

das

# dental labor

Internationales Fachblatt  
für die gesamte  
Zahntechnik  
und ihre Randgebiete

## Lachen bringt Erfolg

DeguDent-Marketing-Kongress in Frankfurt am Main ab Seite 331

## Tipps für Köln

Vorschau auf die Internationale Dental-Schau ab Seite 334

## Presskeramische Variationen

Entwicklung keramischer Systeme ab Seite 369

# 3

www.dlonline.de  
März 2005 · 53. Jahrgang

Kooperation von Labor und Industrie

## Digitale Zahnfarben

Das Berliner Zahnlabor „Thomas Paul Zahntechnik“ hat sich sehr früh mit den Möglichkeiten der elektronischen Zahnfarbbestimmung auseinander gesetzt. Seit Januar 2004 ist das Farbbestimmungsgerät Vita Easyshade dort im Einsatz.

Indizes:  
Digitale Zahnfarben  
Easyshade  
Farbnahme  
Zahnfarbbestimmung

Das Interesse an einer exakten elektronischen Farbmessung war bei Thomas Paul von Anfang an groß. In engem Austausch mit der Vita Entwicklungsabteilung, wo Easyshade unter der Leitung von Dr. Markus Vollmann zur Serienreife gebracht wurde, begleitete das Team um Thomas Paul den Entwicklungsfortschritt.

Der entscheidende Vorteil der elektronischen Farbnahme liegt seiner Meinung nach in der Objektivierung des individuellen Farbeindrucks, nahezu unabhängig von den Lichtbedingungen. Das Risiko von Reklamationen und den damit verbundenen Wiederholungen wird minimiert, die Wertschöpfung erhöht sich. Zudem kann die Farbnahme delegiert werden, da die Handhabung von Vita Easyshade sehr einfach ist.

### Kundenbindung

„Weil wir das System aktiv als Serviceleistung für unsere Kunden einsetzen, schaffen wir zusätzliche Kundenbindung“, betont Laborinhaber Thomas Paul.



Abb. 2. Digitale Farbbestimmung mit Vita Easyshade



Abb. 1. Konventionelle Zahnfarbbestimmung mit Vitapan 3D Master

„Marketing und Service werden in Zukunft eine noch viel größere Rolle spielen“, sind sich Thomas Paul und sein Mitarbeiter Udo Adolphy einig und fügen gleich an: „Der Patient als umworbener Kunde wird definitiv an Bedeutung gewinnen.“

An dieser Stelle wird der „alte Hase“ dann auch ganz deutlich: „Hier erwarten wir künftig von der Industrie noch mehr und noch intensivere Unterstützung. Sie müssen uns helfen, die Schnittstelle zum Patienten durch Werbemaßnahmen und Öffentlichkeitsarbeit zu schließen.“ Das gilt für den Profi Thomas Paul umso mehr vor dem Hintergrund eines sich grundlegend wandelnden Gesundheitsmarktes. Eigenbeteiligung und Zusatzleistungen nehmen mit der vielbeschworenen Eigenverantwortung des Patienten zu. Gleichzeitig wird der Patient damit aber auch kritischer und vor allem anspruchsvoller. Er schaut sich sehr genau an, was er bekomme fürs Geld, gibt Thomas Paul zu verstehen. „Service und Patientenberatung sind jedoch der Schlüssel, um Zusatzleistungen zu verkaufen.

Was eben aktives Marketing erforderlich macht.“ Thomas Paul Zahntechnik zeigt sich hier bestens aufgestellt. Eigenes Infomaterial sowie ein eigener Internet-Auftritt sind schon seit vielen Jahren selbstverständlicher Standard in der Dillenburger Straße in Berlin.

### Digitaler Fortschritt

Mit rundum positiven Erfahrungen begrüßt das Labor jetzt die Markteinführung von Vita Easyshade. „Die Digitalisierung der Zahnfarbbestimmung stellt sich seit Jahren als die wesentliche Herausforderung von Forschung und Entwicklung dar. Mit Vita Easyshade zur Zahnfarbbestimmung ist es der Vita Zahnfabrik gelungen, dieses Problem in nahezu jeder Beziehung überzeugend zu lösen. Nicht zuletzt auch im Hinblick auf Preis und Leistung“, wie Thomas Paul abschließend bemerkt.

Praxisanschrift:  
Zahnarzt Christian D. Kolski  
Haselhorster Damm 15  
13599 Berlin