

Zahnersatz, der mitwächst

Kinderkronen aus keramikverstärktem Komposit

Dank verbesserter Zahnpflege haben Kinder in der Bundesrepublik immer weniger kariöse Zähne. Allerdings ist Karies nicht die einzige Krankheit, die zu Zahnläsionen führt. Immer häufiger diagnostizieren Zahnärzte bei Kindern eine Schmelzbildungsstörung, die sogenannte MIH, Molar-Inscor-Hypomineralisation. Die Zähne der Betroffenen erscheinen käsig-trüb und bröckeln beim Kauen ab.

Diese Zahnkrankheit tritt laut Alexander von Fehrenthel, Geschäftsführer der vFM Dentallabor GmbH, bei etwa 10 Prozent der Schulkinder auf. Die Ursache ist unbekannt, laut einer im *American Journal of Pathology* veröffentlichten Studie stört zum Beispiel der Zusatzstoff Bisphenol A die Mineralisation der Zähne von Rat-

ten. Für die Wissenschaft steht bisher fest, dass die befallenen Zähne nicht ausreichend mineralisiert sind. Zahnärzte können den betroffenen Kindern helfen, indem sie die befallenen Zähne mit Kronen versehen. Die Hamburger vFM Dentallabor GmbH hat ein neues Verfahren zur Herstellung von *KidCadCrowns*, neuarti-

gen Kinderzahnkronen, zum Patent angemeldet, das gegenüber den etablierten Verfahren diverse Vorteile hat: Herkömmliche Kronen bestehen aus Stahl oder Zirkoniumdioxid. Deren Härtegrad entspricht nicht dem des natürlichen Zahnschmelzes. Auf Dauer kann es mit diesen Materialien im Mund zu Fehlbelastungen der im Wachstum befindlichen Kiefergelenke kommen, „und natürlich spielen auch ästhetische Aspekte eine Rolle“, erklärt der Technische Betriebswirt Johann Philipp Loewe von vFM. Die Mitarbeiter des Dentallabors verwenden für die Kronen biokompatible, keramikverstärkte Komposite.

Bei den *KidCadCrowns* handelt es sich um Kinderkronen, die mit Spielpassung gefräst und aus bio-keramischem Hochleistungskomposit hergestellt werden. Sie entsprechen der Härte des natürlichen Zahnschmelzes und werden im Mund des Kindes in die richtige Form gebracht. Zum Konzept gehört neben dem Kronenmaterial auch ein dualhärtender Befestigungskomposit, der ohne Ätzen und Bonding auskommt. Nach dem Einsetzen der Kronen und der Aushärtung des Komposits könne die Wandung der Krone so weit ausgedünnt werden, dass die Standkraft durch das Komposit getragen werde. Wenn der Kiefer wächst, könne jederzeit weiteres Kronenmaterial aufgetragen werden, erklären die Hersteller.

Beim Einsetzen gelangt keine Säure in den Kindermund, das Schleifen und Einbringen der Kronen kann in einer Sitzung erfolgen. Nach der Abformung des kindlichen Kiefers (konventionell oder digital) kann der Zahnarzt beim vFM Dentallabor für jedes Kind die passenden Kronen auswählen und bestellen. Sets können hinsichtlich Form und Farbe individuell zusammengestellt werden. Das Hamburger Dentallabor stellt seine *KidCadCrowns* erstmals auf der 21. Jahrestagung der DGKiz vom 25. bis 27. September 2014 in Freiburg vor, weitere Informationen unter www.vfm-hamburg.de/kinderkronen. ■



Einheitlicher Verbund zwischen KidCadCrown und Zement



Digitaler Abdruck, eingescannter Kiefer, im Set erhältlicher individueller Sechsjahrmolar



Biokompatibles Material KidCadCrown versus Metallkrone

Indikationen, Systeme, Abrechnung

3. Kongress für Aligner Orthodontie und Wissenschaftspreis

Köln, den 21. und 22. November 2014: Die Deutsche Gesellschaft für Aligner Orthodontie e.V. (DGAO) freut sich auf den 3. Wissenschaftlichen Kongress in Köln. Erstmals wird es einen Parallelkongress für zahnmedizinische Fachangestellte geben. Darüber hinaus können Einzelpersonen und Forschungsgruppen bis zum 30. September 2014 sich um den mit insgesamt 14.000 Euro dotierten DGAO-Wissenschaftspreis bewerben. An zwei Tagen wird im Gürzenich der aktuelle

Stand der Aligner Orthodontie vorgestellt. Der erste Tag des Kongresses steht im Zeichen der digitalen Zukunft, wie der digitale Ablauf bei der Herstellung von Alignern, der Einsatz von Intraoral-scannern und die digitale Praxis. Der zweite Tag dreht sich um Innovationen, Möglichkeiten und Grenzen verschiedener Aligner-Systeme anhand klinischer Studien und Praxisbeispiele.

Der Förderpreis wird alle zwei Jahre von einem Kuratorium der DGAO verliehen. Prämiert wer-

den unveröffentlichte wissenschaftliche Arbeiten und Forschungsprojekte zur Aligner Orthodontie. Bewerben können sich Hochschulmitarbeiter und approbierte Zahnärzte. Interessierte bewerben sich bis zum 30. September 2014 bei der Geschäftsstelle der DGAO e.V., Stuttgart. Themen des Parallelkongresses für zahnmedizinische Fachangestellte sind Patientenempfang, Patientenbindung, Troubleshooting, Bleaching und Fotografie. Informationen unter www.dgao.com. ■

Exzellente Kundenkommunikation

Align Technology Inc. für Kampagne „Invisalign Smile“ ausgezeichnet

Soeben wurden in London die Gewinner der Communicé Awards bekannt gegeben. Das Unternehmen Align Technology Inc. wurde laut Pressemeldung als Gewinner in der Kategorie „Excellence in Integrated Digital Communications“ für die Invisalign-Kundenkampagne „Smile and the Whole World Smiles With You“ ausgezeichnet.

Bei der Laudatio wurde besonders hervorgehoben, dass es Align Technology Inc. gelungen sei, sich durch die erstmalige Konzentration auf den europäischen Markt ein großes Wachstumspotenzial für sein Geschäft mit *Invisalign* zu erschließen, heißt es in der Meldung weiter. Das Unternehmen wollte nach eigenen Angaben Kunden dazu ermutigen, sich nicht einfach mit Schönheitsfehlern abzufinden, und gleichzeitig die Bekanntheit seiner Marke erhöhen.

Die Strategie zielte darauf ab, mehr Kunden dazu zu bewegen, sich bei ihrem Zahnarzt nach *Invisalign*-Behandlungen zu erkundigen. Zu diesem Zweck wurde eine integrierte Kampagne entwickelt, um Personen mit Zahnproblemen anzusprechen und sie zu einer Behandlung mit *Invisalign* zu ermutigen. Die Smile-Kampagne konzentrierte sich auf wichtige europäische Märkte, wo eine Reihe verschiedener, zu festen Zeiten gesendeter Fernsehprogramme auf digitalen Kanälen durch folgende Maßnahmen unterstützt wurde: Digital Direct Response, bezahlte Werbeaktionen in sozialen Medien, Community-Activation-Programme in sozialen Medien, PPC sowie digitale Innovationen wie Zeebox in Großbritannien. Align Technology nutzt außerdem die neue Twitter-Card-Funktion zur Gewinnung potenzieller Kunden.

Die Kampagne war sehr erfolgreich, so das Unternehmen. So konnte unter anderem die Markenbekanntheit von *Invisalign* gesteigert und ein 30-



Das Gewinnerteam von Align Technology Inc.

prozentiger Zuwachs bei den Infokit-Downloads erzielt werden. Die Verbraucherkampagne hatte aufgrund der gestiegenen Zahl von *Invisalign*-Falleinreichungen einen positiven Effekt auf das gesamte Geschäftsziel.

Die Juroren stellten fest, dass „die schön gestaltete Kampagne aufzeigt, welche Möglichkeiten sich abseits üblicher medizinischer Verfahren bieten. Sie ist ein Musterbeispiel für die Integration von sorgfältig ausgewählten und geeigneten Kanälen und zeichnet sich durch eine starke digitale Ausrichtung aus. Die Kampagne berücksichtigt in hohem Maße die Entwicklungen, denen sich die Branche hinsichtlich Umfang und Vernetzung verschiedener Kommunikationskanäle öffnen muss.“

Sonya Link, Senior Consumer Marketing Manager für Align Technology EMEA: „Die Wettbewerbsbeiträge stammten von zahlreichen Unternehmen, Agenturen sowie britischen, anderen europäischen und sonstigen internationalen Berufsverbänden. Schließlich qualifizierten sich fünf Teilnehmer für das Finale in der Kategorie ‚Excellence in Communications‘: Astellas Pharma Europe, Boehringer Ingelheim, Godrej UK, World Hepatitis Alliance und Align Technology. Angesichts dieser starken Konkurrenz war unser Ergebnis bemerkenswert.“ ■