

EDITORIAL

Dentalkongresse: auf Vernetzung gepolt

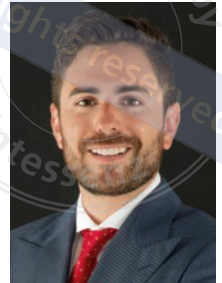
Jahr für Jahr machen sich rund um den Globus große Gruppen von Zahnärzten und Zahnärztinnen auf den Weg zu Dentalkongressen. Sie lassen ihre Praxen und Familien zurück, um weite Strecken zu reisen und sich in einen Rausch aus Vorträgen, Sitzungen und Ausstellungen zu stürzen. Dieses Schauspiel vollzieht sich immer wieder aufs Neue und das schon seit vielen Jahrzehnten. Die entscheidende Frage lautet: Warum?

Deshalb möchte ich im Folgenden einmal die Gründe für unser Kongressfieber und die Richtigkeit der zugrunde liegenden Annahmen untersuchen.

1. Aktueller Wissensstand: Von Anfang an waren Kongresse für Zahnarzt/-innen eine Quelle für Wissen, aktuelle Trends in der Praxis und wichtige Erkenntnisse aus der Forschung. Wie funktionieren die neusten parodontalchirurgischen Techniken? Welches Restaurationsmaterial steht vor seiner Einführung am Markt? Wann wird KI uns die Behandlungsplanung abnehmen?

Solche und andere Fragen können zu Recht darauf hoffen, auf einem zahnärztlichen Kongress Antworten zu finden. Eben darum werden die führenden Expert/-innen aus aller Welt eingeladen, um die aktuell wichtigen Themen auf Kernaussagen zu verdichten, die jeder mit nach Hause tragen kann. Ist ein Kongressbesuch die einzige Möglichkeit, an solche Informationen zu gelangen? Muss man zwei Flüge nehmen, hunderte Kilometer reisen und die teils astronomischen Kongressgebühren zahlen, um Zugang zu ihnen zu bekommen? Natürlich nicht. Inzwischen sind all diese Antworten auch in Zeitschriften oder im Internet zu finden, als Kongressbericht, Übersichts-Webinar, kurzes YouTube-Video, Social-Media-Post und vermutlich in Kürze auch im Metaverse. Verfügbarkeit und leichte Zugänglichkeit der Informationen scheinen die Teilnahme an Kongressen zunehmend überflüssig zu machen. Ist das Konzept also obsolet?

2. Geschäft und Kommerz: Wie die Marktleute früherer Zeiten ihren Handel im Umkreis von Kirchen und Burgen trieben, so treffen sich heute Zahnarzt/-innen und Dentalfirmen im Umfeld von Kongressen, um miteinander ins Geschäft zu kommen. Die Firmen lüften den Schleier und zeigen ihren potenziellen Kunden und Kundinnen neue Produkte, Instrumente, Geräte und Technologien. Tatsächlich nimmt die Industrie erhebliche Summen in die Hand, um mit beeindruckend großen, schillernden



Alfonso Gil
DDS, MSc, PhD
Editor-in-Chief

Warum eine Knochenstruktur auf dem Cover?

Auch für den Bau von Gebäuden dient die Natur als wichtiger Ideenlieferant. Erkenntnisse aus dem Knochenbau werden für die moderne Leichtbauweise genutzt. Werden Stahlträger in Gebäuden nach dem Prinzip von Knochenbalken und Hohlräumen in Knochen angeordnet, kann besonders materialsparend gebaut werden. Ein prominentes Beispiel für diese spezielle Leichtbauweise ist der Eiffelturm in Paris.

Coverfoto:
© SciePro by
Shutterstock

Ständen neugierige Zahnärzte anzulocken. Man serviert Kaffee und Sekt und spart nicht mit markanten Slogans. Elegante Vertreter schenken den Standbesuchern ihr strahlendstes Lächeln. Der perfekte Rahmen für gute Geschäfte also? – Nicht ganz, denn die Zahlen sind eher rückläufig und die gewünschten Umsätze werden nicht immer erreicht. In den letzten Jahren mussten die Firmen feststellen, dass sich die genannten Investitionen immer weniger auszahlen, da die Kongressbesucher/-innen zunehmend jünger und vorsichtiger werden und weniger Kaufkraft mitbringen. Die Gewinnspannen der Branche sind teils hauchdünn geworden, während der Kuchen in immer mehr Stücke geteilt wird und wichtige Abschlüsse nicht mehr nur auf großen Kongressen getätigt werden. Wie hoch sind dann die Kosten für die verpassten Geschäfte?

3. Freizeit und Reiselust: Kongresse sind seit jeher eine gute Gelegenheit, neue Städte kennenzulernen, und die Kongressveranstaltungen werden gern mit Freizeit und Vergnügen verbunden. Der Veranstaltungsort ist immer ein entscheidender Faktor für die Auslastung des Kongresses. Wer möchte nicht auf eine exotische Insel wie Hawaii reisen, um an einem AO-Meeting teilzunehmen, oder ins romantische Paris fahren, um den EAO-Kongress zu besuchen? Seit einigen Jahren suchen die Fachgesellschaften nach neuen Möglichkeiten, ihre Veranstaltungen noch attraktiver und

unterhaltsamer zu machen. Dazu zählen Sportangebote wie Joggen am Morgen, Abendessen mit Live-Musik oder abgeschlossener Weinprobe, Escape-Room-Spiele oder Verlosungen während der Vortragspausen und mitunter sogar Vorträge in Themenparks oder Museen. Diese Ideen und Initiativen sind fraglos wichtig und wohlüberlegt. Traurige Realität sind jedoch das schwindende Interesse und Veranstaltungen, die darum kämpfen, ihre Teilnehmerzahlen zu halten. Seit Beginn der COVID-19-Pandemie sind die Besucherzahlen um die Hälfte zurückgegangen und leere Säle zu einem häufigen Anblick geworden. Und auch wenn das Freizeitangebot ein wichtiger Aspekt ist, um Zahnarzt/-innen von einer Kongressteilnahme zu überzeugen – wer einen Wochenendtrip oder Kurzurlaub machen möchte, dessen erste Wahl ist schwerlich ein Dentalkongress (und sollte es auch nicht sein). Entspannung allein genügt nicht, um uns anzulocken. Wenn also Wissensdurst, Kommerz und Freizeitaktivitäten nicht die Magnete sind, die uns zu Kongressen hinziehen, was dann?

4. Soziale Interaktion und Gemeinschaft: Wir Menschen sind soziale Lebewesen, die sich erst in der Interaktion miteinander voll entfalten können. Warum publizieren Wissenschaftler ihre Studien und Artikel? Um ihrer Erkenntnisse und Ergebnisse begutachten zu lassen und mit den Kolleg/-innen zu teilen. Warum arbeiten wir



gern in unseren Praxen? Weil wir Herausforderungen und Triumphe mit unserem Praxisteam teilen können. Was umfasst das Wort „Geschäft“? Einen Käufer, eine Verkäuferin, einen Produktentwickler, ein Marketing-Team: eine Straße in beide Richtungen, die viele Dinge miteinander verbindet. Lieber allein reisen oder mit Freunden und Familie? Die Antwort liegt auf der Hand.

Dentalkongresse sind der Inbegriff sozialer Vernetzung in der Zahnmedizin. Niemand trifft sich hier ohne Ziel und Zweck. Zahnärzt/-innen besuchen Tagungen, um Studienfreunde und -freundinnen wiederzutreffen. Firmenvertreter/-innen suchen den Kontakt mit langjährigen Kund/-innen oder mit Kolleg/-innen aus der Branche. Referenten und Referentinnen halten ihre Vorträge nicht wegen des Honorars, sondern um Bekanntheit und Ansehen bei anderen Expert/-innen auf ihrem Gebiet zu erlangen. Wichtig ist stets die Person, die

beim Vortrag oder Eröffnungssessen neben uns sitzt, am Stand in der Ausstellungshalle neben uns Instrumente kauft. Was zählt, ist die zahnmedizinische Gemeinschaft. Nimmt man die menschliche Interaktion weg, bleibt ein Kongress ohne Seele und ohne Sinn übrig. Aus diesem Grund sollten Fachgesellschaften vor allem in den menschlichen Faktor investieren, wenn sie den Kongressbetrieb am Leben erhalten wollen. Und aus demselben Grund wird ein rein digitaler Kongress nach dem gegenwärtigen Modell sich niemals durchsetzen. Unsere auf Vernetzung gepolte dentale Gemeinschaft braucht den direkten persönlichen Kontakt als entscheidende Zutat zum magischen Rezept.

Also, bleiben Sie vernetzt!

Alfonso Gil

