

Unsere Erfolge bestätigen den eingeschlagenen Kurs

Thomas Stahl, Leiter Marketing und Produktmanagement, und Zorica Markovic, Presse & Kommunikation, beide Nobel Biocare D-A-CH, im Gespräch mit Georg Isbaner, Redaktionsleitung Spezialisten-Medien Print, OEMUS MEDIA AG.

Die Erfolge von Nobel Biocare – bei einem gleichzeitig intensiven Marktumfeld – belegen die Richtigkeit des eingeschlagenen Kurses.

Georg Isbaner: Nobel Biocare konnte 2015 Umsatzzuwächse in

Zorica Markovic: Unser umfassendes Dienstleistungsangebot verstehen wir als Verantwortung und wesentliches Wertversprechen an unsere Kunden. Neben der eigentlichen Behandlung der Patienten reichen die Aufgaben des Zahnarztes



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



Thomas Stahl und Zorica Markovic, Nobel Biocare D-A-CH, bei ihrem Besuch der OEMUS MEDIA AG Ende vergangenen Jahres im Gespräch mit Georg Isbaner (rechts).

der D-A-CH-Region verzeichnen. Was war der Schlüssel zum Erfolg?

Thomas Stahl: Nobel Biocare Deutschland hat 2015 ein zweistelliges Wachstum im Bereich Implantologie realisiert. Damit zählt die deutsche Niederlassung innerhalb der europäischen Nobel Biocare Gruppe zu den führenden Märkten. Das macht uns stolz. Wir haben uns konsequent auf vier Bereiche konzentriert: innovative Produktlösungen, anwendungsrelevante regionale Fort- und Weiterbildung, umfassendes Dienstleistungsangebot und Partnerschaft für Praxiswachstum und -entwicklung.

Im Bereich der innovativen Produktlösungen sei vor allem unser Nobel-Parallel CC genannt. Das par-

vom Marketing über die Personalführung bis hin zur strategischen Positionierung. Wir wollen mit unseren kundennahen Dienstleistungen für Erleichterung im Praxisalltag sorgen. Hier sei auch auf die lebenslange Garantie auf unsere standardisierten Produkte, wie z.B. unsere Implantate, hingewiesen. 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 -entwicklung. In individuellen Workshops werden unsere Kunden partnerschaftlich, praxisnah und mit

dungen der Teilnehmer dazu sind äußerst positiv.

Auch stoßen unsere Business Club Meetings und Workshops zum Thema Patientenkommunikation oder Personalentwicklung auf großes Interesse.

Stichpunkt Praxismanager: Welche Aufgabe hätte dieser und wie würde sich diese Stelle in der Praxis betriebswirtschaftlich sinnvoll abbilden lassen?

Z. M.: Ein Praxismanager ist für mich gleichzeitig straffer Organisator und gute Seele des Betriebs, der den Patienten auf Augenhöhe begegnet. Er ist Anlaufstelle für viele, sehr individuelle Fragen. Selbstverständlich, der Arzt klärt über die medizinischen Aspekte der unterschiedlichen Behandlungsoptionen auf. Das ist juristisch so auch erforderlich. Die Therapie und die Kosten sind das eine, Fragen psychologischer, emotionaler Natur das andere. Hier kann der Praxisbetreuer den Patienten als kompetente Vertrauensperson hilfreich zur Seite stehen. Vorausgesetzt, er ist auf genau diese Themen bzw. Situationen gut geschult.

Wie kein zweiter Anbieter setzt Nobel Biocare auf die implantologische Sofortversorgung. Was verbirgt sich dahinter?

T. S.: Die Sofortversorgung ist keine Wunderwaffe. Zunächst sind die medizinischen Voraussetzungen zu klären. Der Patient von heute möchte in der Regel keine Behandlungsdauer von einem Jahr oder länger. 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 sofortverschraubt werden kann. Hier sind wir anderen re-

nommierten Herstellern überlegen.

Nobel Biocare hat nicht nur gute Produkte, sondern auch geforscht und Entwicklungsarbeit geleistet. In unserem Bereich gibt es nicht viele Unternehmen, die diese Forschungs- und Entwicklungsarbeit aus eigener Kraft erbringen können. Wir lassen jährlich einen hohen zweistelligen Millionenbetrag in diese unverzichtbare Arbeit fließen. Das ist für uns wichtig, 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 Studien, 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.

Nobel Biocare setzt zunehmend auf das unternehmerische Potenzial standardisierter Implantatprothetik. Warum schließen sich Ihrer Ansicht nach hervorragende individuelle zahnmedizinische Betreuung, betriebswirtschaftlicher Erfolg und All-on-4® dennoch nicht aus?

Z. M.: Das Geschäftsmodell, bei dem unternehmerisch tätige Zahnärzte die schnellsten und nachhaltigsten Erfolge verzeichnen können, ist „All-on-4® – feste Zähne an einem Tag“. Die festsitzende Versorgung in wenigen und zeitnahen Behandlungsschritten entspricht dem Patientenwunsch. Wenn der Patientenwunsch in den Mittelpunkt gestellt wird, ergibt sich daraus eine neue Sicht auf die zur Verfügung stehenden Behandlungskonzepte.

T. S.: Die unternehmerische Umsetzung bringt ganz praktische Fragen mit sich. Zum Beispiel: Muss der Implantologe auch noch die Abrechnung übernehmen oder alle Aspekte der Patientenkommunikation abde-

cken? Bei größeren Praxen sehen wir, dass die Abrechnung de facto ausgelagert wird. Das Fachgespräch obliegt immer dem Zahnarzt, nichtmedizinische Themen können aber auch von gut ausgebildeten Assistenten übernommen werden.

Nobel Biocare bietet zu dieser Thematik auch Fortbildungsveranstaltungen an.

Beim diesjährigen Nobel Biocare Global Symposium in New York gibt es für die deutsche Delegation eine Premiere.

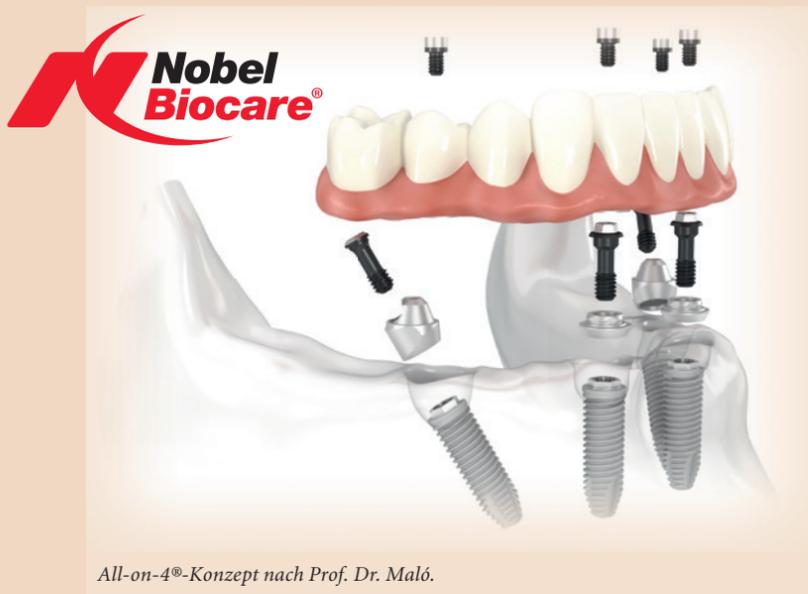
T. S.: Ja, wir haben uns erstmals dafür entschieden, ein deutschsprachiges Auftaktsymposium durchzuführen, am 22. Juni 2016, also einen Tag vor dem Start des Global Symposiums. 250 Teilnehmer können an diesem Auftaktsymposium teilnehmen und mehr als die Hälfte der Plätze sind bereits vergeben. Das Interesse unserer Kunden ist groß.

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

Z. M.: Die starke Nachfrage seitens des deutschsprachigen Publikums haben wir vorrangig der engen Beziehung zwischen unseren Kunden und unseren Kollegen im Außendienst zu verdanken. Wir haben im Raum D-A-CH ein sehr starkes Netzwerk. Die Community trifft sich gerne, zumal unsere Veranstaltungen immer für die hochkarätigen Vortragenden und das vielfältige, praxisnahe wissenschaftliche Programm bekannt sind. So wird es auch in New York sein.

T. S.: Das Symposium findet alle drei Jahre statt und natürlich sind wir bestrebt, sowohl die neuesten wissenschaftlichen Behandlungsmethoden aufzuzeigen als auch unsere neuen Produkte vorzustellen. Alleine 2016 wird die Nobel Biocare circa zehn wesentliche Neuheiten auf den Markt bringen – im Bereich Implantologie, Prothetik und im Bereich regenerativer Produkte.

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



All-on-4®-Konzept nach Prof. Dr. Maló.

allelwandige Implantat wurde auf Basis vom Brånemark MK III entwickelt, jedoch mit einer modernen konischen Innenverbindung. Dieses Implantat kann mit bis zu 25 Grad Neigung verschraubt werden. Weiterhin sind wir mit unserer resorbierbaren, porcinen Membran creos xenoprotect außerordentlich erfolgreich. Dieses an der Universität Aachen entwickelte und in Deutschland hergestellte Produkt erfreut sich sehr großer Nachfrage.

konkret umsetzbaren Maßnahmen unterstützt. Zahnärzte sind auch als Strategen und Organisatoren, als Marketeers, Kommunikatoren und Personalentwickler gefordert. Die Kompetenzen dafür bekommen sie in ihren Studien kaum vermittelt. In unseren Workshops hierzu werden gemeinsam mit den Kunden Strategien zur Erhöhung des Patientenflusses und der Behandlungsakzeptanz geplant und Maßnahmen zur Umsetzung entwickelt. Die Rückmel-