei Ihnen nicht anders.
SZ: Vielen Dank für dieses Gespräch.

§ 33 EstG

Mit Zahnersatz Steuern sparen?!

Zahnersatz wird immer mehr zu einer „außergewöhnlichen Belastung" für Ihre Patienten.

von Andreas Moser

Daran haben natürlich neben Ihrem Honorar auch die Laborkosten einen erheblichen Anteil. Grund genug für uns, dieses Thema für unsere Kunden und deren Patienten zu bearbeiten. Durch eine Patienteninformation (im weiteren Sinne eine Patientenzeitung!) unserer Partnerpraxis ZA Frank U. Eckelmann aus Ingelheim, sind wir auf die Idee gekommen, diese Informationen auch allen anderen Zahnärzten nutzbar zu machen.
Dabei konnten wir bei der Aufbereitung der Thematik auf fundierte Unterstützung zurückgreifen: Unser Steuerberater Herr Bernd Röser von Verhülsdonk & Partner, Steuerberatungsgesellschaft am Mittelrhein GmbH in Andernach stellte im Gespräch mit SZ-Redakteur Andreas Moser folgende Überlegungen an:

KONTAKTADRESSE

> Verhülsdonk & Partner
Steuerberatungsgesellschaft
am Mittelrhein GmbH

Rennweg 83
56626 Andernach
Tel.: (02632) 47624 -25
E-Mail:
andernach@verhuelsdonk.de

SZ: Können Patienten mit Zahnersatz Steuern sparen?
Herr Röser: Jeder, der Einkommensteuer zahlt oder Lohnsteuer einbehalten bekommt, kann den Eigenanteil bei seiner Einkommensteuererklärung geltend machen. (Seite 4, Zeile 117 der Einkommensteuererklärung)
SZ: Macht es Sinn mehrere Behandlungen in ein Jahr zu legen, und die Belastung somit zu „erhöhen"?
Herr Röser: Dies ist sinnvoll, da die sogenannte „zumutbare Belastung", d. h. der Betrag der steuerlich wirkungslos bleibt, nur einmal abgezogen wird. Ein Beispiel: 3% von 40.000 EUR Gesamtbetrag der Einkünfte bedeuten 1.200 EUR„zumutbare Belastung". Könnten sie dieses Jahr 2.500 EUR Eigenanteil zahlen, bleiben 1.300 EUR die in Ansatz gebracht werden würden. Teilen sie den Betrag auf 1.500 EUR in diesem Jahr und 1.000 EUR im nächsten Jahr, könnten sie nur in diesem Jahr 300 EUR ansetzen. Im nächsten Jahr nichts, weil Sie unter der zumutbaren Belastung bleiben würden.
SZ: Kann man verschiedene Zahnarztrechnungen in einem Jahr zusammenfassen?
Herr Röser: Sie können alle Eigenleistungen, die sie in einem Jahr für Krankheit aufwenden, zusammenfassen. Dazu gehören neben dem Eigenanteil an Zahnersatzkosten auch alle anderen Beträge, die sie aus Ihrer eigenen Tasche für Arztbesuche zahlen, wie zum Beispiel Praxisgebühr und Medikamentenzuzahlungen in der Apotheke. Beachten Sie aber bitte, dass sie jede Zahlung durch einen Beleg oder eine Quittung nachweisen können. Auf ein Jahr gesehen können da unter Umständen die Voraussetzung für eine Erstattung im Folgejahr sehr schnell erreicht werden.
SZ: Vielen Dank für das Gespräch.

Steuerberater Dipl.-Kfm. Bernd Röser

Auf der Rückseite dieser Seite finden Sie Eine Kopiervorlage, die Sie bei Ihrer Beratung argumentativ unterstützen kann. Ebenso können Sie diese Information Ihren Patienten als Anhang zu Ihren Patientenunterlagen/Therapieplan mitgeben.
Unseren Kunden stellen wir dieses Dokument auf Anfrage mit individuellem Praxislogo zur Verfügung.
Bei Interesse können Sie diesen Wunsch an Herrn Moser weiterleiten (Tel. 0261-16635 oder per Mail unter technik@lubberich.de).
Sie erhalten diese Datei umgehend per Mail.

Bitte hier abtrennen!

PATIENTEN *Information*

STEUERRECHT

Ihre Zahnarztpraxis:

und Ihr Dental Labor:

...informieren Sie, wie Sie Ihren Eigenanteil an den Gesamtkosten der Zahnbehandlung steuerlich ansetzen und somit Steuern sparen.

Bestimmte Aufwendungen bei Krankheit können steuerlich einkommensmindernd berücksichtigt werden. Das beschreibt der § 33 des Einkommensteuergesetzes (EstG).

Dazu gehört auch der Eigenkapitalanteil bei der Zahnbehandlung. Die steuerlich geltende und so genannte „außergewöhnliche Belastung" wird prozentual vom Gesamtbetrag der Einkünfte berechnet.

Bei der jährlichen Einkommensteuererklärung sollten entstandene Zahnbehandlungskosten angegeben werden. Dadurch kann sich der Steuerbetrag verringern.
Ob sich Ihr Eigenanteil steuermindernd auswirkt, entnehmen Sie bitte dieser Tabelle.

Gesamtbetrag der Jahres-Einkünfte (alle Angaben in EUR)	20.000,–	40.000,–	60.000,–
	Steuer	Steuer	Steuer
ledig	2.797,86	0,–	0,–
außergewöhnliche Belastung von 2.000,– EUR geltend gemacht	2.566,81	0,–	0,–
Ersparnis	**–231,05**	**0,–**	**0,–**
ledig	2.797,86	9.874,80	0,–.
außergewöhnliche Belastung von 3.000,– EUR geltend gemacht	2.277,74	9.623,71	0,–
Ersparnis	**–520,12**	**251,09**	**0,–**
verheiratet	0,–	5.595,72	0,–
außergewöhnliche Belastung von 3.000,– EUR geltend gemacht	0,–	5.321,42	0,–
Ersparnis	**0,–**	**–274,30**	**0,–**
verheiratet 1. Kind	0,–	5.509,92	0,–
außergewöhnliche Belastung von 2.000,– EUR geltend gemacht	0,–	5.278,59	0,–
Ersparnis	**0,–**	**–231,33**	**0,–**
verheiratet 1. Kind	0,–	5.509,92	11.933,80
außergewöhnliche Belastung von 3.000,– EUR geltend gemacht	0,–	4.986,18	11.716,47
Ersparnis	**0,–**	**–523,74**	**–217,33**
verheiratet 2. Kind	0,–	5.367,20	0,–
außergewöhnliche Belastung von 2.000,– EUR geltend gemacht	0,–	5.108,40	0,–
Ersparnis	**0,–**	**–258,80**	**0,–**
verheiratet 2. Kind	0,–	5.367,20	11.834,25
außergewöhnliche Belastung von 3.000,– EUR geltend gemacht	0,–	4.806,00	11.618,68
Ersparnis	**0,–**	**–561,20**	**–215,57**

Wie empfehlen Ihnen, sich zusätzlich beim Steuerberater, einem Lohnsteuerhilfeverein oder dem Finanzamt beraten zu lassen.
Stand Steuerrecht 5/2004.

Bitte hier abtrennen!

Mit 150 durch die Altstadt

Geht nicht – gibt's nicht.

Unter diesem Motto ging es am 11. Juni los zum 2. Koblenzer Firmenlauf. Diesmal hatte sich eine 11-köpfige LD-Gruppe dazu entschlossen, das Wagnis auf sich zu nehmen. Die Strecke von 5 Kilometern war das Ziel.

von Michael May

Hochmotiviertes Team zum Fotoshooting vor der Osteria Novecento am Münzplatz

Die Hälfte war bereits geschafft: Martina Falkner und Heribert Roth

Im Vorfeld wurde viel geredet und überredet, da sich nicht jeder sicher war, ob er die Strecke schafft. Doch der Entschluss, alle gemeinsam durchs Ziel zu laufen, ließ auch die letzten Ängste verschwinden.
Der Tag der Entscheidung rückte näher und der Adrenalinspiegel stieg. Eine Stunde vor dem Start trafen sich alle Aktiven im Foyer des Labors. Das eigens dafür entworfene Laufshirt wie auch die Startnummern wurden verteilt. Der Veranstalter hatte wirklich profihafte Rahmenbedingungen geschaffen.

Mehr als 2.000 Läufer starten am Münzplatz

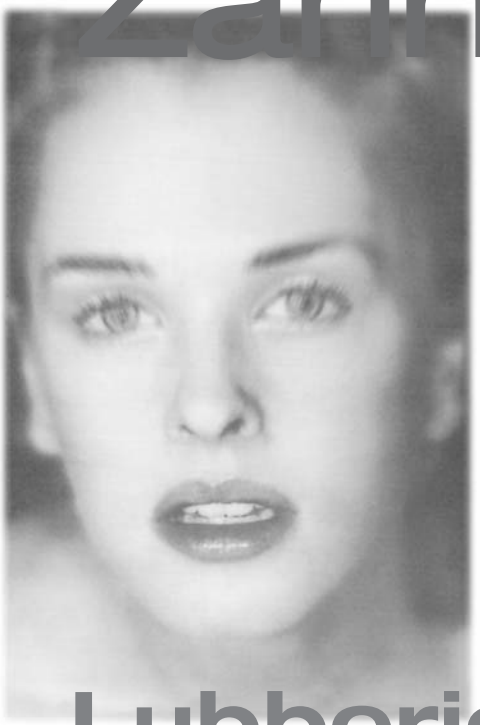
Schnell noch ein paar Fotos und los ging's zum Münzplatz. Um 18:00 fiel dann der Startschuss und wir reihten uns in die über 2000 Läufer ein. Die Strecke, beginnend am Münzplatz, ging durch die Altstadt runter an die Mosel, hin zum Deutschen Eck und an der Rheinpromenade hinauf bis zum Wendepunkt Höhe Pretzers Biergarten. Hier wurden die ersten Vorschläge laut, vielleicht ein schnelles Radler im Vorbeimarsch zu trinken, aber die Gruppendynamik trieb uns weiter. „Wie weit ist es noch" oder „Was mach' ich eigentlich bei Seitenstechen" wurde im 150er Puls querdiskutiert. Vorbei am Schloss ging es dann, angetrieben durch tosenden Applaus der Zuschauer zurück durch die Altstadt. Der Zieleinlauf- nur noch ein Katzensprung.
Geschafft!! Alle hatten das Ziel erreicht und wir wurden vom Coach Alois L. (Getränkewart) schon mit gekühlten Getränken erwartet. Prickelndes isotonisches Nass in verkorkten Flaschen gleichten, neben Wasser, unseren Flüssigkeitshaushalt wieder aus. Hier wurde schnell klar, dass die After Running Party länger dauert als der Lauf an sich. Die verzerrten Gesichter glätteten sich nach kurzer Zeit und der „Gruppensieg" wurde ausgiebig gefeiert.
Das nebenbei noch das Altstadtfest lief gab dem ganzen Unternehmen für den ein oder anderen eine nachhaltige Erinnerung.
Fakt ist – im nächsten Jahr sind wir wieder dadei.

Der Spass stand im Vordergrund: Andreas Moser, Mona Bohmhammel, und Markus Kinzinger (v.l.n.r.)

Geschafft, die Lubberichmitarbeiter konnten einen Teamerfolg feiern: Steffi Koc, Sarafina Plaszanic, Heribert Roth, Martina Falkner, Mona Bohmhammel, Michael May, Andreas Moser und Markus Kinzinger (von l.n.r.)

Die Siegeslaune blieb bei Martina Falkner, Antje Kuschke und Steffi Koc trotz heftigem Regen ungetrübt

schöne Zähne®



Lubberich
Dental-Labor

Wir sind ein Leistungsteam mit einem marktführenden Qualitätsanspruch.

Unser Ziel ist Zahnarztpraxen durch Synergien als Dienstleister zu unterstützen.

Unser Unternehmen strebt im Veränderungsprozess adäquate Partnerschaften an.

Herausgeber:
Lubberich Dental-Labor

verantwortlich:
Herr Ztm. Andreas Moser
a.m@lubberich.de

Redaktionsanschrift:
Lubberich Dental-Labor, Redaktion „Schöne Zähne", Bahnhofstr. 24–26, 56068 Koblenz, Tel. **0261/16635** oder 0261/37543
Für die Inhalte von „Schöne Zähne" sind ausschließlich Mitarbeiter des Dental-Labor Lubberich verantwortlich. Vervielfältigung und Veröffentlichung, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung von „Schöne Zähne".

Redaktionsteam:
Daniela Wendt; Christine Feldhege; Alexandra Lehr und Andreas Moser.
redaktion@lubberich.de

Gestaltung:
Partout Medienservice, Nassau
info@partout.net