



## Wandel, Werben, Wundern

Diese Ausgabe der KIEFERORTHOPÄDIE erscheint rechtzeitig Ende März zur IDS, der größten internationalen Dentalmesse. Sie wird am Stand des Quintessenz Verlages ausliegen und zeigen, was Kieferorthopädie heute leisten kann – oder noch immer leistet.

Ja, es gibt sie noch, die Verlage – und gedruckte Artikel mit Bildern, Kommentaren und der klassischen Struktur: Einleitung, Ziel, Ergebnis, Diskussion, Schlussfolgerung. Ist das altmodisch? Ein Gruß aus dem letzten Jahrhundert? Oder etwas, das nur noch die „alte Garde“ liest? Eigentlich nicht. Immer mehr Menschen finden Freude und Ruhe in der langsamen, stillen und zeitlosen Welt des Gedruckten. Vielleicht liegt das an der schnelllebigen, oft oberflächlichen Welt der sozialen Medien.

Die Welt verändert sich. Informationen sind schneller, bunter und überall verfügbar – man kann sich dem kaum entziehen. Doch sind Social-Media-Posts, die im Sekundentakt erscheinen, wirklich gut recherchiert oder dienen sie manchmal nur der Werbung oder sogar der Irreführung? Fehlt vielleicht eine Brücke zwischen Alt und Neu? Eine Verbindung, die das Bewährte weiterführt und schützt? Vielleicht ist es gerade die neue Generation, die das Verlässliche schätzt und ihm neues Leben einhaucht.

Es ist faszinierend, was heute technisch möglich ist! Ein 3D-Plan für eine kieferorthopädische Apparatur reist in Sekunden um den Globus und wird zum Aligner im Patientenmund. Oder wir werden selbst zum „Creator“ unserer eigenen Geräte. Neue Technologien erweitern unsere Möglichkeiten – diagnostisch und therapeutisch. Diese Chancen sollten wir nutzen. Aber nicht ohne Bedacht: Die klassischen, konservativen und evidenzbasierten Grundlagen sowie die biologischen Grenzen dürfen wir dabei nicht ignorieren.

Digitalisierung und soziale Medien sind wertvolle Werkzeuge, aber sie sollten gezielt und kritisch eingesetzt werden – als Ergänzung, nicht als Selbstzweck. Es geht immer um die Sache und die Patientinnen, nicht um Selbstdarstellung. Manchmal ist eine minimalistische, konservative Behandlung die beste Lösung, und manchmal bieten Hightech und 3D-Druck klare Vorteile. Beide Welten ergänzen sich perfekt.

Wir müssen ständig Entscheidungen treffen, ethische Prinzipien wahren und so reflektiert wie möglich handeln. Auch wenn die Messestände glänzen und das Marketing auf Hochtouren läuft: Das Fachliche, der Patient und gesunder Menschenverstand kommen immer zuerst. Natürlich verdienen auch die Herstellerinnen Respekt – es ist eine Herausforderung, ständig neue Produkte zu entwickeln.

Doch Fachzeitschriften müssen unabhängig bleiben und dürfen nicht zu reinen Werbeträgern werden. Dafür sind wir dem Quintessenz Verlag dankbar, der uns eine neutrale Plattform bietet.

Die aktuelle Zeit fordert uns heraus, aber sie inspiriert uns auch. Wie Henry Ford schon sagte: *„Wer immer tut, was er schon kann, bleibt immer das, was er schon ist.“*

Wir wünschen ein gutes neues Jahr.



A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'J.J.B.'

Dr. Jens Johannes Bock



A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'B.L.'

PD Dr. Björn Ludwig