

CAD/CAM-Software

Exocad macht Dental-Profis zu digitalen Superhelden

Der Software-Anbieter nutzte die Internationale Dental-Schau 2025 als Bühne für eine Kommunikationsoffensive. Echte Dental Professionals stehen als authentische Markenbotschafter:innen im Zentrum einer neuen Kampagne – prominentes Gesicht ist der international renommierte Zahnarzt Dr. Miguel Stanley.

Autor: Jan Schmodde, Inhaber und Creative Director, Circle Kommunikation

Das Unternehmen exocad mit Sitz in Darmstadt verfolgt eine klare Vision: Die dentalen CAD/CAM-Softwarelösungen sollen die tägliche Arbeit von Zahnärztinnen und Zahnärzten sowie Labor-technikerinnen und -technikern schneller, integrierter und intuitiver machen. Das Ergebnis: höhere Präzision, mehr Effizienz – und letztlich zufriedene Patientinnen und Patienten. Anwender beschreiben die Software als leistungsstarkes Tool, das sie dabei unterstützt, ihre fachliche Expertise optimal auszuspielen – oder wie es die Kampagne ausdrückt: zu „digitalen Superhelden“ zu werden.



Foto: exocad

Sechs „Heroes of Digital Dentistry“ sind die Gesichter der neuen exocad-Kampagne

Heroes of Digital Dentistry – die Kampagne

Kern der Kommunikation von exocad ist die neue internationale Kampagne „Heroes of Digital Dentistry“. Sechs ausgewählte und erfahrene Branchen-Profis werden darin als Superheldinnen und Superhelden inszeniert. Die kreative Idee ist inspiriert von Comic-Universen wie Marvel oder DC, jedoch mit einem klaren Fokus auf Authentizität und die echten Stärken der Protagonist:innen. Die Kampagne setzt bewusst auf visuelle Stärke und emotionale Ansprache – mit dem Ziel, auch im B2B-Kontext Wiedererkennung und Bindung zu schaffen. Die Idee hinter der Kampagne war, zu zeigen, dass die Software von exocad die Leistungsfähigkeit von Dental Professionals tatsächlich so erweitert und

verbessert, dass man von Superkräften sprechen kann. Damit war der Kerngedanke definiert – und eine spannende, emotionale Inszenierungsidee ebenfalls.

Vom Konzept zum Key Visual

Die Umsetzung der Kampagne begann mit einem zweitägigen Fotoshooting, bei dem die sechs „Heldinnen und Helden“ in Szene gesetzt wurden. Das Ergebnis sind hochwertige Visuals, die auf unterschiedlichen Kanälen zum Einsatz kommen – von Social Media über Fachmedien bis hin zu Messen. Besonderes Augenmerk galt der glaubwürdigen Darstellung: Die Heldinnen und Helden sollen nicht nur optisch

exocad

Die exocad GmbH – ein Unternehmen von Align Technology, Inc. – mit Sitz in Darmstadt, ist einer der weltweit führenden Anbieter von dentaler CAD/CAM-Software. Das Unternehmen hat es sich zum Ziel gemacht, die Möglichkeiten der digitalen Zahnheilkunde bestmöglich zu erweitern und flexible, zuverlässige und benutzerfreundliche CAD/CAM-Software für Dentallabore und Zahnarztpraxen zu entwickeln. Die exocad-Softwarelösungen DentalCAD, ChairsideCAD und exoplan werden von mehr als 60.000 Kunden genutzt, um Implantate zu planen sowie funktionale und präzise Restaurationen zu erstellen.

 www.exocad.com

exocad



Exocads IDS-Booth mit Testimonial Branding



Anti-Piracy-Motiv aus der Hero-Kampagne – im Bild: Tillmann Steinbrecher, CEO von exocad, auf der Presseveranstaltung während der IDS 2025

beeindrucken, sondern vor allem inhaltlich überzeugen – als echte Vertreterinnen und Vertreter der Dental-Community.

Premiere auf der IDS

Die offizielle Vorstellung der Kampagne fand im Rahmen der Internationalen Dental-Schau 2025 (IDS) in Köln statt – dem internationalen Branchenevent der Dental-Welt. Der Messeauftritt von exocad war entsprechend inszeniert: mit interaktiven Elementen, einem multimedial gestalteten Messestand und natürlich dem Auftritt der „Heroes of Digital Dentistry“.

Der gut besuchte Stand in der Halle 1 der Koelnmesse war der zentrale Treffpunkt der exocad-Community. Besuchende hatten die Möglichkeit, neue Produkte selbst zu testen, sich mit dem exocad-Team sowie den neuen exocad-Heroes auszutauschen und eines der neuen Gadgets, wie Hero-Magnetpins oder Hero-Charity-Shirts, zu ergattern. Die positiven Reaktionen der Besucher bestätigten das innovative Standkonzept.

Ein weiteres Highlight war die exocad-Pressekonferenz im Deutschen Sport & Olympia Museum, bei der das „Hero“-Thema ebenfalls im Mittelpunkt stand. Tillmann Steinbrecher, Geschäftsführer von exocad, erläuterte unter anderem den internationalen Journalist:innen die Bedeutung authentischer Software und präsentierte das spezielle Anti-Piracy-Motiv der neuen Kampagne, thematisch passend in einem Boxring. Zudem über-

raschte Testimonial Dr. Miguel Stanley als besonderer Gast die Presse Gäste mit einem speziellen Vortrag.

Erfolgsfaktor Zusammenarbeit

Zentrales Element bei der Umsetzung des Projekts war die enge Zusammenarbeit zwischen Agentur und Unternehmen. Die kreative Leitung lag bei Circle Kommunikation, Frankfurt. Die Agentur arbeitet bereits seit mehreren Jahren mit exocad zusammen. Gemeinsam mit dem Marketingteam unter der Leitung von Christine McClymont entstand eine Kampagne, die strategische Markenführung mit kreativer Exzellenz verbindet.

„Unsere neue Hero-Kampagne ist eine wahre Evolution unserer Kommunikation“, sagt Christine McClymont, Director Global Marketing & Communications bei exocad. „Ich bin sehr glücklich über die erstklassige Zusammenarbeit mit unserem kreativen Partner Circle Kommunikation, unserem talentierten Marketingteam und unseren eng vertrauten Influencern aus Labor und Praxis.“



Foto: Circle

Jan Schmodde

ist Gründer der Frankfurter Agentur Circle, die sich auf strategische und kreative Kommunikationsberatung im B2B-Bereich spezialisiert hat.

www.circlekom.de



Blick hinter die Kulissen: Auf seinem Instagram-Kanal teilt das Darmstädter Softwareunternehmen Eindrücke aus dem zweitägigen Hero-Fotoshooting mit seiner Community.

B2B darf (und muss) emotional sein

Die Kampagne „Heroes of Digital Dentistry“ zeigt eindrucksvoll, wie B2B-Marketing heute aussehen kann: emotional, visuell stark und authentisch. Sie spricht Fachzielgruppen auf Augenhöhe an – und nutzt Storytelling, um ein komplexes Produkt in einen verständlichen und inspirierenden Kontext zu stellen. Denn ob B2B oder B2C: Gute Kommunikation funktioniert immer „Human to Human“.

Auf den folgenden Seiten erläutert Christine McClymont, warum exocad auf „echte“ Markbotschafter:innen setzt und die Anwendenden Helden sind. Dr. Miguel Stanley erläutert, weshalb er sein Gesicht erstmals einer Dental-Marke leiht.