

„Implants from Implantologists“

SIC ist auf dem hart umkämpften deutschen Implantologiemarkt eine relativ junge Marke. Was sich hinter SIC verbirgt und worin Firmen- und Produktphilosophie bestehen, verriet der Entwickler des Systems, Prof. Dr. med. Wilfried Schilli, in einem Gespräch mit der Redaktion des Implantologie Journals.

KATJA KUPFER/LEIPZIG

SIC steht für Schilli Implantology Circle. Das SICpro System ist das Ergebnis langjähriger Erfahrungen internationaler Implantologen. Der Firmenleitsatz „Implants from Implantologists“ beschreibt Firmen- und Produktphilosophie. Der Schilli Implantology Circle besteht aus erfahrenen Implantologen aus Klinik und Praxis sowie spezialisierten Zahntechnikern. Der SIC hat maßgeblich zur Entwicklung des SICpro Systems beigetragen und dient der permanenten Hinterfragung und Weiterentwicklung. Produktverbesserungen und Ideen der Anwender fließen unmittelbar in die Serienproduktion ein. Das SICpro System wird somit ständig an die neuen Bedürfnisse und Erkenntnisse angepasst, bleibt dabei aber einfach, übersichtlich und wirtschaftlich.

Welche Vorteile oder Nutzen bietet das SICpro Implantatsystem dem Anwender aus Ihrer Sicht gegenüber anderen Implantatsystemen? Für welche Zielgruppe z.B. Einsteiger oder Fortgeschrittener wurde es entwickelt? Alle Features, die man heute von einem modernen Universalsystem erwartet, sind in dem SICpro System vereint. Angefangen bei einem internen Präzisionssechskant über eine dreiphasig gestrahlte und geätzte Implantatoberfläche bis hin zu innovativen vollkeramischen Lösungen. Diverse präfabrizierte Aufbauten und clevere prothetische Lösungen senken die Gesamtkosten durch reduzierten Arbeitsaufwand. Darüber hinaus werden im Vergleich zu den marktführenden Systemen min. 30% der Kosten allein bei den Bauteilen eingespart. Von diesen Vorteilen profitieren natürlich sowohl Einsteiger wie auch Spezialisten. Die überwiegende Anzahl unserer Kunden sind jedoch Vielanwender.

Sie verstehen sich als ein innovatives Unternehmen. Wie kommt dies in Ihren Produkten zum Ausdruck?

Prinzipiell versteht man unter Innovationen die Erneuerung und Verbesserung an technischen Produkten oder Verfahren. In vielen Systemen hat dies aber in der Vergangenheit zu einem fast unüberschaubaren Produktportfolio geführt. Wir versuchen genau den umgekehrten Weg zu gehen. Bei jeder Produktveränderung steht im Lastenheft die Vereinfachung und die Reduzierung von Bauteilen oder Instrumentarien. Auch im Bereich der vollkeramischen Restaurationen haben wir sehr früh die Möglichkeiten erkannt und in innovativen Aufbaukonzepten umgesetzt. So haben wir beim SICpro System einen der ersten Vollzirkondioxidbauten ohne Metallarmierung des Sechskantes überhaupt am Markt gehabt.

Weitere keramische Lösungen befinden sich derzeit in der Erprobungsphase.

Welchen Stellenwert hat der Kundenservice bei SIC?

Das SICpro System ist gerade aus diesem Servicegedanken heraus entstanden. Wir sind der festen Überzeugung, dass wir dem Kunden mit einem leicht zu verstehenden, gut funktionierenden und wirtschaftlichen Implantologiekonzept den besten Service bieten. Viele Systeme heutzutage sind doch so unübersichtlich, dass selbst einfachste Indikationen unnötig verkompliziert werden. Dadurch wird unnötiger Service wieder notwendig. Wir unterstützen und fördern die Selbstständigkeit unserer Anwender. Durch unsere schlanke Firmenstruktur können wir schneller als große Unternehmen auf Anregungen, Kritik und Wünsche reagieren.

Der deutsche Implantatmarkt, ist sicher einer der weltweit interessantesten, wird aber von einigen Globalplayern dominiert. Dutzende kleiner Firmen teilen sich die verbleibenden 10 bis 15 Prozent. Worin sehen Sie Ihre Ziele und Chancen auf dem Markt (national und international) erfolgreich agieren zu können?

Wir haben uns von Anfang an als Nischenhersteller verstanden und finden diese Situation auch sehr sympathisch. Selbstverständlich benötigen wir zur Umsetzung unserer Ideen und Ziele wirtschaftlichen Erfolg. 90% unserer Anwender sind vielimplantierende Kollegen, die es sehr schätzen sich einzubringen. Durch diesen Austausch haben wir viel intensiveren Kontakt zu unseren Kunden. Unsere Chancen liegen ganz klar in einer deutlich höheren Flexibilität gerade durch unsere Größe.

Was kann der Kunde im Hinblick auf Produkte und Aktionen von Ihnen in Zukunft erwarten?

Sicherlich stellt die IDS in Köln für uns in diesem Jahr eine große Herausforderung dar, auf die wir uns sehr freuen. Hier haben wir die Möglichkeit, unsere Ideen und Konzepte einem großen Publikum zu präsentieren. Des Weiteren stehen wir unmittelbar vor dem Markteintritt in den USA. Auch hier konnten wir bereits führende Spezialisten von unserem Konzept begeistern und arbeiten mit Hochdruck an unserem Fortbildungszentrum in New York City. Hierdurch erwarten wir positive Impulse für unser Fortbildungssegment.

Vielen Dank für das Gespräch und viel Erfolg für die Zukunft.