



Die Nachfrage nach Clear
Alignern steigt beständig

Foto: Align Technology

Zahnkorrekturen

Mit einem schönen Lächeln zur Marktspitze

Im wachsenden Geschäftsfeld der Zahnkorrekturen mittels transparenter Zahnreihen hat Align Technology eine Spitzenposition inne. EMEA-Executive Vice President Markus Sebastian gibt Einblick in die Marketingstrategie des internationalen Unternehmens in der Region.

Aligner-Therapien erfreuen sich seit Jahren wachsender Beliebtheit und locken immer wieder neue Anbieter in diesen Markt. Auch die Corona-Pandemie vermochte diesen Trend nicht zu stoppen. Zu den bekanntesten Vertretern dieser Branche gehört das US-amerikanische Unternehmen Align Technology, Entwickler und Hersteller des Invisalign-Systems, der führende Scanner der Marke iTero sowie der Exocad-CAD/CAM-Software. Das Geschäftsjahr 2021 verbuchte das Medizintechnik-Unternehmen ein echtes Nettoertragsrekorde mit vier Milliarden US-Dollar, was für sich als einen weiteren von mehreren Erfolgen. Vom ersten Quartal im Dezember 2021 erreichten Meilensteine, dank des Unternehmens mit Hauptsitz im kalifornischen San José berichten: Insgesamt hat Align bis dahin über 12,4 Millionen Patienten mit Invisalign-Lösungen versorgt, 73.000 iTero-Scanner verkauft und 9.000 Software-Lizenzen seiner 2020 erworbenen Tochterfirma Exocad mit Sitz in Darmstadt vergeben.

1 Daten aus Quartal 1/2022

Nach Schätzung von Align Technology beläuft sich der globale Gesamtmarkt auf etwa 21 Millionen kieferorthopädische Behandlungsfälle pro Jahr, sieben Millionen davon in der EMEA-Region. Mit einem weltweiten Marktanteil von 30 Prozent hat Align nach eigenen Angaben die Marktführerschaft inne. In der EMEA-Region stieg das Umsatzvolumen von Invisalign im Jahr 2021 um 69,5 Prozent. An diesen Erfolg knüpfen die Hersteller an und investieren in neue Technologien sowie die internationale Expansion vorantreiben. Dazu zählt auch der Plan, in der zweiten Hälfte des Jahres 2022 eine weitere Produktionsstätte in Polen zu eröffnen. Das neue Werk in Breslau ist das erste in der EMEA-Region und nach Juárez, Mexiko, und Ziyang, China, das dritte weltweit. Von Polen aus sollen die EMEA-Länder künftig mit den Invisalign-Clear-Alignern versorgt werden. Darüber hinaus unterhält Align direkte Niederlassungen in Afrika, darunter in Marokko, und plant eine weitere Expansion auf dem afrikanischen Kontinent. Auch in der DACH-Region ist der Bekanntheitsgrad der Ali-

Ärztlich geleitete Behandlung mit transparenten und individuellen Alignern bietet Align Technology seit mehr als 25 Jahren an



Foto: Align Technology

gnier-Therapie stark gestiegen. Zahlreiche Anbieter buhlen in diesem Marktsegment hierzulande um Patienten. Grund genug für Marktführer Align Technology, mittelfristig die Awareness in Bezug auf ärztlich begleitete Aligner-Behandlungen voranzutreiben.

Markus Sebastian, Executive Vice President und Geschäftsführer für die EMEA-Region bei Align Technology, erläutert, mit welchen Mitteln das Unternehmen im deutschsprachigen Raum seine Marketingziele realisieren will, und gibt Einblick in die Kommunikationsstrategie.

DENTAL MARKETING: Wie lauten die aktuellen Marketingziele von Align Technology?

MARKUS SEBASTIAN: Immer mehr Zahnärzt:innen und Kieferorthopäd:innen stellen ihren Praxisaufbau auf digitale Technologien um und eine wachsende Anzahl an Verbraucher:innen hat den Wunsch, ihr Lächeln mithilfe einer ärztlich begleiteten Behandlung zu optimieren. Hier kommen wir ins Spiel. Unser Hauptziel ist es, Ärzten dabei zu helfen, die Digitalisierung anzunehmen, indem sie sich für die Verwendung von Intraoralscannern wie zuvor entschieden, und die Akzeptanz und Nachfrage nach dem transparenten Invisalign Aligner-System zu steigern.

DENTAL MARKETING: Mit welchen besonderen Rahmenbedingungen ist Align Technology bei der Vermarktung seiner Produkte in DACH konfrontiert?

SEBASTIAN: Invisalign Clear Aligner sind Medizinprodukte der Klasse IIA nach der EU-Klassifizierung und unterliegen damit den gleichen Vorschriften wie andere Medizinprodukte und Dienstleistungen. Daher müssen wir uns bei der Ver-

marktung unserer Produkte in den jeweiligen Märkten an alle lokalen und europäischen Gesetze halten. In einigen Ländern ist Werbung für Medizinprodukte verboten. In Deutschland haben wir deshalb Align in Richtung Verbraucher werben.

Align ist ein sehr agiles Unternehmen und zeichnet sich durch eine hohe Innovationsrate aus. Bei der Anzahl an neuen Produkten und Funktionen, die wir auf den Markt bringen, ist es wichtig, ein klares Wortversprechen zu halten.

Der Fokus unserer Marketingstrategie liegt sowohl auf dem B2B- als auch auf dem B2C-Bereich, sowohl in Deutschland als auch weltweit. Die Marke Invisalign ist nicht nur Zahnmedizinern und Kieferorthopäden bekannt, sondern ebenso Verbraucher:innen. Das ist in unserer Branche selten.

Um unser Ziel zu erreichen, Invisalign Clear Aligner-Therapie unter ärztlicher Aufsicht bereit verfügbar zu machen, haben wir unser deutsches Marketingteam in den letzten Jahren kontinuierlich erweitert und sind ständig auf der Suche nach neuen Talen-

Markus Sebastian

ist als Executive Vice President und Managing Director EMEA verantwortlich für die Marktentwicklung und das Management des gesamten Produkt- und Leistungs-Portfolios von Align Technology in Europa, dem Nahen Osten und in Afrika. Zuvor war er als Vice President Sales für die kieferorthopädische Sparte des Unternehmens in Europa zuständig. Bevor Sebastian zu Align kam, war er mehr als 15 Jahre in der Gesundheits- und Medizintechnikbranche tätig, unter anderem als Chief Commercial Officer bei Lohmann & Rauscher sowie in verschiedenen kommerziellen, strategischen und allgemeinen Managementpositionen bei Smith & Nephew und Coloplast.

Foto: Align Technology

