

Im Implantologiemarkt auf „mehrWert+“ setzen

Im Rahmen der ZWP online Gesprächsreihe „Business-Talk“ traf Wolfgang Becker, Geschäftsführer der Straumann GmbH, Freiburg im Breisgau, Deutschland, Jürgen Isbaner, Chefredakteur ZWP/DT D-A-CH, zum Interview.

FREIBURG IM BREISGAU – Die Straumann GmbH mit Sitz in Freiburg im Breisgau ist Teil der Straumann Gruppe – einem der weltweit führenden Anbieter im Bereich der dentalen Implantologie, restaurativen Zahnmedizin und oralen Geweberegeneration. Alle Produkte und Dienstleistungen werden Zahnärzten und Zahnlabors auf der ganzen Welt angeboten.

Jürgen Isbaner: Nach Auffassung vieler Experten befindet sich der Implantologiemarkt derzeit im Umbruch. Trotz großer Anstrengungen der führenden Unternehmen auf dem Gebiet von Forschung und Entwicklung stagnieren die Verkaufszahlen. Wie schätzen Sie die derzeitige Marktsituation ein und welche Hauptentwicklungsrichtungen sind Ihrer Meinung nach erkennbar?

Wolfgang Becker: Es findet tatsächlich ein Umbruch statt. Der Markt stagniert seit ca. zwei bis drei Jahren und trotz neuer Materialien oder Innovationen konnte kein positives Wachstum generiert werden. Das heißt, dass eine Verschiebung vom konventionellen zum implantatgetragenen Zahnersatz nicht stattgefunden hat. Des Weiteren gab es eine Verschiebung der Stückzahlen vom Premiumsegment hin zum sogenannten Value- oder Billigsegment. Dieser Trend ist Realität und dem versuchen wir uns auch zu stellen.

Kunden wünschen sich ein übersichtliches Produktsortiment und transparente Preise – das sind die Ergebnisse der Marktforschung und einer von Straumann initiierten Kundenumfrage. Wir haben darauf reagiert und offerieren seit Januar 2014 unter der Bezeichnung „mehrWert+“ ein optimiertes Implantatangebot. Kunden erhalten jetzt das beste Straumann-Implantatmaterial Roxolid in Kombination mit der SLActive- oder SLA-Oberfläche zum gleichen oder günstigeren Preis im Vergleich zum entsprechenden Titan-Implantat. Der Behandler wählt bei uns zwischen zwei Oberflächen, zwei Materialien und drei Preisen. Erfahrene Implantologen finden so für jede spezielle Indikation ihr Implantat, und für Neueinsteiger gibt es einfache und günstige Starterpakete. Zu attraktiven Konditionen gibt es von Straumann auch weiterhin ein im Umfang reduziertes Titan-SLA-Sortiment, speziell für preis-sensitive Patienten.

Wir setzen also mit „mehrWert+“ ganz konsequent auf unser bestes Implantatmaterial. Roxolid ist einzigartig im Hinblick auf Festigkeit und Osseointegrationseigenschaften.

Unser Ziel als Premiumanbieter ist es, bestmögliche Lösungen und Produkte zum Wohle des Patienten zu entwickeln und dabei gleichzeitig die Wettbewerbsfähigkeit unserer Kunden laufend zu steigern. Wir setzen dabei ganz klar auf ein über-



Wolfgang Becker, Geschäftsführer der Straumann GmbH.

dieses Jahr bereits sein 60-jähriges Jubiläum.

Dank seiner Wurzeln im Bereich der Schweizer Feinmechanik sowie ausgezeichneter klinischer Ergebnisse ist das Straumann® Dental Implant System für seine Qualität und Zuverlässigkeit bekannt. Es zählt zu den meistdokumentierten Implantatsystemen der Welt.

Mit Straumann® CARES® Digital Solutions bieten wir Zahnärzten eine umfassende Lösung im Bereich der digitalen Zahnmedizin – zuverlässig, präzise und an ihren Bedürfnissen orientiert. Zusätzlich zum Implantatsystem und den Prothetikkomponenten bietet Straumann regenerative Lösungen, die für die Geweberegeneration zur Unterstützung von Implantatversorgungen oder zur Zahnerhaltung nach

Darüber hinaus gehen wir mit unserem Serviceprogramm MORE THAN IMPLANTS™ gezielt auf die Bedürfnisse unserer Kunden ein. Wir bieten hier modulare Leistungen an, die aufgrund der individuellen Situation ausgewählt und eingesetzt werden können. Die Gesamtheit der Leistungen von MORE THAN IMPLANTS™ ist optimal auf die Abläufe in Praxis und Labor abgestimmt.

Im Rahmen der EAO-Tagung 2013 in Dublin wurde bereits das Straumann-Keramikimplantat vorgestellt, die offizielle Markteinführung war Ende April dieses Jahres in Genf. Welche Rolle werden Keramikimplantate künftig allgemein und speziell im Straumann-Portfolio spielen?

Keramikimplantate sind heute sicher noch eine Nischenlösung und werden vor allem von Patienten, die ein metallfreies Implantat wollen, nachgefragt. Das neue Keramikimplantat von Straumann (Ceramic Implant Monotype – CIM) ist derzeit als Monotyp-Implantat ausgeführt, und seine Oberfläche ist mit SLA vergleichbar, auch bezüglich der Einheilung im Knochen. Mit diesem elfenbeinfarbenen Keramikimplantat können wir den Behandlern eine neue ästhetische Lösung anbieten für Patienten mit besonderen Bedürfnissen, z. B. Patienten mit dem Wunsch nach metallfreien Optionen. Damit können sie ihr Behandlungsportfolio auf innovative Weise erweitern, ohne dabei auf die bewährte wissenschaftlich fundierte Straumann-Qualität verzichten zu müssen.

Ungeachtet dieser Premiumstrategie reagiert Straumann auf die Herausforderungen im Markt auch mit gezielten Akquisen im sogenannten Value-Segment. Welche strategische Konzeption steckt dahinter und wie werden die einzelnen Marken am Markt positioniert?

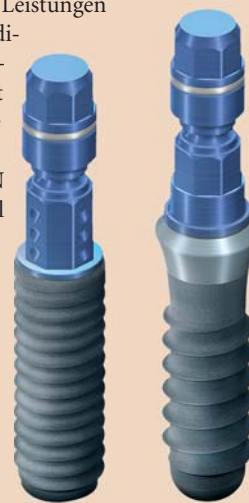
In der Tat reagieren wir offensiv auf die sich verändernden Marktbedingungen.

Im Verlauf des vergangenen Jahres haben wir wichtige Akquisi-

tionen bekannt gegeben, die das strategische Ziel verfolgen, auch im sogenannten Value-Segment im Markt für Zahnersatz ein weltweit führender Anbieter zu werden. Der erste Schritt der Gruppe außerhalb des Premium-Segments war zunächst die Übernahme von 49 Prozent an Neodent, dem Implantologie Marktführer in Brasilien. Die im Herbst letzten Jahres bekannt gegebene Übernahme von Medentika und einer 30-Prozent-Beteiligung bei Createch Medical sind ebenfalls Ausdruck dieser strategischen Aktivitäten.

Alle Unternehmen operieren – unabhängig von Straumann – mit verschiedenen Marken mit eigener Ansprache und Philosophie, eigenen Vertriebsorganisationen sowie eigener Produktion. Dies widerspiegelt

die Mehr-Marken-Strategie, die Straumann bereits mit der Marke Neodent umsetzt. Die Philosophie von Straumann, hervorragende Produkte und Lösungen anzubieten, deren klinische Erfolgsnachweise dokumentiert sind und die durch ausgezeichnete Dienstleistungen ergänzt werden, bleibt bestehen.



Alle Roxolid-Implantate werden mit dem neuen Loxim-Transferteil geliefert.

Die Attraktivität der dentalen Implantologie hat zu einer Zunahme lokaler Value-Anbieter geführt, die preisgünstige Nachahmerprodukte bereitstellen. Obwohl viele dieser Produkte unserer Ansicht nach bezüglich Innovation, Qualität, Kundendienst, Komfort und Sicherheit nicht mithalten können, müssen wir akzeptieren, dass eine wachsende Zahl von Kunden den erwiesenen Mehrwert, den eine Premium-Marke wie Straumann bietet, nicht immer honorieren wollen – besonders bei restaurativen Produkten.

Um auf diese Bedürfnisse einzugehen und gleichzeitig das damit verbundene große Geschäftspotenzial zu nutzen, bauen wir eine Plattform mit Value-Marken auf, bei der Medentika und Neodent eine wichtige Rolle spielen werden. Als spezialisierte Anbieterin höchstwertiger Prothetik wird Createch sowohl unsere Premium- als auch die Value-Plattform bedienen. Alle drei sind gut geführte, profitable Unternehmen mit wachsender Präsenz in wichtigen Märkten und damit ein wertvoller strategischer Gewinn für uns. Mit einer partiellen Beteiligung ist sichergestellt, dass jedes Unternehmen seine Flexibilität, den eigenen Charakter und die eigene Dynamik beibehalten kann.

Vielen Dank für das Gespräch! ☒

Straumann GmbH

Tel.: +49 761 4501-0
www.straumann.de



Sicherlich auch als Reaktion auf die soeben beschriebenen Entwicklungen hat Straumann kürzlich die Initiative „mehrWert+“ gestartet. Was beinhaltet die Initiative und welches Ziel wird damit verfolgt?

Zunächst einmal bedeutet das im Kern, dass Kunden und Patienten von einem verbesserten Preis-Leistungs-Verhältnis bei Zahnimplantaten profitieren. Das Hochleistungsmaterial Roxolid ersetzt ab sofort ohne Mehrkosten Titan als Standardmaterial bei Straumann-Implantaten. Mit dieser bedeutenden Umstellung wollen wir einen neuen Standard in der Implantologie setzen.

sichtliches Sortiment und transparente Preise. Vom Material-Upgrade von Titan auf Roxolid profitieren Behandler und Patienten gleichermaßen.

Sie haben das Stichwort Premiumanbieter gegeben. Was zeichnet Ihrer Meinung nach einen Premiumanbieter auf dem Gebiet der Implantologie aus und welche Produkte bzw. welchen Service bietet Straumann hier konkret?

Straumann gilt als Pionier und weltweit führender Anbieter im Bereich der Dental-Implantologie. Gegründet 1954, begeht Straumann

Parodontosebehandlungen eingesetzt werden können. Ein weiterer zentraler Punkt sind Forschung, Entwicklung und Fortbildung. Heute leistet das Unternehmen weltweit den größten Beitrag zur Forschung und Entwicklung in der Branche. Straumann führt zudem Kurse für zahnmedizinisches Fachpersonal durch. Dabei arbeitet das Unternehmen eng mit dem Internationalen Team für Implantologie (ITI) zusammen. Das ITI ist ein internationales Netzwerk aus Zahnärzten und Forschern führender Kliniken, Forschungsinstituten und Hochschulen auf der ganzen Welt.

DAS NEUE E-LEARNING CURRICULUM IMPLANTOLOGIE DER DGZI

Seit diesem Jahr wurde das erfolgreiche implantologische Curriculum der DGZI umfassend überarbeitet und präsentiert sich jetzt mit innovativen Komponenten für einen schnellen Erfolg.

Das neue CURRICULUM IMPLANTOLOGIE der DGZI umfasst nun sechs Pflichtmodule und zwei Wahlmodule. Drei Pflichtmodule sind zukünftig E-Learning Module und drei Pflichtmodule sind Präsenzveranstaltungen mit Workshop Charakter, in denen das per E-Learning aufgenommene Wissen durch praktische Übungen perfektioniert wird. Unter diesem Gesichtspunkt kann im Bereich der Präsenzausbildung die praktische und praxisorientierte Komponente viel stärker berücksichtigt werden. Die Wahlmodule richten sich nach den Schwerpunktinteressen der Kollegen und gehen von praktischen Intensivübungen bis zur Alterszahnheilkunde unter implantologisch prothetischen Gesichtspunkten.

**BIS ZU 160
FORTBILDUNGS-
PUNKTE**



„DAS FORTBILDUNGSPROGRAMM DER DGZI“

Erstmalig finden Sie hier einen Gesamtüberblick über die Fortbildungsaktivitäten der ältesten wissenschaftlichen implantologischen Fachgesellschaft Deutschlands. Besonderes Interesse findet seit Januar 2014 bei vielen interessierten Zahnärztinnen und Zahnärzten das neue CURRICULUM IMPLANTOLOGIE mit E-Learning Modulen.

Mehr zum DGZI Curriculum und zu vielen anderen Fortbildungen im „Fortbildungsprogramm der DGZI“ und auf www.dgzi.de.

WEITERE INFORMATIONEN ERHALTEN SIE BEI DER



Deutsche Gesellschaft für Zahnärztliche Implantologie e.V.

Geschäftsstelle: Paulusstraße 1, 40237 Düsseldorf

Tel.: 0211 16970-77 | Fax: 0211 16970-66 | sekretariat@dgzi-info.de | www.dgzi.de