

WIR BIETEN EIN IMPLANTOLOGISCHES ZUHAUSE

Im Oktober bezog Medical Instinct in Bovenden im Kreis Göttingen ein repräsentatives, lichtdurchflutetes neues Firmengebäude, das den nun zehn Innendienstmitarbeitern einen attraktiven Rahmen für ihre Dienste für den implantologisch tätigen Zahnarzt und gleichzeitig Schulungsräume für die Kunden im In- und zunehmend auch aus dem Ausland bietet. Es tut sich also ordentlich was, worauf pip das Gespräch mit Geschäftsführer Jan Worlitz suchte.

pip: Viele reden derzeit von Stagnation und nachlassenden Erwartungen im Markt – Sie vergrößern....

Worlitz: Das stimmt, eine sowohl personelle als auch räumliche Vergrößerung trägt unserer guten Entwicklung lediglich Rechnung. Wir sind in einer völlig anderen Situation als die großen Wettbewerber und sehen die Zukunft sehr optimistisch. Ein Erfolgsfaktor ist sicher, dass wir auf mehreren Beinen stehen. Wir bieten nicht nur clevere Implantatkonzepte, sondern ein Komplett-Angebot rund um die Implantologie. Zur IDS dürfen Sie an unserem Stand in Halle 4.1 nicht weniger als 150 neue Produkte erwarten.

pip: Mit einem solchen Bauchladenkonzept sind einige aber auch schon auf demselben gelandet....

Worlitz: Bauchladen ist ein tolles Stichwort. Man muss sich genau überlegen, was man im Angebot führt. Sonst erdrückt einen das Gewicht. Unsere 20-jährige Erfahrung in der Dentalbranche und das gute Feedback unserer Kunden sind ein Garant dafür nicht daneben zu liegen. Wir entwickeln unsere Produkte und unser Angebot gemeinsam mit Anwendern und bauen es ständig weiter aus. Unser Angebot und viele Produkte sind einzigartig. Schwerpunkt ist ganz klar das Implantologiegeschäft. Aber auch die angrenzenden Bereiche entwickeln sich rasant. So ist die Praxisbekleidung z.B. eine wichtiger Erfolgsfaktor. Wir sind für Deutschland, Österreich und Schweiz exklusiver dentaler Partner des US-Marktführers Landau. Oder nehmen Sie unsere Medical Instinct Eye Protection, die Einweg-Schutzbrille. Geringste Kosten, aber beim Patienten ein toller und nachhaltiger Effekt. Viele einzigartige Produkte, da macht das Verkaufen Spaß!

pip: "Ich will Spaß, ich will Spaß ..."?

Worlitz: Ist Spaß nicht ein wichtiger Faktor für Erfolg? Wenn man Spaß hat an etwas, macht man es meistens gut und ist auch entsprechend erfolgreich. Das gilt für uns genauso wie für Sie oder unsere Kunden. Dass unsere implantologischen Produkte wissenschaftlich durchdokumentiert sind, dürfen Sie dabei voraussetzen. Auch hier arbeiten und entwickeln wir ja gemeinsam mit renommierten Anwendern. Das BoneTrust mini Implantatsystem zum Beispiel, das in dieser Art erste, zweiteilig-verschraubte Interimplantat aus Titan, entstand gemeinsam mit den Dres. Schmidt, Zastrow und Marbell der Privatzahnklinik Schloss Schellenstein. Oder auch das BoneTrust sinus Implantat nach Dr. Kay Pehrsson von der Haranni Clinic in Herne. Nur zwei von vielen Produktlösungen, die von erfahrenen Anwendern kommen. Über das "Technical Pepp"-Konzept kann jeder unserer Kunden mit seinen Ideen das

Produktportfolio aktiv mit gestalten. Aber neben der Hardware geht es doch darum, dem Zahnarzt auch ein implantologisches Zuhause zu bieten, anfassbar zu bleiben. Für uns ist mit eines der schönsten Komplimente, wenn alte Implantologie-Hasen nach einer Veranstaltung sagen: "War schön mit Euch, das hat wirklich Spaß gemacht, bleibt so wie Ihr seid ...!"

pip: Irgendwann erwächst man diesem familiären Umgang, das ist doch immer so – ab einer gewissen Größe zieht auch Anonymität ein...

Worlitz: Das werden wir zu vermeiden wissen. Wir wachsen sehr kontrolliert, denn wir wollen uns den Spaß bei der Arbeit bewahren. Das geht nicht, wenn Kunden irgendwann nur noch Nummern und Umsatzzahlen sind. Genau das wollen unsere Kunden nicht und unterstützen uns. Zudem sind wir ein privat finanziertes, inhabergeführtes Unternehmen. Das Kundenwohl steht für uns an vorderster Stelle. Aufgrund unserer schlanken Strukturen schlägt Kritik sofort zum Management durch, anders als bei den Großen. Kein Kunde braucht uns in Anbetracht der Wettbewerbssituation. Dessen sind wir uns bewusst. Das ehrliche und engagierte Bemühen um jeden einzelnen unserer Kunden ist gelebte Firmenphilosophie all unserer Mitarbeiter. Derzeit vermerken wir eine starke Nachfrage aus den Auslandsmärkten, vor allem aus Russland und der Türkei und in den USA und China gibt es vielversprechende Kontakte. Diesen Bereich werden wir in naher Zukunft ausbauen, mit lokalen Partnern, die unser Konzept und unsere freundschaftliche Kundenbindung in ihren Heimatmärkten ebenso leben wie wir in Deutschland.

pip: Das klingt vielversprechend...

Worlitz: Absolut. Es ist teilweise schwer verständlich, aber – angeblich wollen immer mehr Patienten und Zahnärzte in Deutschland billige Implantate und Prothetik aus Schwellenländern. Und genau mit diesen Ländern führen wir Gespräche, weil die Interessenten ein Produkt wollen, das in Deutschland entwickelt und hergestellt wurde. Zudem ist das Markenbewusstsein extrem hoch. Hier können wir mit den Werten und dem Auftritt von Medical Instinct punkten, da wir anders sind. Wobei unsere Partner auch sehr schätzen, dass wir auf länderspezifische Besonderheiten mit entsprechenden Modifikationen eigenständig und unbürokratisch eingehen können.

pip: Was haben Sie zur IDS Besonderes im Köcher?

Worlitz: Ein Köcher reicht nicht – für die Fans konischer Verbindungen sicherlich wichtig ist das neue BoneTrust Cone plus Implantatsystem. Es vereint die chirurgischen Vorteile des BoneTrust plus Implantats mit denen einer konischen Aufbauverbindung. Zudem präsentieren wir viele Erweiterungen für die bisherigen Systeme und zeigen auch erstmals die neue Landau-Praxisbekleidungs-Kollektion. Die Besucher sollten sich also für den Besuch bei uns ruhig etwas Zeit nehmen.

pip: Herzlichen Dank, Herr Worlitz, für dieses Gespräch. ■



Jan Worlitz, Geschäftsführer Medical Instinct