

Nobel Biocare hat in den vergangenen beiden Jahren seine Aktivitäten in der Region Deutschland, Österreich, Schweiz (DACH) spürbar gesteigert. Die Erfolge bei einem gleichzeitig intensiven Marktumfeld scheinen den Kurs zu bestätigen. Das Implantologie Journal sprach mit Thomas Stahl, Leiter Marketing und Produktmanagement Nobel Biocare DACH, und Zorica Markovic, Presse & Kommunikation Nobel Biocare DACH, über die Gründe des Erfolgs, vermeintliche Wunderwaffen bei implantologischen Konzepten für Sofortversorgungen und den Stellenwert von Forschung und Entwicklung hinsichtlich der Produktentwicklung.



Die große Vertrauensfrage

Nobel Biocare konnte im zurückliegenden Jahr Umsatzzuwächse in der hart umworbenen DACH-Region verzeichnen. Was haben Sie richtig gemacht? Oder haben die Mitbewerber etwas falsch gemacht?

Thomas Stahl: Nobel Biocare Deutschland hat 2015 ein zweistelliges Wachstum im Bereich Implantologie realisiert – in einem Markt, der von hohem Wettbewerb bzw. Verdrängung charakterisiert ist. Damit zählt die deutsche Nie-

derlassung innert der europäischen Nobel Biocare Gruppe zu den führenden Märkten. Das macht uns stolz. Nun zu Ihrer Frage, was haben wir richtig gemacht? Wir haben uns sehr konsequent auf vier Bereiche konzentriert, auf die ich gerne im Detail noch eingehe. Die erste Säule bilden unsere innovativen Produktlösungen. Zweitens fokussieren wir uns auf anwendungsrelevante Fort- und Weiterbildung. Drittens unser umfassendes Dienstleistungsangebot. Als vierte Säule sei unser Angebot „Partner-

schaft für Praxiswachstum und Praxisentwicklung“ genannt.

Im Bereich der innovativen Produktlösungen sei im Besonderen unser Nobel-Parallel CC genannt. Das parallelwandige Implantat wurde auf Basis vom Brånemark MK III entwickelt, jedoch mit einer modernen konischen Innenverbindung. Dieses Implantat kann wie Nobel-Active und NobelReplace CC unter anderem auch mit dem ASC Abutment (Angulierter Schrauben Kanal) mit bis zu 25 Grad Neigung verschraubt werden.



Abb. 1: Thomas Stahl, Leiter Marketing und Produktmanagement Nobel Biocare DACH, und Zorica Markovic, Presse und Kommunikation Nobel Biocare DACH, bei ihrem Besuch der OEMUS MEDIA AG Ende vergangenen Jahres im Gespräch mit Georg Isbaner (rechts) und Stefan Reichardt (nicht im Bild).



Abb. 2: All-on-4®-Konzept nach Prof. Dr. Maló.

Weiters sind wir im zweiten Jahr der Einführung unserer resorbierbaren, porcinen Membran creos xenoprotect außerordentlich erfolgreich. Dieses an der Universität Aachen entwickelte und in Deutschland hergestellte Produkt erfreut sich dank höchster Reißfestigkeit und hervorragendem Handling einer sehr großen Nachfrage.

„Zunächst möchte ich betonen, dass die Sofortversorgung keine Wunderwaffe ist.“

Im Bereich der anwendungsrelevanten Fort- und Weiterbildung haben wir 2015 auf regionale Veranstaltungen gesetzt. Dieses Konzept ist voll aufgegangen: Auf den vier Events in Saalfelden, Weggis, Budapest und Warnemünde hatten wir mit den insgesamt mehr als 800 Teilnehmern sehr intensiven, persönlichen Kontakt, auf den wir in der Zukunft partnerschaftlich aufbauen können. Auf diesen Veranstaltungen wurden einerseits Konzepte wie die Sofortversorgung des Einzelzahns und All-on-4® von namhaften Referenten auf der „großen Bühne“ vorgestellt. Zudem konnten die Teilnehmer unsere Membran creos xenoprotect als auch NobelClinician in kleinen Gruppen bis zu maximal 15 Personen Hands-on ausprobieren.

Zorica Markovic: Die dritte Säule unserer Wachstumsstrategie ist unser umfassendes Dienstleistungsangebot. Dieses verstehen wir als einer der führenden Anbieter als Verantwortung und wesentliches Wertversprechen an unsere Kunden. Zahnärzte haben zusätzlich zu ihren eigentlichen Aufgaben als Mediziner noch viele weitere, verschiedene Rollen auszufüllen. Die Aufgaben reichen vom Marketing über die Personalführung bis hin zur strategischen Positionierung. Zeit ist ein kritischer Faktor. Wir sind uns dieses Spannungsfelds bewusst und wollen mit unseren Dienstleistungen für Erleichterung im Praxisalltag sorgen. Sei es durch unseren bestens geschulten Kundendienst, unser telefonisches helpdesk-Angebot oder unsere nah am Kunden arbeitenden Vertriebsmitarbeiter. In Zeiten von onlinebasierten Anbietern oder auch angesichts der Vielzahl von Billigstanbietern, die kommen und gehen, macht das eben einen Unterschied. In diesem Zusammenhang möchte ich gerne auch noch die lebenslange Garantie auf unsere standardisierten Produkte, wie z.B. unsere Implantate, hervorheben. Die Bedeutung wird angesichts unseres Firmenjubiläums

noch gewichtiger: Wir haben 2015 „50 Jahre im Dienste der Patienten“ gefeiert. Die vierte Säule unseres Wertversprechens gründet auf der Partnerschaft für Praxiswachstum und Praxisentwicklung. In individuellen Workshops werden unsere Kunden partnerschaftlich, praxisnah und mit konkret umsetzbaren Maßnahmen unterstützt. Diese Workshops werden von den Mitgliedern unserer Geschäftsleitung angeboten und umgesetzt. Ich habe vorhin von den verschiedenen Rollen des Zahnarztes gesprochen: Neben der Rolle als Mediziner sind unsere Kunden auch als Strategen und Organisatoren, als Marketeers bis hin zu Kommunikatoren und Personalentwicklern gefordert. Die Kompetenzen, um diese Rollen gut zu erfüllen, bekommen die Zahnärzte in ihren Studien kaum bzw. in nicht ausreichendem Maße vermittelt.

Wie sieht so ein Kurs konkret aus?

Zorica Markovic: Als Beispiel: In unseren Workshops werden mit den Kunden gemeinsam Strategien zur Erhöhung des Patientenflusses und der Behandlungsakzeptanz geplant und es werden Maßnahmen zur gemeinsamen Umsetzung entwickelt. Unsere Geschäftsleitung hat diesen Workshop bereits über 50 Mal durchgeführt. Alle Teilnehmer

aus den bisherigen Workshops befinden sich in der Umsetzung und konnten schon erhebliche Steigerungen ihres Patientenflusses und der Behandlungsakzeptanz verzeichnen.

Weiters veranstalten wir Business Club Meetings und auch Workshops zum Thema Patientenkommunikation oder Personalentwicklung. Das Interesse seitens unserer Kunden und dem zugehörigen Assistenzpersonal ist beachtlich. Die Termine sind bis in den Sommer 2016 schon wieder ausgebucht.



Abb. 3: NobelActive ist das Implantat mit der höchsten, bewährten Primärstabilität für die Sofortimplantation (FDA-approved).

Wie kein zweiter Anbieter setzt Nobel Biocare auf die implantologische Sofortversorgung. Was steckt dahinter? Worin unterscheiden sich Ihre Produkte, Services und Forschungsergebnisse auf diesem Gebiet von anderen Anbietern?

Thomas Stahl: Zunächst möchte ich betonen, dass die Sofortversorgung keine Wunderwaffe ist. Es sind zunächst die medizinischen Voraussetzungen zu klären. Der Patient von heute möchte in der Regel keine längere Behandlungsdauer von einem Jahr oder länger.

„Es geht um weitere 14 Jahre Lebensqualität.“

Nobel Biocare war auch hier der Vorreiter und kann durch die speziellen Produkte, wie vor allem NobelActive, fast immer eine Primärstabilität von mindestens 35 Ncm erreichen. Zudem bieten wir dafür auch die prothetischen Komponenten an. Hervorheben möchte ich das Immediate Temporary Abutment, mit dem das Implantat mit einer provisorischen Krone sofort verschraubt werden kann. Hier sind wir anderen renommierten Herstellern überlegen.

Ein weiterer und für mich persönlich wichtiger Punkt: Nobel Biocare hat nicht nur gute Produkte, sondern wir haben die dazu nötigen Forschungsanstrengungen unternommen und die Entwicklungsarbeit geleistet. Ein hoher zweistelliger Millionenbetrag fließt jährlich in diese unverzichtbare Arbeit. In unserem Bereich gibt es vielleicht gerade einmal eine Handvoll Unternehmen, die diese Forschungs- und Entwicklungsarbeit aus eigener Kraft erbringen können.

Warum ist das so entscheidend?

Thomas Stahl: Weil damit einhergeht, dass wir unsere Produkte auf Herz und Nieren getestet haben. Es ist doch eine große Vertrauensfrage, die wir als Hersteller solcher Produkte beantworten müssen. Können sich Zahnärzte und Patienten auf unsere Produkte verlassen?



Haben wir die klinischen Ergebnisse und Studiendaten, die die Qualität unserer Produkte belegen? Wissen wir, warum

wir die Produkte so und nicht anders designen und herstellen? Ja, all das wissen wir, können wir begründen und untermauern.

Ihren Äußerungen kann man entnehmen, dass dieses Thema Sie bewegt. Was ist der Grund dafür?

Thomas Stahl: An dieser Diskussion bewegt mich, dass es zahlreiche Hersteller gibt, die diese wichtige Forschungs- und Entwicklungsarbeit gar nicht leisten, sondern einfach z. B. unsere Studienlage und wissenschaftliche Arbeit auf ihre eigenen und äußerlich vielleicht ähnlichen Produkte und Konzepte übertragen. Und dabei geht es nicht um Eitelkeiten. Es gibt auch andere Anbieter, die Sorgfalt walten lassen. Es geht schlicht und einfach darum, dass zahlreiche Hersteller gar keine wissenschaftlich belastbaren Belege für die Funktionsfähigkeit und Qualität ihrer Produkte haben. Als Zahnarzt und Patient wäre mir das zu wenig. All-on-4® ist so ein Beispiel: Wir haben die Daten, die eindeutig validieren, dass All-on-4® nach unserem Protokoll und mit unseren Produkten eine nachhaltige Therapieoption bei gegebener Indikation darstellt. Nicht jeder Hersteller, der auf scheinbar ähnliche Konzepte setzt



Abb. 4: Hauptsitz des Unternehmens Nobel Biocare in Kloten (Kanton Zürich), Schweiz.

INNOVATIVE IMPLANTOLOGIE RHEIN-MAIN

2. Binger Regenerations-Symposium

Wissenschaftliches Symposium für Implantologie,
GBR/GTR und digitale Technologie, Workflow und Synergien

15. - 17. April 2016

Rheintal-Kongress-Zentrum NH Hotel Bingen am Rhein

Vorträge, Workshops, Diskussionen & LIVE OP

Wissenschaftliche Leitung:

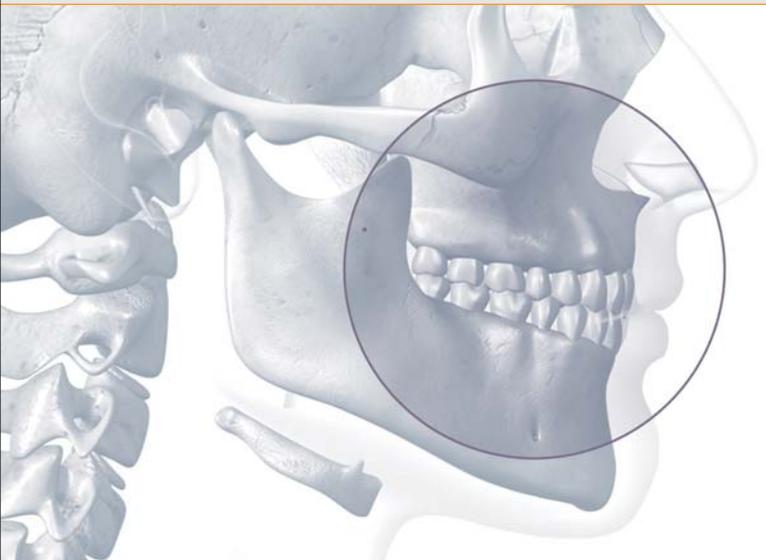
Prof. Dr. Dr. Elmar Esser
Univ.-Prof. Dr. Wolf-Dieter Grimm

Prof. Dr. Walter Lückerath
Dr. med. dent. Frank Maier

Themen:

Digitale Implantologie
Augmentations-Konzepte
Implantologie
GTR, Weichgewebe und Deckung
Neue Therapien und Konzepte
Kieferorthopädie zur Implantologie
Vergleichende Behandlungs-Konzepte
Rechtliche Bestimmungen, Gesetze und Abrechnung
Metallfreie Implantologie
Implantat Prothetik - analog und digital
3D Hardware - DVT / Drucken / Fräsen
Antibiotika und Präoperative Prophylaxe
Parodontologie
Implantat Verbindungen, Herstellung und Oberflächen

*Änderungen vorbehalten



Veranstalter:

Binger Regenerations-Symposium
www.binger-regenerations-symposium.de
info@binger-regenerations-symposium.de

In Kooperation mit:



Anmeldung:

ARGON Dental Vertriebs Gesellschaft mbh & Co. KG
Franz-Kirsten-Straße 1, 55411 Bingen am Rhein, Germany

Tel. +49 (0) 6721 / 3096 - 0
www.argon-dental.de

Fax +49 (0) 6721 / 3096 - 29
info@argon-dental.de



Abb. 5: Das Abutment mit dem angulierten Schraubenkanal (ASC, 0 bis 25 Grad) aus Zirkon ist für alle Nobel Biocare Implantate mit konischer Innenverbindung (CC, conical connection) erhältlich: NobelParallel CC (im Bild), NobelActive, NobelReplace CC.

und diese bewirbt, hat diese validierten Daten für die eigenen Produkte und Protokolle. Das finde ich schon fragwürdig.

Wenn man Ihre Aktivitäten in diesem Zusammenhang beobachtet, fällt auf, dass All-on-4® nicht nur eine etablierte Therapieoption ist, sondern von Nobel Biocare als Praxiskonzept vor allem in Deutschland lanciert wird. Was macht diese Methode so besonders und wie muss man sich das hierfür entwickelte Praxiskonzept vorstellen?

Thomas Stahl: Wir haben festgestellt, dass bei größeren Behandlungen, wie z.B. All-on-4®, nur ca. 15 bis 20 Prozent der Patienten sich aufgrund des Preises gegen diese Behandlungsoption entscheiden. Die überwiegende Mehrheit der Patienten entscheidet sich gegen die Behandlungsoption aus Angst, Schamgefühl oder auch fehlender Informationen. Es ist hier sehr wichtig, den Patienten auf der psychologischen, sozialen Ebene abzuholen. Die durchschnittliche Lebenserwartung einer 70-jährigen Frau beträgt hierzulande ca. weitere 14 Jahre. Es geht also auch um weitere 14 Jahre Lebensqualität. Es stellt sich die Frage, welcher Chirurg die Zeit und die Sensibilität aufbringen kann, um genau zu diesen Menschen ein Vertrauensverhältnis aufzubauen. Der implantierende Chirurg kann diese Zeit und dieses doch recht umfangreiche Einfühlungsvermögen gar nicht aufbringen. Es wäre also zu überlegen, ob es nicht auch wirtschaftlich sinnvoll ist, eine Praxismanagerin zu haben, die auf die Bedürfnisse dieser Patienten im Vorfeld ausgiebig eingehen kann.

Welche Aufgabe hätte nach Ihrer Einschätzung eine Praxismanagerin, und wie würde sich diese Stelle in der Praxis betriebswirtschaftlich sinnvoll abbilden lassen?

Zorica Markovic: Eine Praxismanagerin ist für mich einerseits die straffe Organisatorin und andererseits die gute Seele des Betriebs, die den Patienten auf einer Augenhöhe begegnet. Sie ist die Anlaufstelle für viele, sehr individuelle Fragen.

Selbstverständlich, der Arzt klärt über die medizinischen Aspekte der unterschiedlichen Behandlungsoptionen auf. Das ist juristisch so auch erforderlich. Bei allem Respekt, ich denke, der Weg zur Entscheidungsfindung spielt sich beim Patienten auf ganz anderen Ebenen als der rein kognitiven ab. Die Therapie und die Kosten sind das eine. Oft sind es aber ganz andere Themen, die den Patienten von einer Behandlung abschrecken lassen. Diese sind meist psycholo-

gischer, emotionaler Natur. Es gibt Fragen, die der Patient dem Implantologen aus Scham oder Ehrfurcht gar nicht stellen würde. Lieber schiebt der Patient dann irgendwelche Einwände vor, als die eigentlichen Bedenken zu benennen. Hier kann die Praxisbetreuerin den Patienten als kompetente Vertrauensperson hilfreich zur Seite stehen. Vorausgesetzt, sie ist auf genau diese Themen bzw. Situationen gut geschult.

Die Patienten wollen bzw. brauchen ja die Behandlung. Sonst hätten sie erst gar nicht den Weg in die Praxis gesucht. Einzig, die medizinische Behandlung können sie gar nicht hinreichend fachlich beurteilen. Was den Unterschied ausmacht, ist eben die fürsorgliche Begleitung, die sie in ihrem Leidensdruck kompetent und respektvoll auffängt.

Nobel Biocare setzt zunehmend auf das unternehmerische Potenzial standardisierter Implantatprothetik. Das sind gleich zwei Elemente – „unternehmerisch“ und „standardisiert“ –, die den Mediziner eigentlich alarmieren müssten. Warum schließen sich Ihrer Ansicht nach hervorragende individuelle zahnmedizinische Betreuung, betriebswirtschaftlicher Erfolg und All-on-4® dennoch nicht aus?

Zorica Markovic: Ich möchte als Tatsache hervorheben: Das Geschäftsmodell, bei dem unternehmerisch tätige Zahnärzte die schnellsten und nachhaltigsten Erfolge verzeichnen können, ist das Geschäftsmodell „All-on-4® – feste Zähne an einem Tag“. Die festsitzende

Versorgung in wenigen und zeitnahen Behandlungsschritten entspricht dem Patientenwunsch. Diesen Patientenwunsch zielgerichtet mit unserer Unterstützung zu adressieren, birgt immenses Erfolgspotenzial für jede Praxis.

Ich bin der Meinung, wenn der Patientenwunsch und das Patientenbedürfnis in den Mittelpunkt gestellt werden, ergibt sich daraus eine neue Sicht auf die zur Verfügung stehenden Behandlungskonzepte. Mitunter auch neue, innovative Verfahren. Wir setzen auf wissenschaftlich bestens dokumentierte Methoden: Neben dem eingangs erwähnten All-on-4® adressieren wir mit der Sofortversorgung das Patientenbedürfnis nach zeitnaher Therapie und mit der digitalen Behandlungsplanung und -therapie den Wunsch nach innovativen, sanften Methoden.

„Die festsitzende Versorgung in wenigen und zeitnahen Behandlungsschritten entspricht dem Patientenwunsch.“

Die Patienten werden anspruchsvoller und immer mehr zum Kunden. Daher darf die unternehmerische Umsetzung dieser Konzepte nicht vernachlässigt werden. Umso mehr, sie muss bewusst geplant und gesteuert werden. Für den Erfolg unserer Kunden und zum Wohle der Patienten.

Thomas Stahl: Die unternehmerische Umsetzung bringt ganz praktische Fra-

gen mit sich. Zum Beispiel: Muss der spezialisierte Implantologe auch noch die Abrechnung übernehmen oder alle Aspekte der Patientenkommunikation abdecken?

Hier besteht natürlich durchaus das Thema der kritischen Masse. Bei größeren Praxen sehen wir, dass die Abrechnung de facto ausgelagert wird. Eine Stunde kostet den Praxisinhaber, egal ob er behandelt oder Abrechnungen schreibt, ca. 300 bis 400 Euro. Im Bereich der Patientenberatungsgespräche ist ganz klar, dass der Patient vom Implantologen über das medizinische Vorgehen aufgeklärt werden muss. Darüber hinausgehende und nichtmedizinische Themen können aber auch gut von Assistenten beantwortet werden, wenn diese dafür gut ausgebildet wurden.

Sie bringen die Abrechnungsgesellschaften ins Spiel. Gibt der Zahnarzt damit nicht einen Teil seiner Wertschöpfungskette aus der Hand?

Thomas Stahl: Das ist eine, für jede Praxis individuell zu erstellende, betriebswirtschaftliche Rechnung. In der Regel gehen 2–3 Prozent des Umsatzes hier an die Abrechnungsgesellschaften. Wenn der Praxisinhaber diese freierwerdende Zeit nun in die Behandlung investieren kann, erhöht sich damit sicherlich seine Wertschöpfung. Wir, die Nobel Biocare, bieten dazu auch Fortbildungsveranstaltungen an. Bei diesen werden mit den Kursteilnehmern step-by-step individuelle Behandlungspläne mit der entsprechenden Abrechnung durchgegangen.

Reden wir also über einen weiteren Aspekt Ihrer Arbeit und die Aktivitäten von Nobel Biocare. Sie haben mir vor wenigen Wochen das fertige Programm des Auftaktsymposiums für die deutsche Delegation zum Nobel Biocare Global Symposium überreicht, lange bevor das Programm des restlichen Teils des Symposiums bekannt war. Warum hatten Sie es so eilig damit?

Thomas Stahl: Nun, die Nachfrage ist seitens unserer Kunden in der Region Deutschland–Österreich–Schweiz schon



Abb. 6: Es gab viel zu besprechen: (v.l.n.r.) Thomas Stahl, Zorica Markovic (verdeckt), Georg Isbaner und Stefan Reichardt beim Interviewtermin in Leipzig.



Abb. 7: Nobel Biocare Symposium 2016 mit 2.500 Teilnehmern aus aller Welt vom 23. bis 26. Juni 2016 im Waldorf Astoria, New York City. Das deutschsprachige Auftaktsymposium für Kunden aus DACH am 22. Juni wird 250 Teilnehmern empfangen.

immer sehr groß gewesen. Wir haben uns daher erstmals entschieden, ein deutschsprachiges Auftaktsymposium am 22. Juni 2016 durchzuführen, also einen Tag vor dem Start des Global Symposium in New York. Insgesamt können wir 250 Kunden für das Auftaktsymposium „aufnehmen“. Gegenwärtig (Anm. d. Red.: Mitte Dezember) hatten wir bereits schon 100 registrierte Kunden, die sich nicht nur für das Auftaktsymposium, sondern auch für die zahlreich stattfindenden Workshops und master classes angemeldet haben. Wir gehen hier nach dem Prinzip first come – first serve vor.

Was erwartet die Kollegen im Waldorf Astoria und warum ist die deutsche Seite so stark vertreten?

Zorica Markovic: Die starke Nachfrage seitens des deutschsprachigen Publikums haben wir vorrangig der engen Beziehung zwischen unseren Kunden und unseren Kollegen im Außendienst zu verdanken. Auf unseren Veranstaltungen habe ich oft das Gefühl, es handle sich um Familienzusammenkünfte, auf denen neue Gäste herzlich willkommen sind. Wir haben im Raum DACH einfach ein sehr starkes, persönliches Netzwerk. Die Community trifft sich gerne, zumal unsere Veranstaltungen immer für die hochkarätigen Vortragenden, Praktiker und Wissenschaftler, und das vielfältige, praxisnahe wissenschaftliche Programm bekannt sind.

So wird es auch in New York sein. Ich persönlich freue mich darüber hinaus auch auf die Delegation der Medienvertreter aus den drei Ländern. Den Austausch mit den Journalisten und Herausgebern der unterschiedlichen Dentalmagazine empfinde ich immer als sehr inspirierend. Das kommt natürlich wieder unseren Kunden zugute.

Nobel Biocare positioniert sich mit diesem sehr exklusiven New Yorker Symposium eindeutig als Spitzenadresse für moderne Implantattherapie. Welche Bedeutung messen Sie bzw. misst das Unternehmen diesem mittlerweile traditionellen Symposium bei?

Thomas Stahl: Es ist sicherlich eines der Höhepunkte für jeden Mitarbeiter als auch Kunden. Das Symposium findet alle drei Jahre statt und natürlich sind wir bestrebt, sowohl die neuesten, wissenschaftlichen Behandlungsmethoden aufzuzeigen, gleichzeitig auch unsere neuen Produktinnovationen vorzustellen. Alleine im Jahr 2016 wird die Nobel Biocare ca. zehn wesentliche Produktneheiten auf den Markt bringen, sowohl im Bereich Implantologie und Prothetik als auch im Bereich regenerativer Produkte.

Wenn wir über den weiteren Ausblick auf dieses Jahr sprechen: Was erwartet Ihre Kunden in diesem Jahr noch?

Zorica Markovic: Unser Symposium in New York und unsere neuen Produkte

haben wir ja schon als Highlights genannt. Wir werden unsere 2015 eingeschlagene Strategie weiter verfolgen und verstärken. Diese Strategie rund um die patientenzentrierten Behandlungskonzepte und deren unternehmerische Umsetzung spiegelt sich auch in unserem Fortbildungsprogramm für 2016 wider. Dreh- und Angelpunkt werden also weiter unsere Nähe zum Kunden und die Patientenbedürfnisse sein. So möchte ich gerne unsere Workshopreihe für Unternehmer mit insgesamt 12 Terminen in 2016 und unser Business Club Meeting Ende Oktober 2016 in Frankfurt am Main hervorheben. Ich freue mich auch sehr auf den Nobel Biocare DACH-Wintertreff von 14. bis 16. April in Ischgl, Österreich, und auf die unterschiedlichen Modulreihen unserer Kunden. Ein Blick in unser von Grund auf neu strukturiertes Fortbildungsprogramm lohnt sich allemal.

Frau Markovic, Herr Stahl, vielen Dank für das Gespräch.

Kontakt

Nobel Biocare Deutschland GmbH

Stolberger Straße 200

50933 Köln

Tel.: 0221 50085-0

info.germany@nobelbiocare.com

www.nobelbiocare.com