

Kühnheit und Kompetenz auf französische Art

Teil 1

Anthogyr ist ein französisches Tochterunternehmen der Straumann Group, das innovative Prothetik- und Implantatlösungen entwickelt und herstellt. Es ist sowohl auf dem französischen als auch auf dem internationalen Markt bekannt – nicht nur wegen seiner Branchenkenntnis, sondern auch dank seiner engagierten Mitarbeiter und der Vision seines talentierten Führungsteams. Der Unternehmenssitz befindet sich in der Nähe von Chamonix in den französischen Alpen, direkt am Fuße des Mont Blanc. Diese Region liegt nahe der Schweizer Grenze und ist als Wiege und Innovationszentrum der hochpräzisen Mikromechanik bekannt. Seit mehr als 75 Jahren entwickelt Anthogyr in dieser Region seine Kompetenz in der Medizintechnik und in fortschrittlichen Herstellungstechnologien weiter.

Dr. Alina Ion

Nach seinem vor mehr als 30 Jahren gefassten Entschluss, sich auf Dentalimplantate zu spezialisieren, ist Anthogyr heute auf dem globalen Markt für seine Kreativität, seine hohe Innovationskraft und seine leistungsstarken Lösungen bekannt. Um sein internationales Wachstum zu beschleunigen, unterzeichnete Anthogyr 2016 eine Partnerschaftvereinbarung mit der Straumann Group. Im Rahmen dieser Vereinbarung wurde Straumann mit dem Vertrieb von Anthogyr Produkten in China und 2017 auch in Russland betraut. 2019 wurde Anthogyr Teil der Straumann Group. Dr. Alina Ion, Redaktionsleitung OEMUS MEDIA, hatte Ende letzten Jahres die Gelegenheit, das Unternehmen zu besuchen und an einer Präsentation teilzunehmen. Sie nutzte diese Chance, um mit dem Geschäftsführer Philippe Neimark und mit Yanik Segginger, Leiter der Abteilung für globales Marketing und Fortbildung, über die Firmenphilosophie und die Zukunftspläne zu sprechen. Wir werden dieses Interview als Serie in drei Teilen veröffentlichen.

Die heutige Präsentation behandelte zwei wesentliche Themen: die Unternehmens-DNA mit einem klaren Fokus auf Kundennähe und die Expansionsstrategie von Anthogyr in bedeutende Märkte. Wie interagieren diese beiden Themen miteinander? Haben Sie Bedenken, dass die Nähe zu den Kunden verloren gehen könnte, wenn das Unternehmen weiter wächst?

Philippe Neimark: Tatsächlich stellt dies eine Herausforderung dar, die konkrete Maßnahmen, Veranstaltungen und Schulungen sowie die Aufrechterhaltung enger Verbindungen zu unseren Teams erfordert. Das Ziel, eine globale Marke zu werden, bedeutet, dass wir die meisten wichtigen Märkte der Welt bedienen, wobei jeder durch lokale Teams vertreten ist, beispielsweise in Deutschland. Wir pflegen zu diesen lokalen Teams durch regelmäßige Besuche sowohl bei ihnen als auch bei uns eine enge Beziehung. Diese Nähe zwischen der globalen Marke und den lokalen Support-Teams in den Bereichen Vertrieb, Marketing,

←
Philippe Neimark,
Geschäftsführer Anthogyr

Events und Kommunikation gewährleistet eine solide Verbindung. Dies beginnt intern mit einer starken Teambindung und erstreckt sich bis hin zu unseren Kunden und Partnern, um die Kluft effektiv zu überbrücken. Heute Morgen habe ich mich mit dem chinesischen Team ausgetauscht, und heute Nachmittag werde ich Gespräche mit dem US-Team führen. Wir waren bereits zwei Mal in China, und Teams und Kunden von dort haben uns besucht. Die zentrale Frage lautet also: Was unterscheidet Anthogyr von anderen Unternehmen? Unser Engagement, die Nähe zu unseren Kunden zu pflegen, sticht heraus. Wir organisieren Veranstaltungen wie Le Cercle in Frankreich, um das Gemeinschaftsgefühl rund um unsere Marke zu fördern (A. d. R.: Le Cercle ist eine von Anthogyr für seine Kunden organisierte Veranstaltung, bei der sich Zahnärzte, Praxisteams und Zahntechniker treffen und ihre klinischen Erfahrungen, Erfolge und Herausforderungen austauschen). Es geht nicht nur darum, eine Lösung anzubieten, sondern auch um die Werte und den Geist, die der Marke Anthogyr zugrunde liegen. Das ist es, wofür wir stehen und was wir anstreben, unabhängig von der geografischen Entfernung. Wir bemühen uns, die Nähe, die wir in China erreicht haben, auch in anderen Ländern wie z. B. Deutschland zu realisieren.

Ich verstehe, dass Sie weltweit expandieren möchten – könnten Sie uns mehr über Ihre globale Strategie erzählen?

PN: Unser Ziel ist zweifellos die globale Expansion, und wir haben bereits Schritte in diese Richtung unternommen. Wir haben uns erfolgreich in den europäischen Märkten einschließlich Osteuropa etabliert und eine starke Präsenz auf den EMEA-Märkten aufgebaut. Darüber hinaus sind wir eines der wenigen globalen Unternehmen, die auf dem chinesischen Markt aktiv sind. Zudem sind wir in den koreanischen Markt eingetreten, der als wichtiger Player im Bereich der Zahnimplantate gilt. Im kommenden Jahr planen wir, in den US-Markt einzutreten und unsere Aktivitäten in die Türkei auszuweiten, beides bedeutende Märkte für Implantate. Dabei gehen wir selektiv vor, konzentrieren uns auf Märkte mit hohem Potenzial und setzen unsere Ressourcen entsprechend ein. Wir sind uns bewusst, wie wichtig es ist, einen fokussierten Ansatz für Marketing, Vertriebsentwicklung und die Einhaltung von Vorschriften und Regulatorien zu verfolgen. Unser Ziel ist es, in einer Vielzahl von Gebieten präsent zu sein, insbesondere in den größten Märkten weltweit. Mit unserer Präsenz in den USA, der Türkei und anderen etablierten Märkten, die sich über drei Kontinente erstrecken, können wir im nächsten Jahr selbstbewusst unseren Status als globale Marke behaupten. Während dieser Expansion bleiben unsere Teams sowohl auf lokaler als auch auf globaler Ebene bestrebt, die Nähe zu unseren Kunden zu wahren.

→
Yanik Segginger, Leiter der Abteilung für globales Marketing und Fortbildung

Yanik Segginger: Zusätzlich zu unserer globalen Vision müssen wir uns intensiv mit den strengen regulatorischen Anforderungen auseinandersetzen. Beim Eintritt in neue Märkte erfordert die Einführung unserer Produkte erhebliche Investitionen in Mitarbeiter und Prozesse, um die Einhaltung der Vorschriften und die Produktregistrierung sicherzustellen. Jeder Markt hat seine eigenen Vorschriften, die bei der Einführung neuer Produkte zusätzliche Investitionen erfordern. Deshalb ist es wichtig, dass wir uns nicht übernehmen und uns auf Märkte mit hohem Potenzial und Wachstumchancen konzentrieren.

PN: Unsere Vision ist zweifellos global, jedoch ist es wichtig, ein Gleichgewicht zwischen der Expansion in neue Gebiete und der Beibehaltung unseres kundenorientierten Ansatzes zu finden. Während wir in die USA, die Türkei und darüber hinaus expandieren, bleiben unsere Teams bestrebt, starke Beziehungen zu unseren Kunden sowohl auf lokaler als auch auf globaler Ebene zu pflegen.

Sie sprachen über Vorschriften. Wie gewährleistet das Unternehmen die Einhaltung dieser Vorschriften oder Qualitätsstandards, insbesondere im Hinblick auf die neue MDR?





Anthogyr investiert in die Stärkung der Teams in den Bereichen Regulierung sowie Forschung und Entwicklung.

YS: Die Einhaltung von Vorschriften, insbesondere der neuen Medizinprodukteverordnung, ist für uns von entscheidender Bedeutung. Wir haben beträchtlich in die Stärkung unserer Teams in den Bereichen Regulierung sowie Forschung und Entwicklung investiert, da wir erkannt haben, dass Teamarbeit unerlässlich ist, um diese Anforderungen zu erfüllen. Die MDR stellt zweifellos eine Herausforderung dar, aber wir betrachten sie auch als Chance, da sie eine Eintrittsbarriere darstellt und zur Konsolidierung der Branche beiträgt. Als starke Marke innerhalb einer größeren Gruppe sind wir besser in der Lage, die Komplexität der MDR zu bewältigen. Es ist jedoch wichtig anzumerken, dass der Entwicklungszyklus eines Produkts aufgrund der regulatorischen Anforderungen länger sein kann. In dieser Hinsicht erweist sich unsere Zusammenarbeit mit der Straumann Group als äußerst wertvoll. Durch diese Partnerschaft können wir den Produktentwicklungsprozess beschleunigen, entweder durch unabhängiges Arbeiten oder durch die Nutzung der Ressourcen und des Fachwissens der Straumann Group. Letztlich ist die Einhaltung von Vorschriften wie der MDR unverhandelbar, da sie vor allem die Sicherheit der Patienten gewährleisten soll.

PN: Bezüglich der MDR haben wir umfangreiche Ressourcen mobilisiert, darunter über 15 engagierte Teammitglieder, die sich nur auf die regulatorischen Anforderungen konzentrieren. Im Laufe der Jahre haben wir beträchtliche Investitionen getätigt, um verschiedene Regulierungs- und Zertifizierungsprozesse zu unterstützen, wobei die MDR die jüngste Maßnahme ist. Dank unserer früheren internationalen Erfahrung sind wir gut auf diesen Übergang vorbereitet. Obwohl die MDR zusätzliche Investitionen erfordert und bestimmte Zeitpläne einzuhalten sind, sind wir auf dem bes-

ten Weg, die vollständige Zertifizierung bis zum nächsten Jahr zu erreichen. Es ist wichtig zu betonen, dass diese regulatorischen Anstrengungen letztendlich den Patienten zugutekommen, indem sie deren Sicherheit gewährleisten. Trotz der damit verbundenen Einschränkungen und der Verlängerung der Produktentwicklungszeiträume ist dies ein notwendiger Schritt zur Verbesserung der Patientensicherheit, dem wir uns während dieses Prozesses weiterhin verpflichten.

Es gibt signifikante Unterschiede zwischen Asien und Europa, nicht wahr?

YS: In der Tat, ein bedeutender Unterschied besteht im Bedarf an zusätzlichen klinischen Daten, insbesondere für China. Die behördlichen Anforderungen in China sind oft im Wandel. Man könnte sich bereits weit im Zulassungsprozess befinden und plötzlich mit völlig neuen Anforderungen konfrontiert werden.

Behandeln Sie den chinesischen Markt eigenständig oder im Rahmen einer Zusammenarbeit mit der Straumann Group?

PN: Unser Ansatz beinhaltet eine enge Zusammenarbeit zwischen unserer globalen Zentrale und den lokalen Teams. Wir steuern den Zulassungsprozess zentral, arbeiten jedoch eng mit unseren Kollegen in China zusammen, insbesondere im Bereich Regulatory Affairs, die uns während des gesamten Prozesses unschätzbare Unterstützung und Beratung bieten. Obwohl uns unsere amerikanischen Kollegen bei der FDA-Zulassung für die Markteinführung von Anthogyr in den USA unterstützen, liegt die Hauptverantwortung dennoch bei unserem Team hier.

YS: Dies betont die Bedeutung unserer Partnerschaft mit der Straumann Group. Durch ihre Tochtergesellschaften mit Experten für regulatorische Angelegenheiten können wir deren Fachwissen nutzen, um komplexe regulatorische Prozesse effektiv zu steuern.

Während Ihres Besuchs in unserem Unternehmen haben Sie wahrscheinlich unser striktes Qualitätsmanagementsystem bemerkt, das schon lange vor der Einführung der MDR implementiert wurde. Wir legen Wert auf strenge Qualitätskontrollprozesse in all unseren Produktionsabläufen. Ob durch automatisierte oder manuelle Kontrollen, wir gewährleisten gründliche Prüfungen in jeder Phase der Produktion. Diese Verpflichtung zur Qualität ist tief in der DNA unseres Unternehmens verankert, da wir seit über 30 Jahren Implantate herstellen und große Unternehmen in Branchen wie der Orthopädie beliefern. Die Tatsache, dass wir der einzige Lieferant für diese renommierten Unternehmen sind, unterstreicht unsere führende Rolle bei der Qualitätskontrolle und der Produktion von Spitzenqualität.

Eine Fortsetzung des Gesprächs folgt in der kommenden Ausgabe des *Implantologie Journal* 5/24.

Die Beiträge in dieser Rubrik stammen von den Herstellern bzw. Vertreibern und spiegeln nicht die Meinung der Redaktion wider.

© Kristina Bilous – stock.adobe.com

MC 2024



MASTERCLASS IMPLANTOLOGIE

FÜR WAHRE MEISTER und diejenigen, die es werden wollen

Unser implantologischer Fortbildungsherbst 2024

Eine implantologische Fortbildung, deren Ziel es ist, selbst hohe Erwartungen zu übertreffen! Profitieren Sie von 25 Jahren Erfahrung in der Implantologie mit der MasterClass von Dr. med. dent. Kai Zwanzig. Tauchen Sie in das „Stable Tissue Concept“ ein und erleben Sie praxisorientierte Seminare mit Live-OP und Hands-On-Erfahrung. Unser Komplettpaket bietet drei Kursmodule für Einsteiger und Profis gleichermaßen. Buchen Sie jetzt und erlernen Sie wertorientierte Implantologie für maximale Ästhetik und Nachhaltigkeit!

Wenn Sie unsere Werte teilen, zögern Sie nicht, sich für die MasterClass Implantologie 2024 anzumelden und erweitern Sie die Kunst Ihres zahnärztlichen Schaffens.

Wir freuen uns schon, Ihr Gastgeber zu sein!



ARGON Dental

Tel.: 06721/ 3096-0
info@argon-dental.de
www.argon-dental.de

JETZT
ANMELDEN

