

Vom 27. bis 28. Juni 2014 lud CAMLOG im spanischen Valencia zum diesjährigen internationalen Kongress. Unter dem Motto „The Ever Evolving World of Implant Dentistry“ wurden die über 1.300 Teilnehmer aus insgesamt 23 Ländern über aktuelle Entwicklungen der zahnärztlichen Implantologie informiert. Chefredakteur Jürgen Isbaner traf Michael Ludwig, Geschäftsführer der CAMLOG Vertriebs GmbH, zum Gespräch über Erfolgsfaktoren und Kundenbindung.

Vor der beeindruckenden Kulisse der Ciudad des las Artes mit der utopisch anmutenden Architektur des Palau de les Arts (rechts im Hintergrund) nutzten die Kongressteilnehmer die Pause für angeregte Diskussionen.



Weit mehr als eine reine Geschäftsbeziehung

Autor: Jürgen Isbaner

Michael Ludwig,
Geschäftsführer der
CAMLOG Vertriebs GmbH.



Einige Wochen sind nun schon seit dem 5. Internationalen CAMLOG Kongress mit Rekordteilnehmerzahl vergangen. Herr Ludwig, worin sind dieses große Interesse und der Erfolg begründet?

Spontan gesagt: Gute Konzepte bringen den Erfolg. Damit meine ich nicht nur das Kongressprogramm, sondern den ganzjährig außergewöhnlich konstanten und engagierten Einsatz des gesamten CAMLOG-Teams. Die CAMLOG Foundation bietet mit der Organisation der Internationalen CAMLOG Kongresse ein einzigartiges Forum zur Weiterbildung und Diskussion für implantologisch tätige Zahnärzte, Chirurgen, Zahntechniker, zahnmedizi-

nisches Fachpersonal, Studenten, Industrie- und Pressevertreter. In Valencia wurden von zahlreichen renommierten Referenten wissenschaftlich fundierte chirurgische und prothetische Techniken und Behandlungskonzepte, basierend auf den 1. und 2. CAMLOG Consensus Reports, für den Praxisalltag erläutert. Während der beiden Kongresstage hatte ich die Gelegenheit, mit vielen unserer Kunden zu sprechen. Daraus ergab sich, dass CAMLOG Richtungsweisendes für den Dentalimplantatmarkt auslöst und der internationale CAMLOG Kongress die Branche auch in Zukunft mitprägen wird. Ein weiterer wichtiger Faktor ist der partnerschaftliche, vertrau-

ensvolle Austausch zwischen den Kunden und den CAMLOG-Mitarbeitern, der im Hinblick auf die langjährige Zusammenarbeit schon freundschaftliche Züge angenommen hat und über eine reine Geschäftsbeziehung weit hinausgeht. Nebenbei genossen unsere Kunden auch sichtlich den kollegialen Erfahrungsaustausch untereinander.

War dieser 5. Internationale Kongress in Valencia schon der Höhepunkt für CAMLOG in diesem Jahr oder welche Erwartungen setzen Sie noch in 2014?

Der Kongress war sicher eines von vielen Highlights in diesem Jahr. Wir sind sehr stolz, als relativ junges Unternehmen über 1.300 Teilnehmer eines internationalen Kongresses in Spanien zu haben. Davon waren über 500 Kunden aus Deutschland angereist. Das spricht für die großartige Leistung meines Teams, das die Kunden über viele Jahre kompetent betreut. Der Erfolg zeigt sich auch an unserer Präsenz im Implantologiemarkt und dem anhaltenden Wachstum von CAMLOG. Damit konnten wir die Marktführerschaft in Deutschland gemessen an Implantatstückzahlen weiter ausbauen.

Die Marktführerschaft wird von einem Ihrer Mitbewerber beansprucht. Dieser beruft sich auf die Marktstudien der GfK von 2013.

Diese Studien liegen uns auch vor und wir haben uns eingehend damit auseinandergesetzt. Um diese Behauptung zu stützen, muss man etwas tiefer in das Studiendesign blicken. Es handelt sich bei der Studie der GfK um Stichprobenerhebungen. Die Hochrechnung

deckt sich nicht annähernd mit unseren Zahlen. Nach Stückzahlen ist CAMLOG Marktführer in Deutschland. Für unsere Kunden ist aber auch nicht wichtig, wer nun die Nummer eins im deutschen Markt ist. Mein Team und ich legen viel mehr Wert darauf, bei Produkten, Dienstleistungen und Mehrwerten sowie in den Herzen unserer Kunden die Nummer eins zu sein. Das erreichen wir durch kompetente Beratungen, individuell auf das ganze Praxisteam zugeschnittene Fortbildungsmöglichkeiten und herausragende Serviceleistungen. CAMLOG steht schon immer für ein faires und stabiles Preis-Leistungs-Verhältnis. Unsere Preisgarantie haben wir 2013 zum fünften Mal für weitere zwei Jahre, das heißt bis Dezember 2015, verlängert.

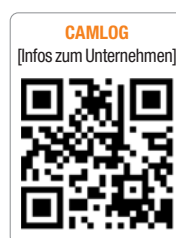
Welche Akzente möchten Sie 2014 noch setzen?

Noch in diesem Jahr werden wir einige neue Produkte vorstellen. Wir arbeiten konstant und wissenschaftlich fundiert an neuen Produkten für den Implantologiemarkt. Mit unseren bekannten Implantatlinien CAMLOG, CONELOG und iSy sind wir im deutschen Markt schon sehr gut aufgestellt. Jetzt wurde die ROOT-LINE Implantatlinie, die seit 14 Jahren erfolgreich auf dem Markt ist, erstmals umfassend überarbeitet. Mit ROOT-LINE 2 haben Anwender erweiterte Behandlungsmöglichkeiten in limitierten anatomischen Strukturen. So wurde die Implantatlinie um Implantate von 3,3 Millimetern Durchmesser erweitert und es besteht zusätzlich die Option, Platform Switching an allen ROOT-LINE 2 Implantaten anzuwenden. Damit haben wir ein Produkt im Angebot, das seinen



Einsatz auch im ausländischen Implantatmarkt finden und die Internationalisierung und die Verbreitung der Marke CAMLOG vorantreiben wird. Seit der Einführung der Produktgruppe DEDICAM richten wir unseren Fokus noch stärker auf die Zukunft der Digitalisierung in der Dentalbranche, der CAD/CAM-gefertigten Implantat- und Perioprothetik. Unser Know-how, die Ausrichtung unseres eigens dafür aufgebauten Spezialistentams und die intensiven Gespräche mit unseren Kunden führen dazu, dass sich DEDICAM sehr positiv entwickelt. Als Fertigungsdienstleister verfolgen wir das Ziel, Dentallabore in ihrer täglichen Arbeit nicht nur mit Produkten von hoher Qualität und Güte zu unterstützen, sondern ihnen den von CAMLOG gewohnten Service rund um das Thema CAD/CAM anzubieten. DEDICAM wird 2015 ein Schwerpunktthema für CAMLOG werden, sei es durch den Ausbau des Scan- und Design-Services, auf der IDS oder dem 4. CAMLOG Zahntechnik Kongress am 25. April in Berlin.

Vielen Dank für das interessante Gespräch. ◀



kontakt

CAMLOG Vertriebs GmbH
Maybachstr. 5
71299 Wimsheim
Tel.: 07044 9445-100
www.camlog.de
www.camlogfoundation.org