

„Es gibt draussen mehr kluge Köpfe als drinnen“

Näher beim Kunden, erfolgreicher im Markt – Nobel Biocare CEO Richard T. Laube fokussiert und konsolidiert das Unternehmen.

Mit einer Strategie der Kundennähe will Nobel Biocare wieder zurück auf die Erfolgsspur. Die Zeichen stehen gut, wenn auch dem Schweizer Implantathersteller ein rauer Wind entgegenbläst. Doch warum soll es einem Unternehmen besser gehen, wenn die Masse der Patienten weniger Geld in der Tasche hat und auch die Zahnärzte vorsichtiger investieren?

Läufer hat er das bewiesen. „Mit 6 Jahren kam ich mit meinen Eltern in New Jersey an und sprach kein Wort Englisch, konnte aber schnell laufen“, bemerkte er mit einem Lächeln.

Wie geht es Nobel Biocare und wie sehen Sie die Position von Nobel Biocare im Heimmarkt?

Schritt für Schritt besser, wir haben gute und engagierte Leute, ein klares Konzept und gute Produkte. Der Schweizer Markt ist für uns klein (ca. 1% vom Umsatz), aber emotional von grosser Bedeutung. Jeder kennt Nobel Biocare, wir gewinnen kontinuierlich an Boden, obwohl der Gesamtmarkt schrumpft. Der Marktanteil wächst. Der Service wird besser und persönlicher, das ist für mich keine Formel, sondern ein wichtiger Schritt in Richtung Vertrauen.

Der Markt ist auch für die Kunden härter geworden. Welche Unterstützung können die Zahnärzte und Zahntechniker von Nobel Biocare erwarten?

Indem wir chirurgische Protokolle zur Sofortimplantation und die entsprechenden Komponenten anbieten, damit gehen auch die Materialkosten pro Patientenfall zurück.

40% der Patienten kommen nach einer Extraktion nicht mehr in die Praxis zurück. Einige Zahlen: In den entwickelten Ländern leben über 70 Millionen Menschen ohne Zähne und nur 125'000 davon sind mit Implantaten behandelt worden (in der Schweiz sind ca. 14% der über 65-jährigen zahnlos). Hier liegt ein grosses Patientenpotenzial. Deshalb sollte



Richard T. Laube, CEO Nobel Biocare AG, Zürich, im Interview während der Gemeinschaftstagung SGI/DGI/ÖGI im Kursaal Bern. Fotos: Eschmann Medien AG

sich der Zahnarzt mit diesen Konzepten auseinandersetzen. Mit unserem Konzept der Vollversorgung auf vier Implantaten kann der Patient in wenigen Tagen versorgt werden. Das reduziert die Behandlungskosten erheblich. Durch die kürzere Behandlungsdauer gewinnt der Patient an Lebensqualität und der Zahnarzt arbeitet kosteneffizienter. Die Anwendung des Konzeptes ist natürlich patientenbedingt, aber es kommen mehr Patienten dafür infrage, als gemeinhin angenommen wird.

Nobel Biocare steht auch für Neuentwicklungen. Welche neuen Produkte wurden kürzlich lanciert und welches sind die Vorteile für den Zahnarzt?

Wir haben ein Innovationspro-

gramm installiert: Forschung und Entwicklung arbeiten übergreifend zusammen. Dazu kommt ein „Idea screening Board“, das alle Ideen prüft, die an uns herangetragen werden, denn es gibt mehr kluge Köpfe draussen als drinnen. Fokusgruppen, bestehend aus Zahnärzten und Zahntechnikern, prüfen die Ideen, diejenigen, die valide sind, werden entwickelt. Offenheit, das haben wir von den Softwareentwicklern gelernt. Ein Beispiel ist OsseoCare™ Pro, die erste Chirurgieeinheit, die mit einem iPad® bedient wird.

Wo sehen Sie die Rolle der Zahntechnik und hier besonders die intraorale Abformung?

Unser Ziel ist ganz klar, den Zahntechniker in die Patientenversorgung

zu integrieren. Das Labor ist äusserst wichtig. Das All-on-4-Konzept wäre ohne gute Labore nicht möglich. Für mich ist der Zahntechniker wie der Goalie im Fussball, ein wichtiges Mitglied der Mannschaft. Die CAD/CAM-Schulung und Ausbildung ist Teil dieser Lösung. Die Spezialisierung und Entwicklung auf CAD/CAM ist die Basis der Zusammenarbeit zwischen Zahntechniker und Zahnarzt für Stege und Abutments.

Wo steht Nobel Biocare in fünf Jahren?

Wenn ich in fünf Jahren die Augen öffne, sehe ich einen Mehrwert für Zahnarzt und Patient und einen aussergewöhnlichen Service. Basis dafür sind unsere Produkte und Innovationen, gemäss dem Motto „Designing for Life“.

Wenn man durch die Ausstellung an der Tagung ging, dann war die Präsenz von „Billiganbietern“ nicht zu übersehen. Ebbt die Welle ab oder wird sie stärker?

2003 gab es etwa 70 Anbieter, 2009 waren es schon 210, zwei Jahre später nur noch 200. Die grosse Welle ist also vorbei. Es ist schwer, rentabel zu werden und zu bleiben. Verantwortungsvolle Zahnärzte achten auf Evidenz und Nachhaltigkeit im Sinne ihrer Patienten. Der Preis des einzelnen Implantats spielt nicht die entscheidende Rolle, man muss die gesamte Behandlung anschauen, dann kann man das Verhältnis Preis-Leistung darstellen.

Herr Laube, wir danken Ihnen für das Gespräch. □



Richard T. Laube, Nobel Biocare, spricht mit Johannes Eschmann über die Strategie und Ausblick, „Designing for Life“.

Während der Gemeinschaftstagung der SGI/DGI/ÖGI vom 29.11.–1.12.2012 in Bern, sprach Johannes Eschmann mit CEO Richard T. Laube über die Ausrichtung des Unternehmens. Dabei interessierten wir uns hauptsächlich für den Schweizer Markt. Seine Mission und seine Strategie in einem Satz: Wie helfen wir unseren Kunden, mehr Patienten besser zu behandeln? Ob in China, den USA, Australien oder eben in der Schweiz.

Der 57-jährige schweiz-amerikanische Doppelbürger mit Aargauer Wurzeln braucht Stehvermögen. Als Triathlet und früherer 400-Meter-

Die neue Strategie: Nähe zum Kunden und zur Wissenschaft

Meinungsbildner aus der Schweiz, Deutschland und Österreich trafen sich am 28. November am Hauptsitz von Nobel Biocare in Kloten.

Die Tagung ist Teil der neuen Strategie von CEO Richard T. Laube, Kunden mehr in die Entwicklung zu involvieren und Rückmeldungen aus der Praxis zu erhalten.

Dazu hat Richard T. Laube die Leiter der drei Länder sowie die wichtigsten Mitarbeiter für Marketing, Verkauf, Forschung und Entwicklung, Produktmanagement und klinische Forschung aufgebildet.

Michael T. Studer, verantwortlich für Nobel Biocare in der Schweiz und Österreich, ermunterte die Gäste zur Diskussion: „Wir suchen die Kundennähe und die Wissenschaft steht wieder im Zentrum.“

Lebensqualität für Patienten

Was können wir besser tun, wo liegen die Stärken und Schwächen? Nobel Biocare CEO Richard T. Laube will das Unternehmen wieder an den Ursprung seiner Stärke führen. Das heisst: Mehr Zeit für Forschung und Entwicklung, implantatbasierte Behandlungen stehen im Fokus ebenso wie Schulungen in Zusammenarbeit mit den Kunden. „Patienten kann nur besser behandeln, wer trainiert, diese besser zu behandeln“, folgerte der CEO.

Dank eines systematischen Innovationsprogramms, das regelmässig mit Kunden diskutiert wird, sollen

Fehlentwicklungen vermieden und nur Produkte auf den Markt kommen, die ausgereift sind. Das braucht seine Zeit. Dies den Analysten zu erklären, ist nicht einfach. Weg von „Speed to market“ – hin zu „Quality to market“.

Kundennähe im Fokus

Melker Nilsson, globaler Verkaufsleiter, titelte seine Präsentation: „Zusammenwachsen“ womit er Nobel Biocare als Partner der Kunden sieht. Wie es mit der Produktentwicklung steht und weitergeht, erklärte Hans Geiselhöringer, selber Zahntechniker und Leiter Forschung und

Entwicklung. An der Ausrichtung der Implementierung des digitalen Workflows überprüft seine Abteilung in Zusammenarbeit mit Zahnärzten und Zahntechnikern die laufenden Projekte. Welche Vorteile die Navigationssoftware NobelClinician dem Anwender bietet, erläuterte Dr. med. dent. Pascal Kunz, Produktmanager Guided Surgery und Digital Dentistry. Michael Putscher, Leiter Produktmanagement Implantate, ging in seinem Vortrag vor allem auf die Vorteile der konischen Innenverbindung ein, welche sowohl bei Nobel Active als auch bei NobelReplace CC zum Einsatz kommt. Einen wichtigen

Part übernahm Dr. rer. nat. Ingo Braun, Leiter klinische Forschung. Wissenschaftliches Arbeiten zusammen mit Nobel Biocare: Der persönliche Kontakt mit Forschern und Klinikern wird gefördert, sich nur übers Web auszutauschen sei zu wenig. Klinische Studien bilden den Nukleus der Nobel Biocare Produkte und Anwendungen.

Lebhafte Diskussionsbeiträge prägten die Tagung. „Ich habe heute viel gelernt und bin sehr zufrieden“, sagte Richard T. Laube zum Abschluss. □

Text und Fotos: Johannes Eschmann



Michael T. Studer, Leiter Schweiz und Österreich, begrüsst Opinionleader aus den deutschsprachigen Ländern und betonte die Nähe zum Kunden.



Offene Diskussion mit den Gästen (v. l.): Dr. Dr. Matthias Leupold, Balgach, Prof. Dr. Peter Rammelsberg, Heidelberg, Dr. Massimo Morandini, Lugano, und Dr. Christian Hammächer, Aachen.



ZT Hans Geiselhöringer, Leiter Forschung und Entwicklung. Wie sind Komponenten möglichst einfach und kostengünstig anzuwenden?



Dr. rer. nat. Ingo Braun, Leiter der klinischen Forschung. Klinische Studien und Evidenz bilden den Kern der Nobel Biocare Produkte und Anwendungen.