

Kühnheit und Kompetenz auf französische Art

Teil 3 von 3

Mit diesem dritten und letzten Teil endet die Interviewserie mit Philippe Neimark, Geschäftsführer Anthogyr, und Yanik Segginger, Leiter der Abteilung für globales Marketing und Fortbildung.

Dr. Alina Ion



Abb. 1: Anthogyr bringt seit 77 Jahren Spitzenleistungen und Innovationen.

Implantologie Journal 6/24

Während meines Besuchs in Ihrem Unternehmen konnte ich einen umfassenden Einblick in Ihre Produkte, insbesondere Ihre Implantate, erhalten. Es ist bekannt, dass andere Hersteller von Implantaten derzeit mit Marktproblemen zu kämpfen haben und an Boden verlieren. Vor diesem Hintergrund frage ich mich, ob Ihr Unternehmen die Chance sieht, aus dieser Lage Kapital zu schlagen, insbesondere in Deutschland, wo Sie bisher Schwierigkeiten beim Markteintritt hatten. Verfolgen Sie mit der Straumann Group nun eine neue Strategie, um diese Gelegenheit zu nutzen?

Philippe Neimark: Ich halte mich stets zurück, wenn es um Kommentare zu Wettbewerbern geht. Ich glaube nicht, dass wir von ihnen abhängig sind, und ich zweifle daran, ob sie eine tatsächliche Bedrohung darstellen. Häufig sind andere Marken Teil größerer Konzerne, und es scheint, dass sie sich strategisch dazu entscheiden, sich von bestimmten Produkten zugunsten ihrer firmeneigenen Marken zu trennen, anstatt dass inhärente Produktprobleme vorliegen. Meine deutschen Kollegen mögen vielleicht über bessere Marktkennntnisse verfügen als ich, aber das ist meine Ansicht. Ob diese Entwicklung für uns eine Chance bietet, hängt von unserer derzeitigen Marktposition ab. Der Markt selbst ist eine Gelegenheit. Wir sind nicht darauf angewiesen, schwächere Wettbewerber zu haben, um erfolgreich zu sein. Un-

sere Produkte zeichnen sich durch herausragende Lösungen aus, und wir haben viel zu bieten. Der Status unserer Wettbewerber ist irrelevant, unser Fokus liegt darauf, die bestmöglichen Lösungen für unsere Kunden zu entwickeln, wobei wir auf industrielle Spitzenleistungen, Leistung, Qualität und die Einhaltung von Vorschriften setzen.

Unsere Produkte sollten für unsere deutschen Kollegen attraktiv sein, unabhängig von etwaigen Problemen mit anderen Implantatsystemen. Unser Ziel war es schon immer, marktführende Lösungen zu entwickeln. Letztendlich liegt die Entscheidung bei den Kunden, und unsere Aufgabe ist es, sie von unserem Angebot zu überzeugen. Wir müssen einfach unser Bestes geben.

Aber das ist keine leichte Aufgabe, Sie müssen die deutsche Dentalindustrie und den Markt überzeugen.

PN: Ich behaupte nicht, dass es eine Kleinigkeit ist. Die Überzeugung der deutschen Dentalindustrie und des Marktes ist keine einfache Aufgabe. Aber wir haben nie den Gedanken verfolgt, dass wir erfolgreich sein werden, weil ein Konkurrent schwach ist. Unser Ansatz ist es, gründlich zu arbeiten und die bestmöglichen Lösungen anzubieten – und ich denke, das haben wir getan. Unser Engagement für den Markterfolg ist stark. Anthogyr hat eine lange Tradition, und ich denke, wir beginnen jetzt ein neues Kapitel.

* Die Beiträge in dieser Rubrik stammen von den Anbietern und spiegeln nicht die Meinung der Redaktion wider.

INTERNATIONAL BLOOD CONCENTRATE DAY

BIOLOGISIERUNG IN DER
REGENERATIVEN ZAHNMEDIZIN

12./13. SEPTEMBER 2024

RADISSON BLU HOTEL FRANKFURT AM MAIN

**HIER
ANMELDEN**

www.bc-day.info





Abb. 2 und 3: Philippe Neimark (links), Geschäftsführer Anthogyr, und Yanik Segginger, Leiter der Abteilung für globales Marketing und Fortbildung.

Implantologie Journal 6/24

Der Schlüssel zum Erfolg bleibt unverändert: Wir bieten die besten Produktlösungen und globale Fortbildungen an und pflegen enge Kundenbeziehungen. Diese Werte prägen unsere Marke. Als wir erstmals auf den deutschen Markt kamen, kannte uns niemand. Jetzt bringen wir noch bessere Lösungen auf den Markt und gehen eine Partnerschaft mit dem führenden Implantathersteller in Deutschland ein. Diese Zusammenarbeit bietet uns Fachwissen, Markenbekanntheit, Marketing, Kommunikation und lokalen Kundenservice durch die Straumann Group, was unsere Position erheblich stärkt.

Yanik Segginger: Genau. Neben allem, was Philippe erwähnt hat, umfasst unsere Expertise jetzt auch digitale Lösungen. Früher haben wir nur Implantate verkauft. Heute bieten wir dank der Gruppe einen vollständigen digitalen Workflow mit Scannern, Druckern und Biomaterialien an. Diese umfassende Lösung hebt uns von anderen ab.

Es scheint, dass Sie seit Ihrem Eintritt in die Straumann Group positive Erfahrungen gemacht haben ...

PN: Wir befinden uns in der Tat in einer außergewöhnlichen Position. Die Entscheidung zur Zusammenarbeit lag hauptsächlich bei uns, was ein wichtiger Faktor ist. Darüber hinaus erstreckt sich unsere Beziehung zur Straumann Group über fast ein Jahrzehnt, von den ersten Gesprächen und der Partnerschaft im Jahr 2014 bis zur Kapitalbeteiligung im Jahr 2016. Diese langjährige Partnerschaft hat ein tiefes Verständnis zwischen unseren Unternehmen geschaffen. Unsere gemeinsame Geschichte betont die enge Übereinstimmung unserer Werte, unserer Expertise und unseres Engagements für Innovation.

Die Verschmelzung unserer Marken war eine bewusste Entscheidung, die von unserer Überzeugung getragen wurde, dass die Kombination unserer Stärken mit dem beeindruckenden Markenwert der Straumann Group unvergleichliche Vorteile bringen würde, insbesondere auf dem deutschen Markt und darüber hinaus. Diese strategische Allianz stärkt unsere Fähigkeit, den vielfältigen Bedürfnissen unserer Kunden weltweit gerecht zu werden.

Unsere Zusammenarbeit geht weit über den reinen Vertrieb und das Marketing hinaus; sie durchdringt jede Facette unserer Tätigkeit. Die Abteilungen greifen nahtlos ineinander und fördern synergetische Beziehungen, die unsere gemeinsamen Fähigkeiten verbessern. Die Mehrmarkenstrategie der Straumann Group bewahrt die Eigenständigkeit der einzelnen Marken, ermöglicht aber auch die gemeinsame Nutzung von Ressourcen und Fachwissen und ebnet so den Weg für mehr Effizienz und lokalen Support.

Unsere Gruppenzugehörigkeit erweitert den Umfang unserer Lösungen und ermöglicht es uns, uns an die sich wandelnde Landschaft der zahnmedizinischen Praxis anzupassen, in der digitale Arbeitsabläufe dominieren. In der heutigen Dentalbranche hängt der Erfolg nicht nur von Produkten ab, sondern von maßgeschneiderten Lösungen, die den Anforderungen moderner Praxen gerecht werden. Als Teil der Straumann Group haben wir Zugang zu führenden digitalen Technologien und Plattformen. Dadurch können wir die sich verändernden Bedürfnisse unserer Kunden mit unvergleichlicher Flexibilität und Innovation erfüllen.

Es war mir eine Freude, das Unternehmen Anthogyr kennenzulernen und mit Ihnen beiden zu sprechen. Vielen Dank für Ihre Zeit!

Teil 1



Teil 2



* Die Beiträge in dieser Rubrik stammen von den Anbietern und spiegeln nicht die Meinung der Redaktion wider.