



... Sie sich für Signum
... rtglass entscheiden -
... n zwei Verblendwerk-
... von Heraeus Kulzer
... Sie immer die richtige

... wendung ist besonders
... n und wirtschaftlich,
... der Einkomponenten
... opaque kann für beide
... stoffe eingesetzt werden.
... m neuen Farbkonzept
... uch bei unterschied-
... Schichtstärken der
... e Farbeindruck erzielt.

Gründe für Ihre Wahl:
... sch bewährte Werk-
... echnologie für ästhe-
... n anspruchsvolle
... ungen

... nelle, sichere Farb-
... oduzierbarkeit mit
... m c & b opaque

... imale Verarbeitungs-
... nschaften bei metall-
... nicht metallgestützten
... kationen

**Dental
Partner
System**

**Heraeus
Kulzer**
Laboratory Products Division



In diesem Heft

Dr. Markus Th. Firla über
subtraktive Formkorrekturen **6-8**

Dr. El-Mahdy, Prof. Dr. Benz zu
Bleichbehandlungen in der Praxis:
Das Verlangen, der Natur
nachzuhelfen, ist groß **8-13**

5. Vivadent-Forum -
Füllungstherapie differenziert
betrachtet: Zahnschubstärken schonen
und Zeit gewinnen **13-16**

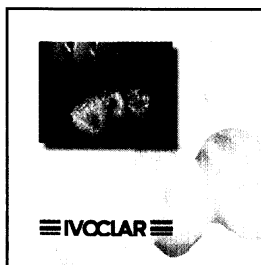
Prof. Dr. Nasser Barghi über
Erfolgsmaximierung bei Veneers:
Das Veneer nutzt die Farbe des
natürlichen Zahns als Basis **24**

Dr. A. Putignano über
Frontzahnrestaurationen:
Silikonmodell erleichtert die
Modellierung der Schichten **26**

Termine **51**

Herstellernachweis **50**

Impressum **51**



Unser Titelbild zeigt Versorgungen
aus *Empress 2*, Deutsche Ivoclar.

Beilagenhinweis

Ein Teil dieser Ausgabe enthält eine
Beilage der Firma
MediCare Ärztebedarf GmbH, Löhning,
sowie der Firma
Centradent Dentalhandelsbes. mbH,
Nordgermersleben.

Wir bitten unsere Leser um Beachtung!

Ästhetik – eine Selbstverständlichkeit

Zur Sache

Die ästhetische Zahnheilkunde hat sich – folgt man den Werbesängern aus der Dental-Industrie, den Zahntechnikerverbänden und selbst den zahnärztlichen Körperschaften – in den vergangenen Jahren zum Schlager in den Praxen entwickelt. Besonders dort, wo es darum geht, Leistungen anzubieten, die oberhalb des „Ausreichend-notwendig-Katalogs“ der Kassen stehen. Denken wir an die Mehrkostenvereinbarungen bei Inlays und Veneers, den Vollkeramik-Versorgungssystemen bis hin zur Keramikverblendung. Oberhalb der Richtliniengrenze steht Ästhetik neben der besonderen Haltbarkeit als Beratungsargument für die Inanspruchnahme durch den Patienten ganz oben an.

Ästhetik hat es eigentlich leicht, bei Deutschlands Zahnärzten und Patienten en vogue zu werden, denn über das Jahrzehnt von 1975 bis 1985 hinweg konnten eben „auf Kasse“ besonders bei Zahnersatz ästhetisch ansprechende Versorgung erbracht werden, ein Trend, der sich in der Phase steigender Zuzahlungen eher verstärkte – bis hin zur Mehrkostenregelung mit dem Verkaufsförderband „Ästhetik“.

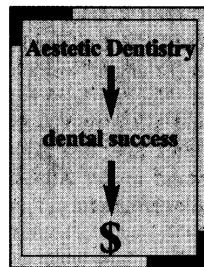
Ästhetische Zahnheilkunde folgt dem Anspruch in unserer Gesellschaft, die Menschen in Deutschland legen auf gutes Aussehen großen Wert. Man will es sich leisten, gut auszusehen. Die ästhetische Zahnheilkunde stellt aber auch einen hohen medizinischen Anspruch an Zahnarzt und Zahntechniker, zum Beispiel bei implantologischen Versorgungen im Spannungsfeld von Ästhetik und Hygienefähigkeit, bei der Gestaltung von Zahnersatz, der den Charakteristika der natürlichen Gebissform so nah wie möglich kommen soll, bei den Anforderungen an das Präparationsdesign bis hin zur Beachtung der Lachlinie und der regelmäßigen professionellen Zahnreinigung in der Praxis. Einige Beispiele und Anregungen dazu bietet dieses Spezial.

Herzlich lachen, Zähne zeigen zu können, steht beim Wunsch nach „Ästhetik“ für viele Patienten ganz oben an. So ist für eine kos-

metisch-ästhetische Zahnheilkunde in der Praxis die wichtigste Frage an den Patienten: „Sind Sie zufrieden mit Ihrem Aussehen, wenn Sie offen und herzlich lachen?“ Ästhetik in der Zahnarztpraxis hat also nicht nur medizinische, sondern immer mehr auch kosmetische Aspekte, die verwirklicht sein wollen, aber dennoch in der Verantwortung des Zahnarztes liegen sollten.

Dazu gehört das auch in Deutschland mehr und mehr um sich greifende Bleaching als Praxisleistung. In amerikanischen Fachveröffentlichungen heißt es, dass viele Praxen in den USA mit Bleaching mehr Geld verdienen als mit restaurativen Versorgungen – die Patienten sind oft bereits perfekt durchsaniert –, mehr als 85 Prozent aller Zahnarztpraxen bieten professionell Bleaching an. Warum? Weil sie als Zahnärzte auf die Marktbedingungen eingehen, nicht auf Kassenrichtlinien, und die bei den Patienten vorhandenen Wünsche aufgreifen. Nach Erhebungen möchten zum Beispiel 81 Prozent aller US-Amerikanerinnen gerne „weißere Zähne“ haben und würden Bleaching dafür nutzen.

So dürfen wir beim Thema ästhetische Zahnheilkunde eben auch das Thema Praxiserfolg nicht außer Acht lassen. Wir müssen lernen, offener über das Geld – da brauchen wir dann über Budgets nicht mehr zu jammern – zu reden. Dazu habe ich von einem US-Universitätsprofessor aus Los Angeles eine Vortragsfolie mitgebracht (siehe Abb.), die das deutlich zeigt: Ästhetik ist zahnärztlicher Erfolg, auch in der Kasse der Praxis.



Ihr

J. Pischel

Jürgen Pischel

