

# Ästhetik „made in Germany“

Seit 2005 ist die Nemris GmbH mit Sitz in Eschlkam auf dem Gebiet der Implantologie tätig und nimmt somit einen festen Platz im Markt ein. Wir sprachen mit dem Geschäftsführer Ernst Wühr über Positionierung und Entwicklungen des Unternehmens.

Katja Kupfer/Leipzig



Ernst Wühr

■ **Herr Wühr, welche Bilanz ziehen Sie nach über drei Jahren Nemris? Wie und wo positionieren Sie sich heute im Dentalmarkt?**

Wir sind vor drei Jahren angetreten als junge Firma mit einem eigenen, innovativen Implantatsystem namens AESTHURA®. Viele haben uns damals belächelt, weil wir eine eigene Philosophie propagiert haben, wonach weniger, dafür aber intelligentere Komponenten notwendig sind, um in Zukunft zu bestehen. Vorkonfektionierte, aber dennoch individualisierbare Teile waren und sind daher aus unserer Sicht auf dem Vormarsch. Neben dem angesprochenen Kernprodukt, welches sowohl zweiteilige (AESTHURA® CLASSIC) als auch einteilige Implantatlösungen (AESTHURA® IMMEDIATE) beinhaltet, haben wir uns mittlerweile zu einem Komplettanbieter in Sachen Implantologie weiterentwickelt und entsprechend positioniert. Nun, ich kann mit Fug und Recht behaupten, dass wir mehr als zufrieden sind. Es ist schön zu sehen, dass immer mehr Kunden unserer Philosophie von konsequent intelligenten Produkten folgen. Mittlerweile sind wir auch international gut aufgestellt und haben Partner in Spanien, Tschechien, Italien und England, die unsere Produkte dort den Kunden näherbringen.

**Worin liegt Ihr Erfolgsrezept?**

Ich könnte jetzt sagen: „Bedingungslose Kundenorientierung!“ oder „Höchste Qualität der angebotenen Produkte!“ Das wäre aber nichts besonderes, sondern stellt für uns lediglich eine Selbstverständlichkeit und einen ersten Abholpunkt dar. Oberste Priorität hatte daher von Anfang an, unsere Kunden zu begeistern. Unter Begeisterung verstehe ich dabei, unsere Neukunden zu überraschen, mit wie wenigen, aber dennoch intelligenten Implantatkomponenten „made in Germany“ sie eine intelligente ästhetische Lösung der Extraklasse realisieren können. Unter Begeisterung verstehe ich weiterhin, dass jeder Kunde, unabhängig von seinen Umsätzen, eine absolut individuelle Lösung für sein spezielles Problem er-

hält. Kunden zu begeistern heißt auch, ihnen die bestmögliche Beratung zu bieten. Getreu dem Motto „People make the difference“ legen wir sehr großen Wert auf kompetente Berater, die alle einen zahnmedizinischen bzw. zahntechnischen Hintergrund besitzen, bevor sie zu uns kommen. Gerade hier haben wir eine für die Branche unglaubliche Konstanz und Wertigkeit entwickelt.

**Der deutsche Implantatmarkt ist sicher einer der weltweit interessantesten, wird aber von einigen Globalplayern dominiert. Worin sehen Sie Ihre Ziele und Chancen, auf dem nationalen und internationalen Markt erfolgreich agieren zu können? Welche Ziele im Dentalmarkt hat sich Nemris für die nächsten Jahre gesetzt?**

Top-Produkte zu einem fairen Preis. Das war unsere Zielsetzung zu Beginn der Geschäftstätigkeit und ist es noch. Mittlerweile haben sich unsere Produkte etabliert, sodass wir jetzt verstärkt in die internationale Expansion gehen, bezogen auf die Märkte im Osten. Hier besteht ein interessanter Nachholbedarf, wenn man sich die gesamtwirtschaftlichen Zahlen der Nachfolgestaaten der ehemaligen Sowjetunion ansieht. Aus unserer Sicht ist nicht die Größe eines Unternehmens ausschlaggebend für den Erfolg oder die Qualität der Produkte, sondern vor allem die Flexibilität, die an den Tag gelegt wird. Es gilt meines Erachtens der Ausspruch: „Nicht die Großen fressen die Kleinen, sondern die Schnellen die Langsamen!“ Wir möchten immer bei den Schnellsten dabei sein.

**Was kann der Kunde im Hinblick auf Produkte und Aktionen von Ihnen in Zukunft erwarten? Welchen Schwerpunkt setzen Sie bei der Entwicklung künftiger Produkte?**

Schnelligkeit ist das eine, Zuverlässigkeit das andere. Unsere Entwickler sind eingedenk dieser beiden Aspekte ständig dabei, unsere bestehenden Produktlinien konstruktiv weiterzuentwickeln. Darüber hinaus sind wir aber auch konkret dabei, anatomische Implantate mit natürlichem Querschnittsprofil zu entwickeln. Dabei sind wir schon relativ weit und vielleicht wird da in naher Zukunft die eine oder andere Überraschung zu vermelden sein. Stichworte wie „Scallop-Profil“ oder „anatomisches Abutment-Design“ beschäftigen uns ebenfalls in verstärktem Maße. Ein weiterer Schwerpunkt unserer Forschung ist im Bereich innovativer Membrantechnologie zu finden. Hierbei kooperieren wir auch mit namhaften Herstellern. Überhaupt werden wir verstärkt den Weg von Kooperationen gehen, um auch weiterhin wettbewerbsfähig zu bleiben.

**Vielen Dank für das informative Gespräch. ■**