

# Implantologische Erfahrungen teilen – Erfolg multiplizieren

## Räumliche und personelle Vergrößerung bei Medical Instinct

Das international agierende Unternehmen Medical Instinct mit Sitz in Bovenenden hat jetzt ein neues repräsentatives Firmengebäude bezogen. Der passende Rahmen für ein schnell wachsendes Team, das seine Dienste dem implantologisch tätigen Zahnarzt anbietet und nun auch Schulungen für Partner aus dem Ausland organisiert. Der Expansionskurs des niedersächsischen Implantatunternehmens hält nach eigenen Angaben an, Anlass für ein im Unternehmen geführtes Interview mit Geschäftsführer Jan Worlitz.

**?** Herr Worlitz, Medical Instinct hat sich in den vergangenen vier Jahren als feste Größe im deutschen Implantatmarkt etabliert. Gegen eine verhaltene Stagnation und nachlassende Erwartungen in der Branche. Sie expandieren?

**Jan Worlitz:** Ja, wir freuen uns sehr über diese Entwicklung. Zeigt sie doch, dass wir mit unseren Ideen und Konzepten auf der richtigen Spur sind. Eine sowohl personelle als auch räumliche Vergrößerung trägt der erfolgreichen Entwicklung lediglich Rechnung. Zudem sind wir in einer etwas anderen Situation als die großen Wettbewerber und sehen die Zukunft deshalb sehr optimistisch. Ein wichtiger Faktor ist, dass wir mehrere Standbeine haben. Wir sehen uns nicht nur als Implantathersteller, sondern bieten ein pfliffiges Komplett-Angebot rund um die Implantologie.

**?** Wo sehen Sie spezielle Unterschiede?

**Worlitz:** Unser Angebot und viele Produkte sind einzigartig. Das macht uns für viele interessant. Wir hören genau hin, was Implantologen wirklich wollen. Viele Produkte und Lösungen haben wir in enger Zusammenarbeit mit Anwendern entwickelt. Unsere 20-jährige Erfahrung in der Dentalbranche und das gute Feedback unserer Kunden sind ein Garant dafür, Produkte zu realisieren, die dann auch angewendet werden. Schwerpunkt ist natürlich ganz klar das Geschäft im Sektor Im-

plantologie. Aber auch die angrenzenden Bereiche werden stark von den Wünschen der Anwender beeinflusst und entwickeln sich rasant. So ist die Praxisbekleidung beispielsweise ein wichtiger Erfolgsfaktor. Hier sind wir exklusiver dentaler Partner des US-Marktführers Landau. Viele führende Praxen und Kliniken in Deutschland, Österreich und der Schweiz werden von uns eingekleidet. Oder nehmen Sie unsere Produktpalette im Bereich der Knochenregeneration. Als erste haben wir uns für den breiten Einsatz der Hyaluronsäure in der Geweberegeneration stark gemacht oder mit *Leonardo* ein bioaktives Knochensatzmaterial eingeführt. Produkte, die es in dieser Form nur bei uns gibt.

**?** Sie werben damit, dass Sie die Wünsche Ihrer Kunden direkt in das Produktsortiment einfließen lassen.

**Worlitz:** In gewissem Maße ist das sogar einer der Gründungsgedanken von Medical Instinct gewesen. Das gesamte Implantatsystem ist in enger Zusammenarbeit mit renommierten Implantologen entwickelt worden, die aktiv Ideen mit einbringen wollten. Da ist es nur logisch und konsequent, neue Erfahrungen und Überlegungen zur ständigen Verbesserung einfließen zu lassen. Das *BoneTrust mini* zum Beispiel, das in dieser Art erste zweiteilig-verschraubte Interimsimplantat aus Titan, entstand gemeinsam mit 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, und die dann natürlich auch entsprechend Erfolg haben. Über das „Technical-Pepp“-Konzept bieten wir jedem Anwender an, Ideen einzubringen und das Produktportfolio aktiv mit zu gestalten.

**?** Wie sieht es mit dem weiteren Ausbau des Auslandsgeschäfts aus?

**Worlitz:** Das Interesse aus dem Ausland ist groß, und wir planen, unsere Aktivitäten hier weiter auszubauen. Derzeit vermerken wir eine starke Nachfrage vor allem aus Russland und der Türkei. Auch in den USA und China, durchaus keine einfachen Regionen, haben wir einige 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.



Jan Worlitz

Foto: Medical Instinct

? Das klingt  
• vielversprechend ...

**Worlitz:** Das Label „made in Germany“ ist international nach wie vor viel wert. Zudem ist das Markenbewusstsein extrem hoch. Hier können wir mit den Werten und dem Auftritt von Medical Instinct punkten, da wir uns nicht nur anders darstellen, sondern auch anders sind. Hinzu kommt, dass unsere internationalen Partner sehr schätzen, dass wir mit entsprechenden Modifikationen relativ schnell auf länderspezifische Be-

sonderheiten eingehen können – das ist der Vorteil, wenn Sie eine wendige, unbürokratisch und eigenständig handelnde Einheit wie wir sind.

? Dann kommt Ihnen die  
• IDS jetzt sicher recht.

**Worlitz:** Wir arbeiten bereits seit eineinhalb Jahren darauf hin und freuen uns, dass es bald los geht. Neben vielen neuen Produkten ist unser Highlight die Präsentation des neuen *BoneTrust-cone-plus*-Implantat-

systems, das die chirurgischen Vorteile des *BoneTrust-plus*-Implantats mit denen einer konischen Torx-Aufbauverbindung kombiniert. Wir bieten unseren Anwendern somit in Zukunft fünf eigenständige Implantatlinien, die alle mit nur einem Tray zu setzen sind. 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. ■