Interview

„Wir können als Marke selbstbewusst auftreten!“

Carestream Dental ist Zahnmedizinern bislang vorrangig als exklusiver Hersteller der Kodak Dental Systems Produkte bekannt. Zukünftig vertreibt das Unternehmen seine Bildgebungssysteme als autarke Marke Carestream Dental. Im Interview sprechen Frank Bartsch, Trade Marketing Manager Carestream Dental, und Nicola Gizzi, Vertriebsleiter Carestream Dental, über den Marken-Switch und die neue Ausrichtung.

Kodak Dental Systems heißt jetzt Carestream Dental. Wie bekannt ist die Marke Carestream Dental in der Zahnmedizin?

Bartsch: Carestream Dental ist als Marke bei den Zahnärzten natürlich noch nicht so bekannt wie Kodak, die es ja schon hundert Jahre gibt. Das ist ein dynamischer Prozess, an dem wir bereits seit einigen Jahren intensiv arbeiten und der weiterhin Zeit in Anspruch nehmen wird. Zahnmediziner, die sich für Kodak Dental Systems interessieren, finden diese seit 2007 an den Messeständen von Carestream Health und seit 2010 bei Carestream Dental. Der Name Carestream steht damit für hochqualitative Spezialprodukte. Alle Broschüren und Anzeigen, in denen wir über Kodak Dental Systems informierten, waren im Design von Carestream gehalten. Im Internet finden Kunden Informationen zu den Kodak Dental Systems auf der Website von Carestream Dental. Jeder, der sich in den letzten Jahren mit Kodak Dental Systems auseinandergesetzt hat, ist also auch Carestream Dental begegnet.

▲ Frank Bartsch, Trade Marketing Manager Carestream Dental

Gizzi: Darauf aufbauend tragen unsere Neuprodukte seit der IDS 2011 nicht mehr das Label Kodak Dental Systems, sondern CS als Abkürzung für Carestream. Unter anderem haben wir so das DVT CS 9300 oder den Intraoralscanner CS 7600 im Jahr 2011 in den Markt eingeführt. Lediglich die Röntgenfilme sind weiter unter dem Label Kodak Dental Systems erhältlich. Produzent und Inhaber der Patente ist aber Carestream Dental.

Wie ist die Markteinführung der CS-Produkte verlaufen?

Gizzi: Der Name allein hat die Nachfrage nicht bestimmt, sondern die Features der Produkte. Wir haben auf der IDS und auch auf den regionalen Fachmessen 2011 verschiedene Innovationen vorgestellt und uns klar als Imaging Spezialist positioniert. Unser neues DVT CS 9300 bietet durch sein „Flexi-Field-of-View“ von 5 x 5 bis 17 x 13,5 cm alle für die Zahnarztpraxis notwendigen Volumengrößen, sodass durch Auswahl des optimalen Volumens die Strahlendosis so gering wie möglich gehalten werden kann. Mit dieser und weiteren Funktionen hat das CS 9300 im Markt eine hohe Akzeptanz erreicht.

Bartsch: Wir sind mittlerweile als etablierte Premiummarke bekannt. Sehr viele Zahnmediziner und ihre Teams besuchten auf Messen den Stand von Carestream Dental und probierten die CS-Produkte aus. Die genaue Produktbezeichnung war da in den meisten Fällen eher Nebensache. Auch bei unserem neuen Intraoralscanner CS 7600 interessierten sich die Messebesucher stärker für die Auflösung auf dem Vorschaudisplay als für die Typenbezeichnung.

Die Kunden wollen Qualität, dafür stand Carestream Dental bereits als exklusiver Produzent der Kodak Dental Systems Produkte. Die Modellbezeichnung CS ist ein Siegel für ausgereifte Hightech-Technologie.

Warum verwenden Sie den Markennamen Kodak Dental Systems nicht weiter?

Bartsch: Die Käufer unserer Produkte sollen auf den ersten Blick sehen, was sie kaufen. Carestream Dental ist eine weltweite Marke, deren Name zwar nicht so einfach wie Kodak, aber sehr logisch ausgerichtet ist. CS steht für den Marktführer in der dentalen Bildgebung, der als Imagingspezialist die besten bildgebenden Systeme für Zahnmediziner auf der Welt

Wir freuen uns auf Ihre Meinung: dz-redaktion@oemus-media.de

Nicola Gizzi, Vertriebsleiter Carestream Dental

entwickelt und produziert. Damit können wir als Marke selbstbewusst auftreten. Wir wollen die konsequente Produktbezeichnung Carestream Dental stärken und gleichzeitig gegenüber unseren Kunden ein eindeutiges Statement abgeben. Der Carestream Faktor zeichnet den Zahnmedizinern ein deutliches Bild von der Marke.

Was verstehen Sie unter dem Carestream Faktor?

Bartsch: Der Carestream Faktor baut auf drei Eckpunkten auf: Wir entwickeln erstens Technik für Menschen, diese Technik hat zweitens die beste Bildqualität und erleichtert drittens den Workflow in der Praxis spürbar. Das Logo von Carestream Dental in Form eines Dreiecks versinnbildlicht diese Eckpunkte. Über den Switch zwischen Kodak Dental Systems und Carestream Dental informieren wir in einer Werbekampagne. Auf die Frage „Who cares?“ antworten wir dabei ganz einfach mit „Carestream Dental Cares!“. Damit kann jeder etwas anfangen.

Schon bei der Entwicklung von Ideen für neue Produkte achten wir stark darauf, unsere Technologien für Zahnmediziner und ihre Patienten so einfach wie möglich zu gestalten. Als Ergebnis erlauben unsere Imaging Systeme auch für den Patienten gut nachvollziehbare Behandlungsstrategien und damit eine jederzeit offene Kommunikation. Das ist der Schlüssel zum Vertrauen der Patienten und damit auch zu einer bestmöglichen Behandlung. Die Details, die mit unseren Systemen sichtbar werden, lassen noch schnellere und noch genauere Diagnosen zu. Zahnmediziner sollen Probleme nicht nur erkennen, sondern auch sofort sehen, wie behandelt werden kann – und das ermöglichen die ausgereiften Technologien von Carestream Dental auf höchstem Niveau.

Was bedeutet der Marken-Switch für den technischen Service?

Gizzi: Die Geräte mit dem Label Kodak Dental Systems stammen aus der Entwicklung von Carestream. Sie wurden in dem gleichen Werk nahe Paris produziert, in dem auch die Carestream Dental Produkte hergestellt werden. Bei der Ersatzteilbeschaffung und dem technischen Service wird es also keine Veränderungen geben, da sich weder die Produktions- noch die Unternehmensstruktur verändern.

Bartsch: Es wechselt ja lediglich der Name, die Technologie wird bei Carestream Dental von den gleichen Spezialisten entwickelt und mit der gleichen Professionalität produziert, wie dies bei Kodak Dental Systems der Fall war.

Ist so eine Umstellung nicht sehr teuer und aufwendig?

Bartsch: So paradox es klingt, finanziell gewinnt das Unternehmen durch die alleinige Verwendung des Markennamens Carestream Dental, da keine Lizenzgebühren für den Markennamen Kodak Dental Systems mehr anfallen. Mittelfristig können wir dadurch noch stärker in die Weiter- und Neuentwicklung unserer innovativen Produkte investieren – unsere Kunden profitieren also doppelt: Zum einen sprechen wir nur noch mit einer Stimme und sind dadurch besser verständlich, zum anderen werden mehr Ressourcen in der Entwicklung frei.

Herr Bartsch, Herr Gizzi – vielen Dank!

>> KONTAKT

Carestream Health Deutschland GmbH
Hedelfinger Straße 60
70327 Stuttgart
Tel.: 0711 20707306
E-Mail:
europedental@carestream.com
www.carestreamdental.com

ANZEIGE