

# EDITORIAL

## Implantologemarkt 2013 am Scheidepunkt

Verehrte Leserinnen und Leser,

die 35. Internationale Dental-Schau (IDS) steht vor der Tür. Mit rund 2.000 beteiligten Unternehmen auf 150.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche wird die IDS ihre unangefochtene Position als Leitmesse für den internationalen Dentalmarkt erneut unter Beweis stellen. Ein zentrales Thema wird, wie in den vergangenen Jahren auch, die Implantologie sein – diesmal mit dem Fokus auf die Prothetik und die Zusammenarbeit zwischen Zahnarzt und Zahntechniker. Diese zunehmende Fokussierung auf die Prothetik ist Ausdruck einer grundlegend veränderten Herangehensweise in der Implantologie und hat bereits jetzt gravierende Konsequenzen für den gesamten Markt. Haben sich in der Vergangenheit die Implantatanbieter vorzugsweise über den Markenkern „Schraube“ an sich und damit über Themen wie Oberfläche, Design und Implantat-Abutment-Verbindungen definiert, profilieren sich insbesondere die großen, international agierenden Unternehmen immer mehr zu Anbietern von kompletten Lösungen, welche in der Konsequenz sowohl konventioneller Zahnersatz oder auch die implantatgetragene Prothetik bedeuten können. Mittels durchgängiger Digitalisierung, beginnend bei der 3-D-Diagnostik und digitalen Abdrucknahme, über die computergestützte Planung und Navigation, bis hin zur CAD/CAM-gefertigten prothetischen Versorgung können die Abläufe bei implantologischen und prothetischen Arbeiten erheblich erleichtert werden. Zudem wird eine immer engere Einbeziehung des Patienten in die Planung seines Zahnersatzes möglich. Jedoch wird die Implantologie im Zuge dieser Entwicklungen deutlich komplexer und in der Regel auch kostenintensiver. Hier liegt angesichts stagnierender Implantatverkäufe insbesondere auf dem deutschen Markt ein entscheidendes Problem für die Zukunft. Die Digitalisierung eröffnet ohne Zweifel neue Möglichkeiten bis hin zu konventionellen, aber CAD/CAM-basierten Lösungen. Andererseits bedeutet sie in der Regel auch eine gewisse Entfernung vom eigentlichen Markenkern – sprich dem Implantat selbst. Hier die richtige Balance zu finden ist eine der Herausforderungen für die Zukunft. An der Notwendigkeit der Suche nach neuen Lösungsansätzen zur realen Markterweiterung in der Implantologie ändert dies nichts. Nach einer Phase der vornehmlichen Fokussierung auf MKG- und Oralchirurgen sowie einen Kern von implantologisch tätigen Zahnärzten gilt es, verstärkt die breite Masse der Zahnärzte ins Boot zu holen. Neben der High-End-Implantologie muss auch Raum sein für einfachere, z.T. auch standardisierte implantologische Behandlungskonzepte, die in nahezu jeder Zahnarztpraxis umsetzbar sind. Rund elf Millionen gezogene Zähne pro Jahr in Deutschland (Jahrestagung 2012, DGET e.V.) stellen ein ausreichend großes Potenzial dar.



Ihr Jürgen Isbaner  
Chefredakteur ZWP Zahnarzt Wirtschaft Praxis,  
Mitglied des Vorstandes der OEMUS MEDIA AG



Alle mit Symbolen gekennzeichneten Beiträge sind in der E-Paper-Version der jeweiligen Publikation auf [www.zwp-online.info](http://www.zwp-online.info) mit weiterführenden Informationen vernetzt.



Titelbild mit Unterstützung  
der OT medical GmbH.