Mehr Lebensqualität für mehr Patienten!

Seit fast 20 Jahren vertreibt die DRS International als in Deutschland ansässiges Dentalunternehmen unter dem Namen "Dental Ratio" weltweit Produkte im Bereich der dentalen Implantologie zu betont wirtschaftlichen Preisen. Zu Jahresbeginn wurde die exklusive Kooperation mit Hager & Meisinger verkündet. Interview mit

Interview mit Ulf-Christian Henschen

President und CEO DRS International GmbH, Dental Ratio Systems



Einfach ausgedrückt hat Dental Ratio das bereits Bewährte aufgegriffen und eigene Implantate geschaffen, die sich sowohl am Design als auch an den Erfolgsquoten führender Implantatsysteme äußerst nah orientieren. In der Pharmazie würde man den Begriff des Generikums verwenden, um mit Ratiopharm ein Beispiel zu nennen: Statt viele Mittel, Zeit und Energie in neue Entwicklungen zu investieren, orientieren wir uns an erfolgreichen, patentfreien Systemen, die bis hin zur lebenslangen Produktgarantie verfügbar sind. Original Dental Ratio – unser Name steht für hohe Qualität zu konstant fairen Preisen und Made in Germany.

Spielt der Preis tatsächlich solch eine große Rolle – wir dachten, die Zeiten des "Geiz ist geil" seien weitestgehend vorüber?

Vielleicht verlieren wir in einem so sehr auf Komfort bedachten Umfeld manchmal den richtigen Blick. Nicht alle implantologisch tätigen Zahnärzte praktizieren in Vorzeigestädten mit hoher Kaufkraft an exklusiven Adressen. Und für einen durchschnittlich verdienenden Patienten macht eine Ersparnis allein im Bereich der Materialkosten von beispielsweise 1.500 – 2.000 Euro sehr wohl einen Unterschied. Auch sind aus der Sicht des Zahnarztes hohe Materialkosten für den Patienten bisweilen psychologisch hinderlich: Der Patient denkt bereits, sein Behandler habe 'kräftig zugelangt', dabei hat dieser als eigentlicher Hauptakteur noch gar nicht verdient. Ich bin sogar der Überzeugung, dass der oft hohe Preis der Implantate immer noch ein Hauptgrund ist, warum wir in Deutschland die Decke von rund 1 Million inserierter Implantate pro Jahr nicht wirklich durchstoßen. Damit verweigern wir immer noch großen Teilen der Bevölkerung diese zahnmedizinische Therapie. Daher sehen wir hier für uns durchaus eine soziale Mission und Verantwortung.

International werden Sie mit Ihren Preisen aber kaum mithalten können, oder?

Da unterschätzen Sie, was selbst im preissensitiven Ausland die Marke "Made by Meisinger/Made in Germany" gilt. Auch in

solchen Regionen wollen die Zahnärzte nicht 'billig' um jeden Preis. Wir unterscheiden uns bei der Fachkompetenz in der Entwicklung unserer Implantate – übrigens oft mit Unterstützung meinungsbildender Experten – und bei GMP und Qualitätsansprüchen in keiner Hinsicht von den Markenprodukten. 'Made by Meisinger' hat im In- und Ausland einen exzellenten Ruf und eine lange Tradition, auf die Zahnärzte vertrauen. Wir haben in den vergangenen Jahren weltweit mehr als 500.000 Implantate verkauft und haben eine dokumentierte Überlebensrate von 98 Prozent. Auch hier können wir uns also an den Markenherstellern messen lassen.

Was umfasst Ihr Programm genau?

Das von Meisinger produzierte Oktagon-Implantat ist in den Versionen Tissue Level und Bone Level verfügbar und kombiniert Einfachheit mit Vielseitigkeit. Das Oktagon-Implantatsystem ist aus Reintitan Grade 4 gefertigt, sandgestrahlt und säuregeätzt. Eine große Auswahl an Implantatlängen und -durchmessern ermöglich eine ausgesprochen breite Indikationsabdeckung – natürlich auch CAD/CAM-fähig.

Eine Besonderheit sind die Rox-Cera Cerid-Implantate mit einer biologisch hochverträglichen, keramischen Beschichtung. Aufgrund ihrer höheren Bruch- und Dauerfestigkeit sind sie auch bei reduziertem Durchmesser mit höherem Belastungsprotokoll einsetzbar.

Wenn wir uns das Design Ihrer Implantate anschauen, scheinen Sie sich ganz besonders an einem Markenhersteller zu orientieren ...?

Wenn es unser erklärtes Ziel ist, die Gesundheitsversorgung und Lebensqualität möglichst vieler Patienten mit hochwertigen zahnmedizinischen Markenprodukten und gleichzeitig fairer Preisgestaltung zu verbessern, sollten wir uns bei Design und Materialien doch durchaus an einem internationalen und äußerst erfolgreichen und für seinen hohen qualitativen Anspruch bekannten Marktführer orientieren, meinen Sie nicht?

pip: Herzlichen Dank für dieses Gespräch.