

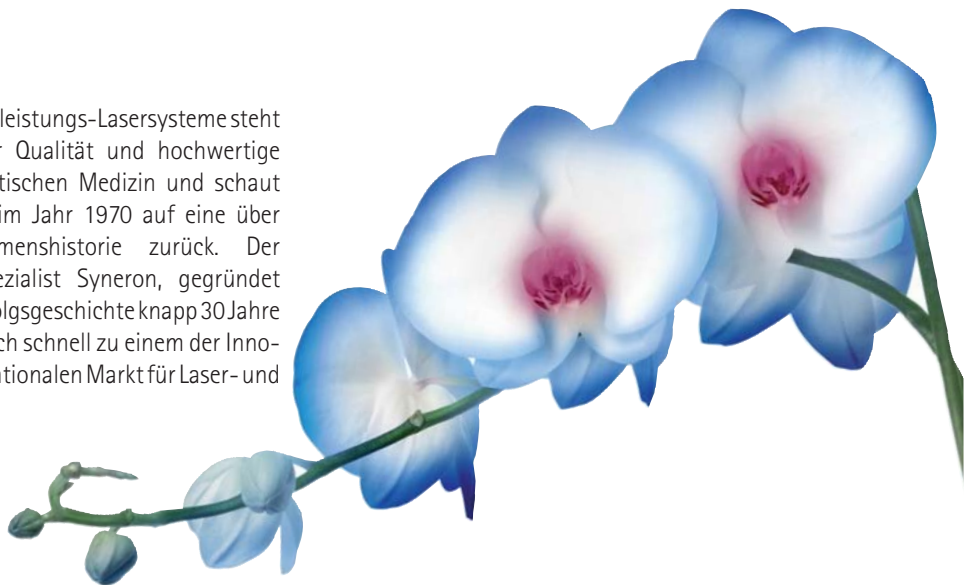
Zwei Marken, eine Einheit

Autorin: Susan Oehler



Seit der Fusion von Syneron und Candela im Jahr 2010 bilden beide Marken gemeinsam einen innovativen und maßgeblichen Protagonisten auf dem internationalen ästhetisch-medizinischen Gerätemarkt. Unter dem Namen Syneron Candela vereint das Unternehmen nicht nur ein breit aufgestelltes Produktspektrum, sondern bündelt auch die Kompetenzen eines markterfahrenen Laserpioniers mit der Innovationskraft eines dynamischen Entwicklergeistes.

Als Hersteller für Hochleistungs-Lasersysteme steht Candela bis heute für Qualität und hochwertige Produkte in der Ästhetischen Medizin und schaut seit seiner Gründung im Jahr 1970 auf eine über 40-jährige Unternehmenshistorie zurück. Der israelische Ästhetikspezialist Syneron, gegründet 2000, startete seine Erfolgsgeschichte knapp 30 Jahre später und etablierte sich schnell zu einem der Innovatoren auf dem internationalen Markt für Laser- und Hochleistungssysteme. Seit der Entwicklung des ersten Farbstofflasers für die Dermatologie sind nun be-



reits vier Jahrzehnte vergangen und auch die Marktbedingungen haben sich damit einhergehend verändert. Aus diesem Grund entschloss sich Syneron im Jahr 2010 dazu, den Laserhersteller Candela zu kaufen und beide Firmen auf diesem Weg zu einem zukunftsweisenden und konkurrenzfähigen Unternehmen zusammenzuschließen, das in sich die Produktschwerpunkte beider Marken synergetisch ergänzt. Die verstärkte Ausrichtung von Syneron auf ästhetische Behandlungsgeräte komplettiert die auf medizinische Indikationen abzielende Produktpalette von Candela zu einem vielseitigen Sortiment.

Heute stellt Syneron Candela ein Unternehmen mit zwei eigenständigen Marken dar, die ein gemeinsames Ziel verbindet: Kunden weltweit durch höchste Qualität zu überzeugen und zufriedenzustellen.

Aktiv im Wachstumsmarkt

Laut eigener Aussage positioniert sich Syneron Candela im Gesamtmarkt unter den Top 3 der führenden Hersteller. Insbesondere die Bekanntheit der Marke Candela ist bei der Zielgruppe im deutschen Markt hoch. Syneron steht hierzulande zwar noch

am Anfang seiner Erfolgsgeschichte, doch bringen Innovationstrieb und Entwicklungsgeist die Stärkung des Markennamens voran. Motivation dafür ist nicht zuletzt der fortschrittliche Geist des Syneron-Gründers Dr. Shimon Eckhaus, Erfinder der IPL-Technologie zur dauerhaften Haarentfernung und Mitentwickler der Elos-Technologie. Mit Weitblick entwickelte er ein Unternehmen, das sich inzwischen auch in Deutschland inmitten eines boomenden Wachstumsmarktes wiederfindet. Vor allem in den Bereichen der minimal- und noninvasiven Hautverjüngung, Hautstraffung und Body-Contouring ist eine stetig steigende Nachfrage zu verzeichnen, was Syneron Candela große Entwicklungschancen eröffnet.

Als Reaktion auf den seit rund vier Jahren exponentiell wachsenden Ästhetikmarkt ist das Unternehmen seit 2010 mit einer direkten Niederlassung im hessischen Neu-Isenburg vertreten, von der aus die Tätigkeiten der Kooperationspartner aus dem Handel ebenso wie die der Kunden unterstützt und betreut werden. Im Zentrum der Aktivitäten stehen neben der Imageförderung auch die jeweiligen Produktschwerpunkte der beiden Markenbereiche. Für Candela sind dies das Haarentfernungslasersystem GentleMax Pro sowie der Farbstofflaser Vbeam®, während sich Syneron unter anderem mit dem VelaShape III auf die Körperkonturierung und Hautstraffung konzentriert.

Teamgeist

Keine Firma kann ohne den Rückhalt ihrer Mitarbeiter Erfolgsgeschichte schreiben. Mit weltweit rund 600 Beschäftigten, eingeteilt in die Vertriebsregionen APAC (Asien-Pazifik), USA und EMEA (Europa-Mittlerer Osten-Afrika), pflegt Syneron Candela eine durch Zusammenarbeit und gegenseitige Unterstützung geprägte Unternehmenskultur. Innerhalb der einzelnen Vertriebsregionen – sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene – erleichtern interne Absprachen zwischen den Teams aus Technik, Verkauf und Marketing den Mitarbeitern ihre Aufgaben, regelmäßige Management-Meetings im Bereich Service und Sales sorgen für einheitlich konzipierte Strategien. Innerhalb Europas ergänzen in Frankreich, Spanien, Italien, Großbritannien und Deutschland Direktniederlassungen die gut vernetzte Händlerstruktur. Die deutsche Belegschaft, bestehend aus 13 Mitarbeitern, ist in den Bereichen Vertrieb, Service, Marketing und Verwaltung tätig. Durch Teamevents wie Weihnachtsfeiern und Sommerfeste wird hier das Gemeinschaftsgefühl gestärkt und ein produktives Miteinander gefördert.

Der nächste Schritt in Richtung eines harmonisierten öffentlichen Auftritts beider Marken bestand in der Einführung des neuen Logos, das die beiden



Abb. 1: Julia Horn (Marketing Syneron Candela) und Steffen Kohlstedde (Sales Manager Syneron Candela) präsentieren den VelaShape III.

Marken, Syneron und Candela, in gleicher Schrift und durch ein gemeinsames Corporate Design vereint darstellt.

Service, Qualität, Innovation

Um langfristig auf dem deutschen Markt bestehen zu können, ist die Etablierung eines reaktionsschnellen und zuverlässigen Kundendienstnetzwerkes unabdingbar. Steffen Kohlstedde, Sales Manager für Deutschland und Österreich bei Syneron Candela, ist stolz auf sein eingespieltes Team:

„Die meistgestellten Fragen nach dem Kauf eines medizinischen Behandlungsgerätes lauten ‚Wo wohnt der nächste Techniker?‘ und ‚Wo befindet sich Ihre Niederlassung?‘. Bei einer Investition dieser Größen-



Abb. 2: Nach fünfjähriger Entwicklungsarbeit ist der PicoWay ab sofort verkäuflich.

SYNERON CANDELA®

Abb. 3: Im Schulungsraum der Neu-Isenburger Zentrale von Syneron Candela finden Vorführungen und Workshops für interessierte Anwender statt.

ordnung muss schnelle Hilfe bei etwaigen technischen Schwierigkeiten oder Fragen gewährleistet sein. Diesen Service können wir durch unseren erfahrenen Kundendienst garantieren. Einige unserer technischen Mitarbeiter sind bereits seit über zehn Jahren für uns tätig; durch ihre Kompetenz bieten wir hervorragende Betreuung binnen 24 Stunden." Dieser gelebte Servicegedanke ist die Hauptzutat des Erfolgsrezeptes, denn auch das beste Produkt würde sich nicht durchsetzen, wenn von Herstellerseite kein adäquater Support geliefert wird. Bei Syneron Candela beschränkt sich diese Kundenunterstützung jedoch nicht auf den technischen Service, sondern betreut den Anwender allumfassend. Beim Kauf eines Produktes ist die dazugehörige klinische Schulung inklusive. Mit ihr wird der Käufer nicht nur intensiv auf die Anwendung des Gerätes vorbereitet, sondern auch so lange begleitet, wie er selbst es wünscht. „Man lernt nie aus, weshalb die klinische Schulung für unsere Kunden auch je nach Bedarf und erweitertem Indikationspektrum fortgeführt wird“, betont Steffen Kohlstedde. Zusätzlich wird den Anwendern auch im Bereich Marketing Unterstützung an die Hand gegeben, um



Abb. 3

sie für die Vermarktung ihrer neuen medizinisch-ästhetischen Dienstleistung zu befähigen. Der hohe Qualitätsanspruch des Unternehmens wird unter anderem durch eigene Entwicklungsabteilungen sichergestellt, in denen hochqualifizierte Ingenieure an der Weiterentwicklung bestehender und der Konstruktion künftiger Gerätegenerationen arbeiten. Produziert werden diese ausschließlich in den Hauptniederlassungen: Candela-Produkte werden in den USA gefertigt, Syneron-Geräte in Israel. Für 2015 sind aus diesen Kompetenzzentren zahlreiche neue Innovationen zu erwarten, darunter eine spannende Verknüpfung von Laser- und Radiofrequenztechnologie in einem Produkt. Damit dürfte schließlich die höchste Stufe des harmonischen Zusammenschlusses beider Marken erreicht sein.

Herr Kohlstedde, mit dem Tattoorentfernungslaser PicoWay bringt Syneron Candela demnächst sein neues Flaggschiff auf den Markt. Welche Entwicklungsarbeit steckt dahinter?

Laserimpulse im Pikosekundenbereich sind zweifelsohne der neuste Stand der Technik. Da es sich um eine ganz neue Impulsbreite im Rahmen dieser Technologie handelt, war eine lange Entwicklungszeit vonnöten. Am PicoWay wird bereits seit über fünf Jahren geforscht und gearbeitet, wodurch Schwachstellen bereits vor dem Marktstart ausgemerzt und das Produkt bis zur höchsten Leistungsfähigkeit ausgearbeitet werden konnte. Mit dem vorliegenden Lasergerät bieten wir eine ausgereifte technische Entwicklung an, die für den praktischen Einsatz erprobt und bereit ist. Manchmal lohnt es sich eben doch, nicht der Erste am Markt zu sein.

Was macht den PicoWay einzigartig?

Er stellt nicht nur eine, sondern zwei verschiedene Wellenlängen zur Verfügung. Damit kann die gesamte Bandbreite möglicher Tattoofarben in der Dermis adressiert werden, selbst rote Pigmente werden mit der Wellenlänge von 532 nm gezielt und zuverlässig zerstört. Für das kom-

mende Jahr ist sogar noch die Aufrüstung einer dritten Wellenlänge geplant. Außerdem werden derzeit auch zwei verschiedene Impulsbreiten angeboten.

Wann wird der PicoWay in Deutschland verfügbar sein?

Das Gerät wurde gerade auf der EADV 2014 in Amsterdam gelauncht und ist ab sofort verkäuflich, die ersten Geräte in Europa werden in der ersten Novemberwoche ausgeliefert. Es arbeiten allerdings schon seit Jahren weltweit Ärzte mit dem PicoWay, um Studien durchzuführen und schließlich die FDA-Zulassung zu erreichen. In Asien werden vorrangig Studien über die Behandlung pigmentierter Läsionen durchgeführt, in den USA über Tattoorentfernungen. Abgesehen von diesen QL-Systemen wurden aber auch schon die ersten Geräte in Europa verkauft, z. B. wird das allererste ausgelieferte Produkt in einer großen niederländischen Tattooklinik installiert. Natürlich verkauft man einen Laser wie den PicoWay nicht jeden Tag, schließlich reden wir mit unserem Listenpreis von ca. 210.000 Euro über den Gegenwert eines Einfamilienhauses. Daher läuft die Generierung eines Verkaufsprojektes über längere Zeit.

Kontakt

face

Syneron Candela Deutschland

Schleußnerstraße 42
63263 Neu-Isenburg
Tel.: 06102 59985-0
Fax: 06102 59985-17
info.de@syneron-candela.com
www.syneron-candela.de