

editorial



Implantologiemarkt 2014 – Auf einem guten Weg

Der Implantologiemarkt ist trotz nach wie vor anhaltender Probleme auf einem guten Weg. Die Implantologie verzeichnet heute nicht mehr ganz so starke Zuwächse wie noch vor einigen Jahren, aber das Volumen bewegt sich weiterhin auf hohem Niveau. Das ohne Zweifel vorhandene Potenzial des Marktes gilt es durch neue Wachstumsstrategien zu mobilisieren. Ganz klar stehen Themen wie CAD/CAM, das Preisniveau sowie die Frage nach der Rolle von Keramikimplantaten als ernst zu nehmendes Angebot nicht nur im Premiumsegment zur Debatte. Die Unternehmen stellen sich mit unterschiedlichen Strategien den neuen Herausforderungen. Das Preis-Leistungs-Verhältnis wird zu einem wichtigen Erfolgsfaktor. Ob in einem hoch potenten Markt der ausschließliche Weg über den Preis und die damit verbundene Kannibalisierung notwendig oder gerade im Hinblick auf Qualität, Service und Innovationsfreudigkeit langfristig sinnvoll ist, muss diskutiert werden. Die Unternehmen werden in diesem Kontext bestimmte Strukturen hinsichtlich Effizienz und Kosten prüfen müssen. Immerhin setzen die meisten Firmen in dieser Situation konsequent auf die Markterweiterung. Nach wie vor werden Implantatsysteme und implantologisches Equipment verbessert oder neu entwickelt auf den Markt gebracht. Diese „permanente Innovation“ dient sicher der Fortentwicklung der Implantologie als Ganzes, hat aber auch zur Folge, dass es selbst für versierte Anwender kaum noch möglich ist, zwischen echten und vermeintlichen Neuerungen zu unterscheiden bzw. den Implantologiemarkt als solchen zu überblicken.

Darüber hinaus ist eine Schwerpunktverschiebung hin zur Prothetik und zur Zusammenarbeit zwischen Zahnarzt und Zahntechniker zu beobachten. Diese zunehmende Fokussierung auf die Prothetik ist Ausdruck einer veränderten Herangehensweise in der Implantologie und hat bereits gravierende Konsequenzen für den gesamten Markt. Haben sich in der Vergangenheit die Implantatanbieter vorzugsweise über den Markenkern „Schraube“ an sich und damit über Themen wie Oberfläche, Design und Implantat-Abutment-Verbindungen definiert, profilieren sich insbesondere die großen, international agierenden Unternehmen immer mehr zu Anbietern von kompletten Lösungen, welche in der Folge sowohl konventioneller Zahnersatz oder auch die implantatgetragene Prothetik bedeuten können. Mittels durchgängiger Digitalisierung, beginnend bei der 3-D-Diagnostik und digitalen Abdrucknahme, über die computergestützte Planung und Navigation bis hin zur CAD/CAM-gefertigten prothetischen Versorgung können die Abläufe bei implantologischen und prothetischen Arbeiten erleichtert werden. Zudem wird eine immer engere Einbeziehung des Patienten in die Planung seines Zahnersatzes möglich. Allerdings wird die Implantologie im Zuge dieser Entwicklungen deutlich komplexer und in der Regel auch kostenintensiver. Hier liegt angesichts stagnierender Implantatverkäufe, insbesondere auf dem deutschen Markt, ein entscheidendes Problem für die Zukunft.

Nach einer Phase der Fokussierung auf MKG- und Oralchirurgen sowie einen Kern von implantologisch tätigen Zahnärzten gilt es, verstärkt die breite Masse der Zahnärzte ins Boot zu holen. Neben der High-End-Implantologie muss auch Raum sein für einfachere, z.T. auch standardisierte implantologische Behandlungskonzepte, die in nahezu jeder Zahnarztpraxis umsetzbar sind.



Jürgen Isbaner
Chefredakteur ZWP Zahnarzt Wirtschaft Praxis,
Mitglied des Vorstandes der OEMUS MEDIA AG