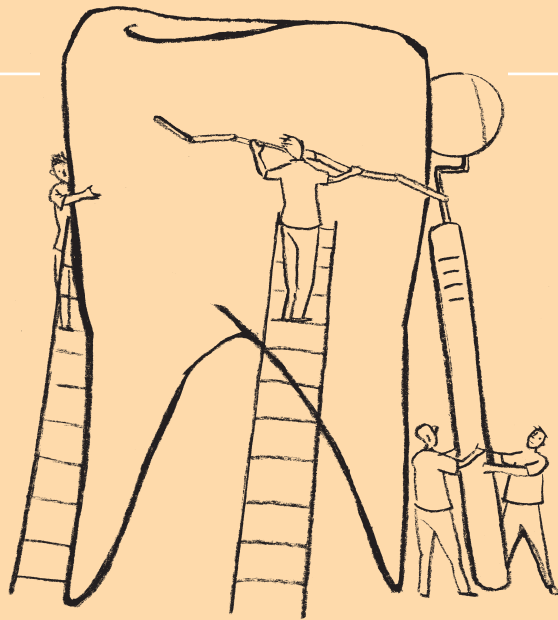


DER IMPLANTATMARKT



In den letzten 30 Jahren hat der Implantatmarkt einige entscheidende Änderungen mitgemacht. Wie jeder neue Markt entwickelt sich auch der Implantatmarkt in unterscheidbaren Phasen. Die Übersicht veranschaulicht, was sich geändert hat und wo die Entwicklung hingeht.

Phase I:

Mutige und experimentierfreudige Zahnärzte bringen die Implantologie ins Spiel und entwickeln sie durch Versuch und Irrtum weiter. Einige wenige Spezialisten teilen sich den neu wachsenden Markt und haben die entsprechende Nachfrage. Sie müssen sich aber auch gegen massive Anfeindungen wehren und technische Probleme lösen. Der Markt ist klein, aber äußerst lukrativ, weil Implantate ein Grundproblem der Prothetik lösen. Das ist den Leuten viel Geld wert.

Phase 2:

Nach dem Ausmerzen der Kinderkrankheiten wird die Implantologie verstärkt in wissenschaftlichen Studien entwickelt und erobert immer weitere Indikationen. Der Markt wächst vor allem im hochpreisigen Segment. Günstige Implantatlösungen sind nahezu nicht vorhanden, die Systeme sind teuer und es werden vor allem die hochpreisigen Patienten bedient. Große Spezialistenpraxen entstehen mit vielen Zuweisern, die die Implantatprothetik in ihrer Praxis nutzen möchten. Möglichkeiten für Knochenaufbau erweitern das Spektrum der Implantologie auch auf schwierige Knochenverhältnisse. Gegen Ende der 2. Phase sind bereits viele Anbieter (Zahnärzte und Chirurgen) für implantologische Leistungen im Markt. Das Wachstum wird auch durch die Unternehmen gefördert, die Dienstleistungen wie Trainings und Fortbildungen einem großen Kreis von Zahnärzten anbieten.

Vom
Experimentierfeld
zur ausgereiften
Therapieform

Phase 3 (mehr oder weniger jetzt):

Die Implantologie ist eine anerkannte Therapieform und steht überall zur Verfügung. Da die Erfolgsfaktoren weitgehend bekannt sind, geraten Routineverfahren in eine Konkurrenzsituation (viele Anbieter lassen Preisdruck entstehen). Nur Risikoimplantationen oder Implantieren unter schwierigen Voraussetzungen bleiben ein Hochpreissegment. Die hohen Erfolgsquoten ermöglichen Gewährleistungen auf Implantate. Es gibt noch mehr Systemanbieter, aber die Vielnutzer reduzieren Systeme auf das Notwendigste, um die Materialkosten zu senken und konkurrenzfähig zu bleiben. Der Markt zerfällt in kleinere Segmente wie Günstig-Implantate und Implantate mit hohem Zusatznutzen. Insgesamt wird der Markt transparenter, die Patienten sind weitgehend über Implantate informiert oder haben Möglichkeiten, Informationen zu sammeln. Die Kommunikation, Vertrauen und nicht zuletzt der Kaufpreis eines Angebots bestimmen die Entscheidung der Patienten. Angebote werden von Patienten hinterfragt und verglichen (HuK-Hopping).

Phase 4 (möglich):

Standardverfahren werden überall angeboten. Die Implantologie wird zum Routineverfahren wie Kronen und Brücken. Der Mythos ist entzaubert, durch noch mehr Behandler teilt sich der Markt noch weiter auf. Der Preisdruck nimmt durch Anbieter (Zahnärzte) mit geringen Standortkosten zu. Ketten, die spezialisiert die Implantologie zum Tiefpreis anbieten, können entstehen. Der Markt zerfällt weiter in kleinere Segmente, die Zahl der Implantationen steigt – allerdings mit weniger Gewinnmargen für den Einzelfall. Kopien von erfolgreichen Implantatsystemen verbreiten sich auf einem niedrigen Preisniveau. Neue Technologien zur Verbesserung der Einheilung steigern die Erfolgsquoten auch in schwierigen Fällen. Nur Implantate mit speziellen Leistungen können sich im Hochpreissegment behaupten. Die Implantathersteller bedienen mit mehreren Systemen den geteilten Markt.

*Implantologie
ist heute überall
verfügbar*

Der Implantatmarkt durchläuft eine übliche Entwicklung

Die skizzierte Entwicklung ist nicht speziell für den Implantatmarkt, sondern beschreibt die Evolution eines Marktes, der mit einer Innovation in den 60er Jahren begonnen hat. Die normalen Stufen der Diversifizierung des Marktes kennen wir aus anderen Branchen genauso. Das populäre Beispiel Auto zeigt zwar einen längeren Zeitraum aber eine ähnliche Entwicklung. Zuerst gab es Einzelstücke bis Henry Ford die Fließbandmassenproduktion einführte und Autos für die Masse produzierte. Für den gehobenen Teil der Masse selbstverständlich. Alle Fahrzeuge waren schwarz, vergleichbar den 80er-Jahre-Implantaten, die nahezu alle einen Durchmesser von 4 mm hatten. Dann entwickelte sich ein Auto-Markt, der heute aus einem Auto einen höchst emotionalen Gegenstand gemacht hat. Mit der Grundeigenschaft der Mobilität beschäftigt sich heute in der Kommunikation keiner mehr. Vielmehr vermitteln moderne Autos ein Fahrgefühl, das sportlich, zuverlässig oder besonders sicher sein kann. Wenn Sie den kommenden Implantatmarkt vorwegdenken möchten, dann lassen Sie sich doch schon etwas für die nächste Phase des Marktes einfallen. Wenn sowieso alle Implantate nahezu sicher einwachsen, dann sollten Ihre Implantate etwas Besonderes können. Oder noch besser Sie und Ihre Praxis. Dann ist es losgelöst vom Material oder Produkt. Implantate mit Langzeitgarantien, Sofortversorgungen mit festen Zähnen oder – zukünftig – bioaktive Implantate üben schon heute eine starke Attraktion auf Patienten aus.

Ein breites Angebot sichert Marktanteile

In jedem Fall werden Sie sich entscheiden, in welchen Segmenten Sie die Implantologie anbieten. In einer großen Praxis mit gemischtem Publikum empfiehlt sich ein breites Angebot mit hochwertigen (hochpreisigen), verlässlichen (günstigen) oder sehr günstigen Implantaten – für jedes Segment ein passendes Angebot. Viele Spezialistenpraxen haben Ende der 90er-Jahre nicht gleich erkannt, dass durch die weite Verbreitung der Implantologie in die Praxen ihre Position im Markt sich verändert hatte. Nahezu alle waren im Hochpreissegment positioniert. Tatsächlich haben nur die Spezialpraxen wenig gelitten, die ihre Angebotspalette ausgeweitet

haben: vom Kleinwagen über die Mittelklasse bis zur Oberklasse – eine breite Patientenklientel kann angesprochen werden. Da der Markt sich verändert und die Nachfrage der Patienten sich verschiebt, gibt es eine einfache Lösung für diese Herausforderung. Bewegen Sie sich einfach mit dem Markt. Denn ändern oder beeinflussen können Sie das Geschehen nicht. Und die guten alten Zeiten kommen Ihnen zu Liebe nicht zurück.



Implantatmarkt – heute mehrere Segmente, Patienten aus allen Bereichen von Hoch-Tiefpreis, mehr Transparenz führt zu informierten Patienten und gezielten Nachfragen.

Ein Markt in Bewegung – Chancen für die Beweglichen, Terrainverluste für die Unbeugsamen.