

Der „Apple“ des Implantatmarktes

Im Jahr 2010 wurde das Schweizer Unternehmen TRI Dental Implants Int. AG gegründet. Bei der IDS 2011 war der erste öffentliche Auftritt. Doch was verbirgt sich hinter den drei Buchstaben, welche Parallelen gibt es zu Apple und was kann der Dentalmarkt von TRI Dental Implants erwarten? Interessante Antworten auf diese und weitere Fragen bekamen wir vom CEO Tobias Richter.

DI: Herr Richter, welches Produkt haben Sie zum Start präsentiert?

Tobias Richter: Im Kern des Produktportfolios steht das TRI® Performance Concept mit seinen eigenständigen Produkteigenschaften Zirconia Blast Media Implantatoberfläche (ZBM), das TRI BoneAdapt Implantatdesign, die TRI-Friction Implantatverbindung und das TRI Soft Tissue Weichgewebsdesign. Wir sind überzeugt, dass wir damit die wesentlichen modernen Anforderungen der heutigen Implantologie in einem ganzheitlichen Implantatsystem verknüpft haben. Diese Technologie ist in die Produktlinien TRI® Vent Dental Implant System (mit den Durchmessern 3,7 / 4,1 / 4,7 mm) und TRI® Narrow Dental Implant System (3,3 mm) integriert. Hinzu kommt eine sehr schlanke und innovative Chirurkieskette mit einem intelligenten Bohrerstopp-System. Wir ergänzen diese Kernsysteme mit Erweiterung in den prothetischen Linien (abgewinkelte verschraubbare Abutments für All-on-Four Versorgungen) sowie navigierter Chirurgie.

Unser hochstehendes Ziel war es, ein maximal effizientes als auch vielfältig einsetzbares Implantatsystem zu schaffen, quasi den „Apple der Implantatindustrie“. So beinhaltet unser Implantatsystem komplett nur 180 Implantatkomponenten, was eine Reduktion der Komponenten um mehr als 50 % zu herkömmlichen Systemen bedeutet. Der maß-

gebliche Erfolgsfaktor liegt in nur einer Implantat-Verbindung und somit einer Reduktion der Komponentenanzahl auf ein absolutes Minimum. Dies ist gleichzusetzen mit der Verringerung an Lagerhaltungskosten in der Praxis und möglichen Anwendungsfehlern bei der Assistenz.

DI: Auf welche Entwicklung kann das Unternehmen seit der Gründung zurückblicken?

TR: Wir beschäftigen zwischenzeitlich insgesamt 50 Angestellte. In den Direktmärkten haben wir heute ein 30-köpfiges Vertriebsteam, sind über Distributoren bereits in 11 Ländern mit unseren Produkten vertreten und derzeit in Verhandlungen, um unsere internationalen Aktivitäten weiter auszubauen. Am 1. April haben wir unser Internationales Distributions- und Service Center in Freiburg eröffnet, um der starken Nachfrage mit einer effizienten und zentralisierten Auftragsabwicklung nachzukommen.

DI: Wie sieht die Unternehmensstruktur aus?

TR: Um unseren Partnern und Kunden das bestmögliche Preis-Leistungsverhältnis zu bieten, sind wir darauf angewiesen, unser Unternehmen so schlank und effizient wie möglich zu führen. So haben wir uns dazu entschieden im Herzen der Schweiz unseren Hauptsitz, mit Management und Entwicklungsstrategie für das internationale Geschäft, anzusiedeln. Die Nähe zu unseren Schweizer Produktionscentern war hier der ausschlaggebende Faktor.

Unser zentrales internationales Distributions- und Service-Center liegt hingegen innerhalb der EU in Freiburg. Dies ermöglicht ein Maximum an Kundennähe, Schnelligkeit und Kostenbewusstsein. Unsere stark vertriebsorientierte Unternehmensstruktur basiert auf der Zusammenarbeit mit der eigenen Vertriebsmannschaft in den Hauptmärkten Deutschland und Italien, die direkt aus der Schweiz geführt werden. Weitere internationale Märkte werden mit erfahrenen professionellen Distributionspartnern in Europa, Asien und Südamerika gestattet. Die gesamte Unternehmensstruktur wird durch ein modernes Unternehmensplanungssystem (ERP) durchzo-



CEO Tobias Richter: „Unser Ziel ist eine hohe Innovationsrate, um die langfristige Attraktivität für den Kunden und Differenzierung zum Wettbewerb zu erhalten.“

gen, das Prozessschritte ohne weitere Schnittstellen kohärent verknüpft, von Bestelleingabe über Verrechnung bis zum Versand der Produkte.

DI: Welche namhaften Anwender oder Kliniken waren an der Entwicklung Ihrer Produkte beteiligt?

TR: Das Performance Concept und die Ausarbeitung des TRI® Dental Implant Systems haben wir in enger Zusammenarbeit mit einer Gruppe führender Fachleute entwickelt, wobei Dr. Marius Steigmann (Institut Steigmann) der entscheidende Impulsgeber war. Bei der Entwicklung des Implantatsystems stand für uns im Vordergrund, dem Markt eine anwenderfreundliche Lösung zu präsentieren. Weitere internationale Referenten und Studienpartner für das TRI Dental Implant System sind u. a. Dr. Paolo Triesi (Italien), Dr. Wolff-Ulrich Mehmke (Deutschland), Dr. Giulio Rasperini (Italien), Dr. Hom-Lay Wang (USA) sowie Dr. Alberto Rebaudi und Dr. Marco Esposito (Italien).

DI: Was verbirgt sich hinter TRI: Tobias Richter Implantat oder doch eher „Through Research Innovative“?

TR: Das identische Kürzel ist ein schöner Zufall. Tatsächlich ist der Name „TRI“ die Abkürzung für „Through Research Innovative“, welcher von einer Gruppe führender Fachleute herausgearbeitet wurde, die ein gemeinsames Ziel verfolgen: Die neuesten klinischen Erkenntnisse und das Fachwissen in der Implantatforschung zusammenzuführen, um ein leistungsorientiertes und einfach handhabbares Konzept in der Implantologie zu entwickeln. Unser wissenschaftlicher Berater Dr. Marius Steigmann hat es folgendermaßen formuliert: „Das Projekt TRI hat das Ziel, praktische Erfahrungen mit den neuesten Implantatforschungen zu vereinen, um ein weiterentwickeltes leistungsorientiertes Implantatkonzept zu gewährleisten. Ein Konzept, das sowohl die harten und weichen Gewebeparameter berücksichtigt, als auch ein Optimum an Primär- und Sekundärstabilität gewährleistet“.

DI: Sie sind in der Implantatzene kein Unbekannter. Wie viel Tobias Richter steckt denn nun in TRI?

TR: Als Gründungsmitglied ist man unweigerlich an der Gestaltung des Unternehmensprofils beteiligt. Jedoch steht im Kern des Erfolges die radikale Produktphilosophie, ein extrem schlankes und gleichzeitig vielseitiges Implantatsystem zu präsentieren, das den neuesten Erkenntnissen der Implantatforschung gerecht wird. Dies ist den Entwicklern und richtungsweisenden Meinungsführern zu verdanken.

DI: Wo sehen Sie die Zielgruppe für Ihr System – Einsteiger oder Fortgeschrittene?

TR: Aufgrund unserer Größe sind wir derzeit nicht in der Lage Neueinsteiger in voller Breite beim Start in den Markt zu unterstützen. Wir fokussieren uns auf den erfahrenen Implantatanwender, der zu seinem bisherigen „Premium“-Implantatsystem ein werthaltiges System in einem niedrigen Preissegment sucht, um der Nachfrage auch von preissensitiveren Patientengruppen gerecht zu werden. Unsere Erfahrung ist, dass diese Anwender durchaus den Preisdruck im Markt spüren, sie momentan aber nur wenig nachhaltige Produktalternativen im Preissegment unter 150,- Euro pro Implantat finden.

DI: Jedes Jahr scheint der Implantatmarkt enger zu werden. Wo ist der entscheidende Unterschied zwischen TRI und Ihren Mitbewerbern?

TR: Ich stimme Ihnen vollkommen zu, dass es ein scheinbares Überangebot an Implantatfirmen gibt. Wir haben jedoch den Markt sorgfältig betrachtet und festgestellt, dass die Firmen sich entweder im Premiumsegment positioniert haben, oder der Preisvorteil im Low Budget Segment hervorgehoben wird. Wir beschreiten aus Überzeugung einen Mittelweg, wonach wir Wert auf Nachhaltigkeit, Qualität und Service legen, ohne dabei attraktive Preise zu vernachlässigen. Wir haben dies auf die Formel gebracht: „Peak Performance at the right price“. Dieser Mix ist aufgrund unserer sehr schlanken Unternehmens- und Kostenstruktur möglich. Wir glauben, mit dem richtigen Team und mit unseren Wurzeln in der Schweiz eine gute Chance für eine nachhaltige Differenzierung zu haben.

DI: Herr Richter, was bieten Sie Ihren Kunden konkret?

TR: Unsere Kunden haben die Möglichkeit unsere Produkte über unsere gut geschulten Vertriebspartner zu beziehen, die wir im Markt sukzessive ausbauen. Ebenfalls besteht der Direktkontakt über unseren Online-



Graphische Darstellung des TRI® Performance Concept mit seinen Produkteigenschaften.

shop im Internet und die täglich erreichbare europaweite Hotline 00800 3313 3313. Mit der Eröffnung des neuen Service-Centers in Deutschland haben wir perfekte Rahmenbedingungen geschaffen, um durch Training & Ausbildung kontinuierlich fachlichen Support zu gewährleisten. Wir bieten Online Webinars, um Reisekosten zu reduzieren, Trainingsinhalte aktuell zu halten und dennoch einen persönlichen Bezug zur Ausbildung zu gewährleisten.

Sicher können wir aufgrund unserer attraktiven Preispolitik nicht mit allen Serviceleistungen der führenden Unternehmen mitziehen. Wir haben uns aber genau angeschaut, was wirklichen Wert für den Anwender darstellt und sehen bis zu 90 % seiner Servicewünsche erfüllt. Wir sind überzeugt, dass wir mit den angebotenen Leistungen (siehe Kasten, Anm. der Red.) verbunden mit unserem Preis ein transparentes Angebot bereitstellen, das ihm Sicherheit und Zuverlässigkeit garantiert.

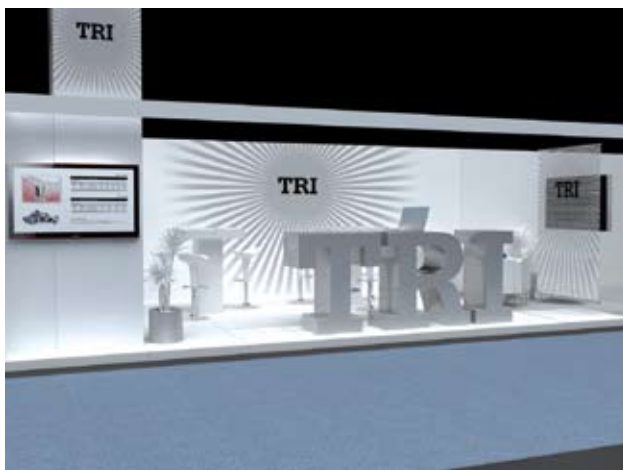
DI: Service, Kundenbindung und Verkaufsförderung wird gerade in der jetzigen Zeit groß geschrieben. Was sind Ihre Zusatzleistungen?

TR: Individuelle Kundenbetreuung ist für uns ein wichtiges Instrument, um eine langfristige Kundenbindung aufzubauen. Neben der persönlichen Betreuung durch unser Vertriebsteam bieten wir die kostenlose Beratung auf unserer Experten-Infoline an. Wie im letzten Jahr setzen wir auch dieses Jahr unsere erfolgreiche Roadshow TRI Performance Days in allen Regionen Deutschlands fort. Sehr gefreut hat uns, dass wir unseren Referentenpool weiter ausbauen konnten und so eine Auswahl verschiedener Themen anbieten können. Im Juni bieten wir zudem in Kooperation mit dem Hamburger Dental-labor Zischow Dental einen Implantologen-Brunch mit Live-OP an und veranstalten weitere Seminare nach der Sommerpause. Neben der Vorstellung un-

seres Systems stehen bei diesen Events vor allem die Präsentation neuer wissenschaftlicher Erkenntnisse und neuer Behandlungsmethoden im Vordergrund. Zu guter Letzt pflegen wir auch den direkten Kontakt mit unseren Kunden über social media Plattformen wie Facebook, YouTube und Twitter.

DI: Was darf der Dentalmarkt in Zukunft noch von Ihnen erwarten?

TR: In Hinblick auf die IDS 2013 sehen wir spannenden Neuproduktangeboten entgegen. Im Vergleich zu vielen etablierten Unternehmen liegt unser Fokus klar auf dem Ausbau der strategisch wichtigen europäischen Kernmärkte Deutschland und Italien. Parallel bauen wir unser internationales Netzwerk mit Distributoren aus. Ein wichtiges Ziel ist, unsere Partnerschaft mit führenden Referenten und Forschern auszubauen, was über gemeinsame Studien und Fallstudienprogramme erfolgt. Im Produktbereich ist unser Ziel, eine hohe Innovationsrate zu halten, da nur darüber die langfristige Attraktivität für den Kunden und Differenzierung zum Wettbewerb erhalten bleibt. Zu guter Letzt stellen wir momentan auch innerhalb der Unternehmensstruktur die Weichen für einen starken Verwaltungsrat, um unser Wachstum zu begleiten und im kontinuierlichen Diskurs auszusteuern.



Erste Messepräsenz auf der IDS 2011 in Köln.

Leistungsangebot von TRI Dental Implants

Lebenslange Garantie

Lebenslange Garantie auf alle Implantatkäufe und eine begrenzte lebenslange Garantie auf alle Prothetikkomponenten.

100 Tage Produktumtausch

Umtausch jedes ungeöffneten Produkts innerhalb von 100 Tagen nach Kauf.

Kostenloser Versand ab Bestellwert von über 1.000 Euro

Kostenloser Versand mit Standardversand für jede Einzelorder im Wert von über 1.000 Euro

24-Stunden Expresslieferung

24-Stunden-Expressversand an eine Wunschadresse in Deutschland als Alternative zum Standardversand für 7,50 Euro.

Gratis Experten-Infoline

Persönliche telefonische Expertenunterstützung durch erfahrene Zahntechniker bei technischen Fragen.

Online-Bestellung unter www.tri-implants.com

24-Stunden-Bestelloptionen mit Möglichkeit zur direkten Kreditkartenzahlung und AirMiles-Sammlung.