

# Trendbereich Implantologie

Die Implantologie boomt. Immer mehr Zahnärzte spezialisieren sich auf dieses Fachgebiet. In manchen Städten sind bereits mehr als die Hälfte der Behandler implantologisch tätig. Doch welche Auswirkungen hat die drastische Zunahme auf der Angebotsseite? Ist die zu erwartende Steigerung der Nachfrage ausreichend für alle angebotsseitigen Marktteilnehmer? Im folgenden Beitrag wird versucht, eine erste Abschätzung vorzunehmen und die möglichen Auswirkungen auf die einzelnen Praxen aufzuzeigen.

Prof. Dr. Thomas Sander/Hannover

■ In 2001 hat die I+G Gesundheitsforschung München eine „Bedarfsermittlung für prothetische Leistungen in der Zahnheilkunde bis zum Jahr 2020“ vorgenommen. Danach scheint ein „unverändert altersabhängiges Anwachsen des Zahnverlustes“ realistisch zu sein. Das kann dahingehend interpretiert werden, dass der Bedarf an zahnmedizinischen Leistungen im Allgemeinen nicht geringer wird, was auch Studien des Instituts der Deutschen Zahnärzte belegen. In 2020 wird jeder dritte Einwohner über 65 Jahre alt sein. Eine Senkung des Behandlungsbedarfs sei daher nicht zu erwarten.

## Welchen Trend nimmt die Implantologie ein?

In der oben genannten Studie wurde auch festgestellt, dass Personen mit feststehendem Zahnersatz zufriedener sind als Personen mit abnehmbarem Zahnersatz. Besonders zufrieden sind Implantatträger mit überdurchschnittlichen Bewertungen beim Kauen, in der Ästhetik und im Komfort. Es ist dementsprechend ein Trend zu feststehendem Zahnersatz auszumachen. Insgesamt kann festgestellt werden, dass eine Zunahme des implantatgetragenen Zahnersatzes zu erwarten ist. Die Einzelheiten sind der oben genannten Studie zu entnehmen.

## Marktaspekte

Wesentlich für die Einschätzung der Bedeutung der Implantologie in der Zukunft ist die Entwicklung der Anzahl der Personen, die entsprechende Leistungen in Anspruch nehmen. In der Abbildung 1 (Quelle: Statistisches Bundesamt 2007) ist hinsichtlich der Hauptzielgruppe ab 50 Jahre eine deutliche Steigerung bis 2020 festzustellen. Die Abnahme der Anzahl der 51- bis 60-Jährigen ab 2020 wird durch einen darüber hinausgehenden Anstieg der über 60-Jährigen kompensiert. Auf die Darstellung noch älterer Gruppen wurde hier verzichtet, weil die Verschiebung der Kurvenmaxima in spätere Jahrzehnte evident ist.

Im Hinblick auf die Möglichkeit, Umsätze in der Zielgruppe zu generieren, ist weiterhin das verfügbare Einkommen zu beachten. Abbildung 2 (Quelle: Statistisches Bundesamt 2007) macht deutlich, dass in der Zielgruppe > 50 das höchste Nettoeinkommen im Erwerbs-

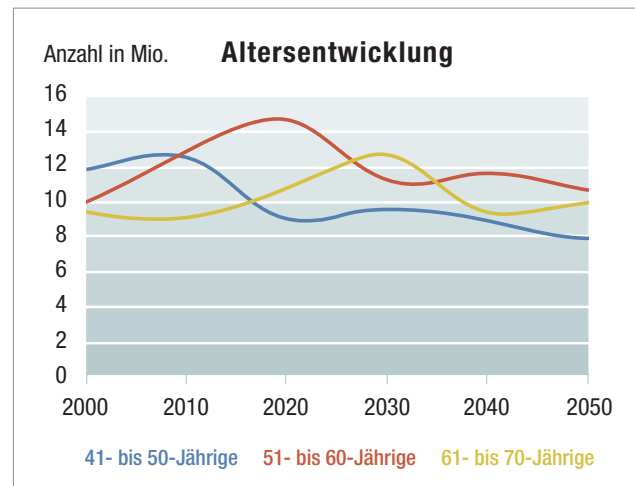


Abb. 1: Altersgruppenspezifische Entwicklung der Bevölkerungszahl.

leben erzielt wird. Hinsichtlich des tatsächlich verfügbaren Einkommens dürfte sich das Maximum in höhere Altersgruppen verlagern, weil Lasten wie die Versorgung der Kinder oder die Abzahlung von Darlehen wegfallen. Schließlich ist zu beachten, dass die private Verbrauchsnachfrage in Deutschland bis 2040 um im Mittel 86 Prozent und bei der Gesundheit um 140 Prozent (Basis: 1998) steigen wird (AWM, 2004).

Alle Aspekte sprechen daher dafür, dass der Markt für die Implantologie deutlich und nachhaltig wachsen wird. Diesem Trend entsprechend haben sich immer mehr Zahnärzte auf das Fachgebiet der Implantologie spe-

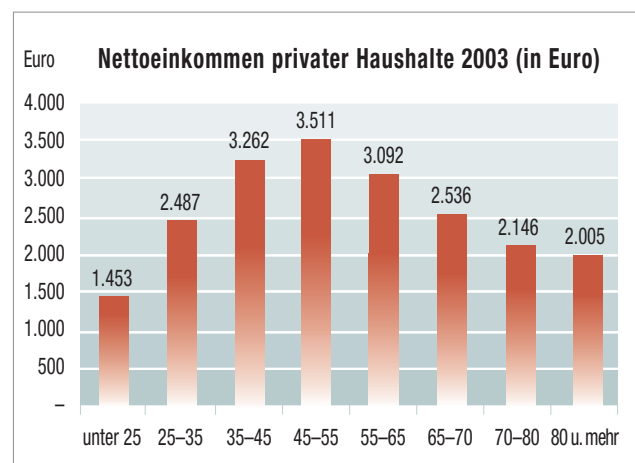


Abb. 2: Altersgruppenspezifisches Nettoeinkommen.

zialisiert. Sie verhalten sich marktgerecht (vergleiche auch Abbildung 3, Szenario A). Doch bei der Abschätzung der zukünftigen Entwicklung werden oft einige Aspekte außer Acht gelassen, die hier diskutiert werden sollen.

### Umsatzrealisierung und Marketing

Wie bereits dargestellt, ist der Markt für die Implantologie potenziell vorhanden. Um tatsächlich Umsätze zu generieren, muss der Patient aber von der Vorteilhaftigkeit der Inanspruchnahme der Leistung überzeugt werden. Und das ist nur in Verbindung mit entsprechender Werbung erreichbar. Dies kann die einzelne Praxis tun oder aber über Berufsverbände, Netzwerke etc. erreicht werden.

### Preisentwicklung und Markt

Zwar wird ein Großteil der Patienten auch weiterhin der Empfehlung des ihm vertrauten Zahnarztes folgen. Aber es ist auch festzustellen, dass immer mehr Patienten die Entscheidung über die Inanspruchnahme der Leistung nicht nur absolut (ja oder nein), sondern auch relativ (preisabhängig) treffen. Wenn es gelingt, den Patienten in Verbindung mit dem entsprechenden Marketing davon zu überzeugen, dass auch günstige implantologische Leistungen qualitativ hochwertig sind, wird eine deutliche Verschiebung des Marktes hin zu den günstigen Anbietern erfolgen.

### Optimierung der Leistungserbringung

Im Hinblick auf die oben genannte Preisentwicklung versuchen immer mehr Anbieter, die Leistung günstig anzubieten. Ein Ende der Abwärtsbewegung der Preise, sowohl auf der Produktseite (Implantat, Krone) als auch auf der Dienstleistungsseite (Zahnarzt), ist nach Auffassung des Autors nicht erkennbar. Im Gegenteil wird hier noch viel Spielraum für Kosten- und damit Preissenkungen gesehen. Allerdings nur für die Zahnärzte, die sich auf diese Spezialisierung konzentrieren und eine bewusste Positionierung vorgenommen haben. In diesem Zusammenhang ist auch das spezielle Zuweisermarketing von Bedeutung.

### Preiselastizität und Markt

Welche Auswirkung sinkende Preise bei der Implantatversorgung auf die Nachfrage haben, ist bisher nicht in die oben genannten Prognosen eingeflossen. An der Medizinischen Hochschule Hannover wird dieser Aspekt (Preiselastizität) zurzeit untersucht. Es ist eine weitere Nachfragesteigerung zu erwarten. Das wird allerdings in erster Linie die Anbieter fördern, die die Leistung günstiger bringen können. Und das wiederum hat nega-

tive Auswirkungen für die Zahnärzte, die die Leistung nur halbherzig anbieten. Denn diese werden die Preisadjustierungen nach unten mitmachen müssen. Wegen unterschiedlicher Kostenstrukturen erreichen sie aber eher den Punkt, ab dem sich die Leistung nicht mehr rentiert. In der Folge müsste die Spezialisierung aufgegeben werden.

### Marktentwicklung

Dieser Zusammenhang ist in Abbildung 3 dargestellt. Das Szenario A stellt das aktuelle marktkonforme Verhalten der Zahnärzte dar, die sich aufgrund der wachsenden Nachfrage auf die Implantologie spezialisieren. In Szenario B ist die nach Auffassung des Autors zu

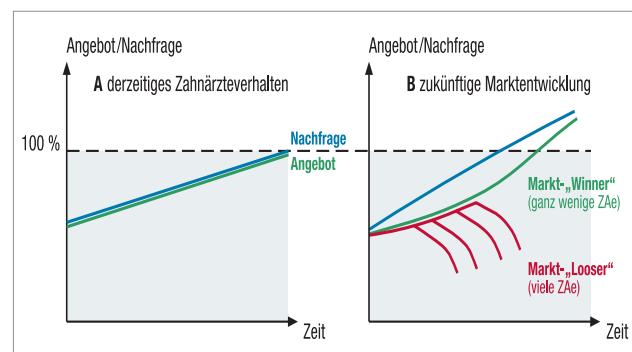


Abb. 3: Angenommene Marktentwicklung.

erwartende Zukunft dargestellt: Die Nachfrage nach Implantaten wird größer sein als allgemein angenommen, aber nur wenige Zahnärzte werden den Markt bedienen (Markt-„Winner“). Die Zahnärzte, die keine konsequente Ausrichtung betreiben (Positionierung), werden am Implantatiemarkt verlieren (Markt-„Looser“).

### Konsequenzen?

Die Anzahl der Implantatversorgungen wird zunehmen, die Preise werden abnehmen. In diesem Markt können nur die bestehen, die sich entsprechend positioniert haben. Dazu gehört unter anderem Netzwerkbildung und Marketing. Wer hier meint, nebenbei mit Implantologie viel Geld verdienen zu können, wird langfristig scheitern.

Quelle:

AWM Centrum für angewandte Wirtschaftsforschung Münster, Vortrag 2004, [www.wiwi.uni-muenster.de/insiwo/download/vortraege/Osnabrueck.pdf](http://www.wiwi.uni-muenster.de/insiwo/download/vortraege/Osnabrueck.pdf) vom 19.7.2007

### ■ KONTAKT

**Prof. Dr. Thomas Sander**

Tel.: 05 11/5 32-61 75

E-Mail: [Sander.Thomas@MH-Hannover.de](mailto:Sander.Thomas@MH-Hannover.de)

Web: [www.prof-sander.de](http://www.prof-sander.de)