

# ALUMNI

**DAS MAGAZIN ÜBER ZAHNÄRZTE UND MENSCHEN**



**MEDIENINFORMATIONEN & MAGAZINPREISE 2008**

**un-plaqued:multimedia**

# ALUMNI

DAS MAGAZIN ÜBER ZAHNÄRZTE UND MENSCHEN

| **ALUMNI AUSFÜHRUNG** | **ALUMNI** FAKTEN & VERTRIEB | **ALUMNI** IDEE & KONZEPT | **ALUMNI** VORSCHAU |  
| **ALUMNI** MENSCHEN | **ALUMNI** ANZEIGENDETAILS | **ALUMNI** TEAM & KONTAKT |

## ALUMNI AUSFÜHRUNG

**ALUMNI** ist das weltweit erste **E-ZINE** in der Zahnmedizin und geht damit technisch, gestalterisch, als auch inhaltlich völlig neue Wege in der zahnmedizinischen Medienwelt. Das vornehmlich auf junge Zahnärzte/Innen und Absolventen ausgerichtete Magazin wird seit 2007 von dem Berliner Verlag **un-plaqued: multimedia** publiziert.

Im Vordergrund dieses Magazins steht, im Gegensatz zu den nahezu 90 fachlich oder politisch ausgerichteten zahnmedizinischen Publikationen in Deutschland, der Mensch und Zahnarzt selbst. Mit Hilfe der größtenteils auf Interviews basierenden Beiträge wird eine selten gekannte persönliche Perspektive auf die vielfältigen Aspekte des Berufes eröffnet, die beim Besuch von Kongressen, Fortbildungen und Messen zumeist verschlossen bleiben.

**ALUMNI** ist zu 100% Online Publikation. Die Auflage ist damit sowohl national als auch international nahezu unbegrenzt, für den Zugang zum Magazin wird lediglich das Vorhandensein eines Computers mit Internetverbindung voraus gesetzt. Das Magazin ist für alle Leser kostenfrei und ohne Anmeldung anonym nutzbar.

**ALUMNI** nutzt neue Medien und Kommunikationsformen und verbindet Ihre Firma mit der hochpotenten Gruppe junger Zahnärzte/Innen. Anzeigen können kostenfrei erneuert werden, auf Ihre eigenen Webseiten verlinken, mehrere Produkte gleichzeitig bewerben und den Leser interaktiv mit Ihren Leistungen verknüpfen. Entdecken Sie die neue Welt der Präsentation. Entdecken Sie **ALUMNI**.



**Alumnus**, m, pl. -ni, latein.: der Zögling, wörtlich der Genährte, von alere; ernähren. Heute ist der Alumnus (weibl.: Alumna, f.,pl. -nae) Absolvent/in einer Hochschule oder Stipendiat/in einer Förderorganisation.

# ALUMNI

DAS MAGAZIN ÜBER ZAHNÄRZTE UND MENSCHEN

I ALUMNI AUSFÜHRUNG I **ALUMNI FAKTEN & VERTRIEB** I ALUMNI IDEE & KONZEPT I ALUMNI VORSCHAU I  
I ALUMNI MENSCHEN I ALUMNI ANZEIGENDETAILS I ALUMNI TEAM & KONTAKT I

## ALUMNI FAKTEN & VERTRIEB

**ALUMNI** bricht als erstes zahnmedizinisches *E-ZINE* jegliche Grenzen eines weltweiten Vertriebes. Online und Offline ausschließlich in digitaler Form lesbar erscheint es halbjährlich in deutscher und englischer Sprache.

Das Internet macht es möglich: Das Format *E-ZINE* eröffnet in jedem Bereich ungeahntes Potential. Der Vertrieb ist weder von der Post oder anderen Anbietern abhängig, noch können Lieferungen verloren gehen oder Adressaten verzogen sein. Alte Ausgaben müssen nicht individuell archiviert werden, da sie jederzeit online abrufbar sind. Man kann nahezu jede Person per elektronischen Medien erreichen und heute schon uneingeschränkt mit vielen mobilen Endgeräten im Internet arbeiten.

**ALUMNI** wird per Mailversand über nationale und internationale Netzwerke, Foren, Mailverteiler als auch Printanzeigen und Messeauftritte beworben und bekannt gemacht. Seit Jahren engagiert sich **un-plaquet:multimedia** in Organisationen wie IADS und Young Dentists Worldwide, welche an der internationalen Verbreitung von **ALUMNI** beteiligt sind. Darüber hinaus besteht für Vertrieb und Marketing eine Kooperation mit dem QUINTESSENZ Verlag, Berlin.

**ALUMNI** erscheint kostenfrei alle 6 Monate, 2 mal im Jahr  
Mai / Frühjahrsausgabe // Oktober / Herbstausgabe

### WIKIPEDIA: E-ZINE

Als E-Zine bezeichnet man ein Internet-Portal im Magazin-Stil. Es bietet umfangreichen redaktionellen Inhalt wie etwa Zeitschriften-Artikel, Meinungsbeiträge (Kolumnen), Interviews etc., die in der Regel von professionellen Journalisten und Autoren verfasst werden.

In der Aufmachung ist das E-Zine demnach dem klassischen Zeitschriften-Magazin nachempfunden (Illustrierte, Fach- und Publikumszeitschriften), allerdings werden häufig auch Community-Funktionen wie Bewertungssysteme und Kommentar-Funktion implementiert.



### UN-P research:

Untersuchungen bestätigen, dass 56% der Zahnärzte/Innen im Alter  $x < 40$  sich den Bezug von Magazinen in ausschließlich digitaler Form gut vorstellen können. Am häufigsten wurde die auflaufende Papiermenge durch die zahllosen Veröffentlichungen mit Werbeeinlagen an den Printmedien kritisiert.

I ALUMNI AUSFÜHRUNG I ALUMNI FAKTEN & VERTRIEB I **ALUMNI IDEE & KONZEPT** I ALUMNI VORSCHAU I  
I ALUMNI MENSCHEN I ALUMNI ANZEIGENDETAILS I ALUMNI TEAM & KONTAKT I

## ALUMNI IDEE & KONZEPT

Haben Sie sich schon an den beschränkten Präsentationsmöglichkeiten in Printmedien gestört?  
Würden Sie gerne mehr darstellen, als es auf einer Anzeigenseite möglich ist?

**ALUMNI** verwirklicht mit Hilfe seiner eigens konzipierten, Flash basierten Programmierung jegliche multimediale Vorstellungen und Wünsche. Interviews, Artikel und natürlich auch Anzeigen können animiert, mit Musik begleitet und direkt zu weitergehenden Informationen und Webseiten verlinkt werden. Vielfältige Produkte, Teaser oder verschiedene Texte können auf einer einzigen Seite integriert werden und die Aufmerksamkeit des Lesers auf bisher nicht gekannte Weise fesseln. Dabei muss der Leser auf keine funktionellen oder ästhetischen Aspekte eines "echten" Magazins verzichten, da Layout und Satz speziell für eine angenehme Lesbarkeit und unterschiedliche Leseverhalten im Internet entwickelt wurden.

Für die junge Generation und ihr Informationsverhalten konzipiert, kann man im **ALUMNI** Magazin wie in einem Printmedium blättern und lesen, gleichzeitig aber alle Vorteile des Internets, wie Verlinkung, grenzenlose Erreichbarkeit der Leser, interaktive und multimediale Tools und vieles mehr nutzen.

**ALUMNI** kann nicht verloren gehen, weggeschmissen werden, einstauben oder an Ästhetik einbüßen. Das Magazin muss nicht individuell archiviert werden, da es immer wieder und von jedem Ort der Welt in bester Qualität abgerufen werden kann.



# ALUMNI

DAS MAGAZIN ÜBER ZAHNÄRZTE UND MENSCHEN

I ALUMNI AUSFÜHRUNG I ALUMNI FAKTEN & VERTRIEB I **ALUMNI IDEE & KONZEPT** I ALUMNI VORSCHAU I  
I ALUMNI MENSCHEN I ALUMNI ANZEIGENDETAILS I ALUMNI TEAM & KONTAKT I

## ALUMNI IDEE & KONZEPT

Die derzeit ca. 90 Titel zahnmedizinischer Printmedien in Deutschland haben in den letzten Jahren zu einer Sättigung der Leserschaft geführt. Zeitschriften werden kaum vollständig gelesen, Informationen wiederholt abgedruckt und auch die Abonnentenzahlen gehen deutlich zurück. Dagegen haben Online Nachrichten- und Informationsdienste und Online Education Portale einen deutlichen Aufschwung erlebt und die Benutzung des Internets als "normale" Informationsquelle auch in der Zahnmedizin vollständig etabliert. Die Werbeausgaben für Onlinemedien sind laut Studie des VDZ im Jahr 2007 dementsprechend um mehr als 200% gestiegen. Neue Medienkonzepte müssen und können die Leserschaft von Neuem begeistern - eines davon heißt: **ALUMNI!**

**Inhaltlich geht ALUMNI völlig neue Wege. Auf die Frage, was eine junge Generation von Zahnärzten und Zahnärztinnen am meisten benötigt, fanden wir vor allem eine Antwort: ERFAHRUNGEN!**

Aus dieser Überlegung heraus liegt der Schwerpunkt des Magazins auf Interviews mit den Menschen, welche die gegenwärtige Zahnmedizin prägend beeinflussen, sich durch innovative und erfolgreiche, aber auch ungewöhnliche und kuriose Konzepte und Lebenswege auszeichnen. In Artikeln werden die Vielfalt, Spezialisierungen und Probleme des Zahnarztberufes aufgezeigt und besprochen. Die Kommunikation zwischen den Generationen fördernd, kommen nicht nur ältere Kollegen sondern gleichermaßen die jungen Zahnärzte selbst zu Wort, um über ihre Alltagsprobleme und deren Lösungsansätze zu berichten.



# **ALUMNI**

**DAS MAGAZIN ÜBER ZAHNÄRZTE UND MENSCHEN**

**I ALUMNI AUSFÜHRUNG I ALUMNI FAKTEN & VERTRIEB I ALUMNI IDEE & KONZEPT I ALUMNI VORSCHAU I**  
**I ALUMNI MENSCHEN I ALUMNI ANZEIGENDETAILS I ALUMNI TEAM & KONTAKT I**

## **ALUMNI VORSCHAU**

Die Themen der beiden Ausgaben des **ALUMNI** Magazins in 2008 werden sein:

**ALUMNI 02: Die eigene Praxis?**

**Mai 2008**

**ALUMNI 03: Arbeit und Leben an der Universität**

**Oktober 2008**

Jede Ausgabe des **ALUMNI** Magazins ist um ein spezielles Thema der zahnmedizinischen Berufsausübung strukturiert. Nachdem die erste Ausgabe mit "WER IST DER ZAHNARZT?" vor allem einen Überblick über alle Themen lieferte, wird **ALUMNI 02** das Thema "**DIE EIGENE PRAXIS?**" näher beleuchten und nachfragen, welche Chancen dieses klassische und langbewährte Berufsmodell für Zahnärzte in der Zukunft haben wird? Dieses schier unerschöpfliche Thema wird von möglichst vielen unterschiedlichen Perspektiven erschlossen, um dem Leser die eigene Meinungsbildung zu ermöglichen.

Ab 2008 wird das Magazin ebenfalls in englischer Sprache erscheinen und **ALUMNI** einer internationalen Leserschaft vorstellen. Aufgrund der Selbstverständlichkeit einer internationalen Vernetzung und Kommunikationsbereitschaft der jungen Zahnärzte im Internet und auf Kongressen, bietet es sich an, mit dem Medium *E-ZINE* auch diese Kommunikation und den überregionalen Gedankenaustausch zu fördern. Natürlich werden mit dieser Entwicklung auch verstärkt internationale Inhalte und Interviews in das Magazin einfließen.

Zukünftige Ausgaben des **ALUMNI** Magazins werden Themen wie DER ZAHNARZT ALS UNTERNEHMER, DIE POSTGRADUIERTEN AUSBILDUNG, DER ZAHNARZT IN DER INDUSTRIE oder DER ZAHNARZT ALS AUSSTEIGER haben und auf diese Weise die inhaltliche und technische Einzigartigkeit unterstreichen.

# ALUMNI

DAS MAGAZIN ÜBER ZAHNÄRZTE UND MENSCHEN

I ALUMNI AUSFÜHRUNG I ALUMNI FAKTEN & VERTRIEB I ALUMNI IDEE & KONZEPT I ALUMNI VORSCHAU I  
I ALUMNI MENSCHEN I ALUMNI ANZEIGENDETAILS I ALUMNI TEAM & KONTAKT I

## ALUMNI VORSCHAU

Im Folgenden können Sie die Inhalte der kommenden Ausgabe **ALUMNI 02** zum Thema **“Die eigene Praxis?”** ansehen. Kleinere Änderungen oder Ergänzungen bleiben bis Redaktionsschluss möglich:

1-	one question, please	Videointerviews
2-	News	Newscast
3-	Leitartikel	Artikel
4-	I-View BMG	Interview
5-	I-View Herr Preuß/ APO Bank	Interview
6-	I-View Dr. Weitkamp/ BZÄK	Interview
7-	I-View Dr. Rubehn/ GOZ	Interview
8-	Eine Frage-Viele Antworten	Videointerviews
9-	Wie finde ich den richtigen Job?	Artikel
10-	Schon ein richtiger Zahnarzt	Artikel
11-	Ausübungsmöglichkeiten in der Zahnmedizin	Artikel
12-	I-View ZA Msc Trilck: Implantologie in der Praxis	Interview
13-	I-View ZÄ Carina Zaunick/ Dresden	Interview
14-	Neue oder alte Praxis?/ Innendesign	Artikel
15-	Pilates gegen Alltagsstress	Artikel
16-	I-View Stefan Ziegler/ Ku64	Interview
17-	I-View Soziale Zahnmedizin/ Kirsten Falk, MUT	Interview
18-	I-View Dr. Sands, LA	Interview
19-	I-View Stephen Smith, London	Interview
20-	Patientenkolumne	Videointerview
21-	I-View Dr. Zöbrich/ Interdisziplinäre ZM	Interview
22-	I-View Dr. Wiedhahn/ CEREC in der Praxis	Interview
23-	I-View Prof. Schilli/ Emeritus/ Implantologie	Interview
24-	Zahnarzt und Zahntechniker - ein Weg	Artikel
25-	Zeitzeugen der Zahnmedizin	Artikel

## ALUMNI MENSCHEN

### Warum junge Zahnärzte?

Wieviele Praxen kennen Sie, deren Einrichtung aus den 80er oder 70er Jahren stammt?

Wieviele Zahnärzte über 55 investieren mehrere 10000 Euro in ihre Praxen?

Wo liegt der Altersdurchschnitt in Masterstudiengängen und zahnärztlichen Curricula?

Ob aus der entwicklungsbedingten Situation heraus oder aus Überzeugung - die jungen Zahnärzte und Zahnärztinnen sind diejenigen, die eine moderne Zahnmedizin von der Pike auf gelernt haben und diese in den Praxen etablieren. Ob Kofferdam, Adhäsivtechnik oder maschinelle Endodontie - die junge Generation entscheidet, welche Methoden sich in der Zukunft durchsetzen werden.

**Was macht den heutigen und zukünftigen Zahnarzt aus? Welche Möglichkeiten gibt es in einer sich neu strukturierenden Zahnmedizin? Wie findet der Einzelne unter dem politischen und wirtschaftlichen Druck den für ihn optimalen Weg?**

Ähnlich der **un-plaquet** fördert das ALUMNI Magazin, die bewusste Sichtweise auf die Zahnmedizin, Ausbildung und den Beruf weiter zu entwickeln. Der Erfahrungsaustausch zwischen den Generationen wird mit Hilfe der Interviews beispielhaft und authentisch hinterfragt. In dieser Hinsicht ist jeder Lehrer und Schüler gleichermaßen, ob in der freien Praxis oder Universität, ob 25 oder 65 Jahre alt. ALUMNI ist an jeden Zahnmediziner adressiert, der über seine eigene Perspektive hinausschauen möchte und sich grundsätzlich für die Entwicklung der Zahnmedizin und deren Menschen interessiert.



#### Abgrenzung zu Internet-Communitys

Im Gegensatz zu echten Communitys steht bei einem E-Zine ganz klar der Inhalt im Vordergrund. Obwohl ein gutes E-Zine eine Vielzahl von Interaktionsmöglichkeiten nutzt, steht nicht die Vernetzung der Benutzer, sondern das übergeordnete Thema im Vordergrund. Standard Community-Features wie Diskussionsforen oder ein internes Mailsystem sind bei einem E-Zine demnach fakultativ, jedoch häufig vorhanden.

#### Abgrenzung zu gedruckten Zeitschriften

Viele namhafte Zeitschriften stellen ihre Artikel auch online. Ein E-Zine jedoch erscheint ausschließlich online, d.h. die Artikel werden von einem Autoren-Team via CMS online publiziert.

# ALUMNI

DAS MAGAZIN ÜBER ZAHNÄRZTE UND MENSCHEN

I ALUMNI AUSFÜHRUNG I ALUMNI FAKTEN & VERTRIEB I ALUMNI IDEE & KONZEPT I ALUMNI VORSCHAU I  
I ALUMNI MENSCHEN I ALUMNI ANZEIGENDETAILS I ALUMNI TEAM & KONTAKT I

## ALUMNI MENSCHEN

Das **ALUMNI** Magazin wurde im März 2007 auf der Internationalen Dentalschau (IDS) in Köln erstmals der Öffentlichkeit präsentiert. Seitdem haben mehr als 11.000 Besucher die erste Ausgabe des EZINE besucht und gelesen.

Chefredakteur und Konzeptgeber Ingmar Dobberstein übernahm 2001 die Leitung des **un-plaqued** Magazins und gründete 2004 den Verlag **un-plaqued:multimedia**. Während des Studiums der Zahnmedizin war er für 5 Jahre Vorsitzender der Studentenvertretung und erhielt so nicht nur einen tiefen Einblick in die universitären Strukturen, sondern war maßgeblich und aktiv an der Mitgestaltung der Ausbildung in Berlin beteiligt. Seit dem Examen arbeitet er in einer Berliner Familienpraxis und wurde 2007 als jüngster Zahnarzt Deutschlands in den Vorstand der Zahnärztekammer Berlin gewählt. Dort leitet er gegenwärtig das Referat für Aus-, Fort- und Weiterbildung der Zahnmedizinischen Fachangestellten in Berlin.

Die Verbesserung der Ausbildung und des Berufsbildes der Zahnärzte ist seit jeher der Antrieb seiner Arbeit, welche sich vor allem im kontinuierlichen Ausbau des **un-plaqued** Magazins widerspiegelt. Die Erschaffung des **ALUMNI** Magazins war für ihn die Konsequenz seiner Erfahrungen um den Wandel des zahnmedizinischen Berufsbildes in Deutschland. Gleichzeitig fordert die gegenwärtige Situation der zahnmedizinischen Medien geradezu nach einer Neugestaltung, um junge Zahnärzte auch in Zukunft über die rein fachliche Information hinaus zu begeistern. Das Ergebnis liegt vor Ihnen: **Das ALUMNI Magazin!**

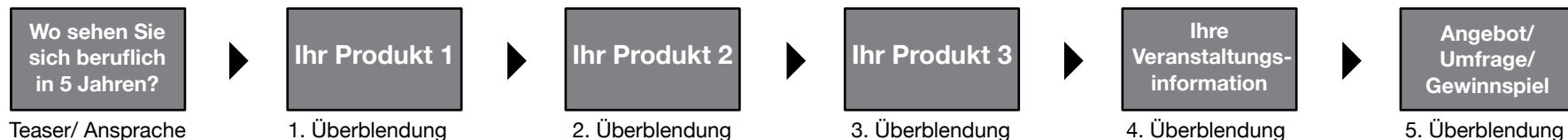


## ALUMNI ANZEIGENDETAILS

**Gibt es Alternativen zur klassischen Werbung in Print- und Onlinemedien? Gibt es etwas anderes als Bildanzeigen, Beilagen und Bannerwerbungen?**

**JA!**

Das ALUMNI Magazin eröffnet Ihnen völlig neue Möglichkeiten, bereits vorhandene Marketinginstrumente einzusetzen. Eine Anzeige, egal in welchem Format, kann eine multimediale Spielwiese für die Leser bedeuten und ein oder mehrere Produkte vorstellen. Erstmals haben Sie die Möglichkeit, mit dem Leser zu kommunizieren, indem Sie mit Hilfe von Überblendungen oder Animationen beliebig viele Unterseiten in einer Anzeige unterbringen können. Ein derartiges Gestaltungskonzept für eine einzige Anzeige könnte wie folgt aussehen:



Ob Sie die direkte Ansprache des Lesers wählen oder einfach eine neue Form der Werbeästhetik kreieren, nahezu alles ist bei ALUMNI denkbar. Sie können Musik, Sprache oder Videos genau so integrieren, wie mehrere Texte, Informationen oder Veranstaltungshinweise gleichzeitig in einer einzigen Anzeige unterbringen. Dabei müssen Sie nicht alles auf einem Blatt zusammenquetschen, sondern können dem Marketingkonzept die inhaltliche Freiheit geben, die es verdient.

Die Anzeigen müssen in den entsprechenden Maßen in Flash programmiert werden, wenn Sie diesbezüglich keine Fachkräfte zur Verfügung haben, können unsere Programmierer dies ebenfalls auf Basis ihrer Rohdaten gestalten (Aufpreis). **Das Beste daran ist, dass wir Ihnen jährlich zweimal die Möglichkeit geben, Anzeigen in aktuellen oder vorherigen Ausgaben einfach zu erneuern - und somit in jeder Ausgabe, in der Sie je geschaltet haben, immer die neuesten Produkte und Leistungen anzupreisen. Dieser Service ist für Sie kostenfrei.** Kein anderes Magazin der Zahnmedizin kann soviel bieten und verbindet Sie gleichzeitig mit der hochpotenten Zielgruppe der Zahnärzteschaft von morgen. **Seien Sie dabei und sichern Sie sich jetzt Ihre Wunschplatzierung!**



**DAS MAGAZIN ÜBER ZAHNÄRZTE UND MENSCHEN**

**| ALUMNI AUSFÜHRUNG | ALUMNI FAKTEN & VERTRIEB | ALUMNI IDEE & KONZEPT | ALUMNI VORSCHAU |  
| ALUMNI MENSCHEN | ALUMNI ANZEIGENDETAILS | ALUMNI TEAM & KONTAKT |**

### **ALUMNI ANZEIGENDETAILS**

#### **ANZEIGENPREISE 2008**

**DOPPELSEITE**  
**4 000 EUR**

**DOPPELSEITE EXKLUSIV (S. 4 - 10)**  
**4 500 EUR**

**EINZELSEITE**  
**2 500 EUR**

**REDAKTIONELLER BEITRAG**  
**800 EUR/ Seite**

**INKLUSIVLEISTUNGEN ANZEIGE**  
**Beratung & Verlinkung**  
**halbjährliche Aktualisierung**

#### **MAGAZINDATEN**

**FORMAT**  
**Einzelseite: 455 x 555 Pixel**  
**Doppelseite: 910 x 555 Pixel**

**FARBEN**  
**RGB**

**DATEI**  
**.swf (Flash)**  
**Vorlagen als .jpg, .pdf oder .doc**

**UMFANG**  
**250 SEITEN**

**ERSCHEINUNG**  
**halbjährlich**  
**unbegrenzte Auflage**

#### **ANZEIGENDEADLINES**

**ALUMNI A02**  
**16.05.2008**

**ALUMNI A03**  
**14.10.2008**

**ALUMNI A04**  
**11.05.2009**

**ALUMNI A05**  
**19.10.2009**

**ANGEBOT 2008:** Bei Buchung von 2 Anzeigen in diesem Jahr erhalten Sie 10% Rabatt, bei Buchung von 3 oder mehr Anzeigen 15% Rabatt auf die jeweils gebuchten Anzeigenpreise. Alle Preise verstehen sich zuzüglich 19% MwSt. Für Rückfragen stehen wir jederzeit zur Verfügung: 0049 (0)170 559 2305.

# ALUMNI

DAS MAGAZIN ÜBER ZAHNÄRZTE UND MENSCHEN

I ALUMNI AUSFÜHRUNG I ALUMNI FAKTEN & VERTRIEB I ALUMNI IDEE & KONZEPT I ALUMNI VORSCHAU I  
I ALUMNI MENSCHEN I ALUMNI ANZEIGENDETAILS I **ALUMNI TEAM & KONTAKT** I

## ALUMNI TEAM & KONTAKT

### CHEFREDAKTEUR

Ingmar Dobberstein  
0049 (0)170 559 2305  
i\_dee@un-plaqued.com

### REDAKTION POLITIK

Alexandra David  
dvalexandra@aol.com

### REDAKTION AUSBILDUNG

Juliane Gnoth  
juliane@un-plaqued.com

### REDAKTION WISSENSCHAFT

Hans Christian Lux  
hcl@un-plaqued.com

### BILDREDAKTION

Marc Laubinger  
info@un-plaqued.com

### **un-plaqued** : FASHION

Anna Grodecki  
0049 (0)157 71334948  
anna@un-plaqued.com

### FOTOGRAFIE

Melissa Hostetler  
mail@melissahostetler.com

### LAYOUT

Alexander Treder & Daniel Majewski  
www.lovid.de

### ANZEIGEN

Ingmar Dobberstein  
i\_dee@un-plaqued.com

Bettina Hoppe  
hoppe@un-plaqued.com

### **un-plaqued:multimedia**

#### OFFICE BERLIN

Ingmar Dobberstein  
Oranienburger Str. 91  
2. OG  
D - 10178 Berlin  
0049 (0)170 559 2305  
info@un-plaqued.com

### **un-plaqued** : ONLINE

www.un-plaqued.com  
www.alumni-magazin.de  
www.alumni-ezine.com  
www.young-dentists.org