



ZTM Michael Fürst van Alen

Laborverbände auf dem Prüfstand

Kein Zweifel, als die meisten Laborverbände gegründet wurden, waren sie längst überfällig. Was in anderen Branchen seit Jahren funktionierte, wurde endlich auch in der Zahntechnik umgesetzt. Mit unterschiedlichen Konzepten und unterschiedlicher Intention, vielfach voller innovativer Ideen. Egal, ob nach Fielmannart oder Intersportmanier, nach Innungsrezept oder Akademiestreben, die zahntechnik-spezifischen Eigenarten machten die Adaption in die Zahntechnik schwieriger als erwartet. Denn auf dem Dentalmarkt bestimmen weniger marktwirtschaftliche Mechanismen die geschäftliche Situation der Betriebe als vielmehr die Gesundheitspolitik mit den Maßnahmen der Kostensenkung.

Die bloße Steigerung technischer Kompetenz genügt keinesfalls, die Aufgabe der Meister-Eigentümer-Struktur nach Flemming-Art erwies sich als kritisch und auch die Besinnung auf reine Einkaufsgemeinschaften half lediglich die Kostenstrukturen zu optimieren. Aber Rabatte verkörpern nun mal keine Strategie, sie sind lediglich defensive Ergänzung. Der bewusste Einsatz von Positionierungs- und Marketingtechniken wird zum offensiven Muss, hier müssen Verbände helfen und sich messen lassen.

Die eierlegende Wollmilchsau unter den Zusammenschlüssen gibt es noch nicht und das ist auch gut so, hieße es doch der Versuchung zu erliegen, die Eigenverantwortung abzugeben. Dennoch haben alle Verbände eines gemein. Sie haben Bewegung in den Markt gebracht, zum Nachdenken angeregt, innovative Konzepte entstehen lassen, Kontakte zu Industrie und Universitäten intensiviert und letztlich den gesamten Markt positiv beeinflusst. Das hat auch dem geholfen, der nicht organisiert ist und seine Weichen selbst stellt.

*„Wer nicht ständig bemüht ist besser zu werden, hat aufgehört gut zu sein.“
(ZTM Horst Gründler)*

Das, was uns Horst Gründler gelehrt hat, galt immer schon für die technischen Fertigkeiten, für unsere unternehmerischen Fähigkeiten und gilt ebenso für das Entwicklungspotenzial der Verbände. Die Zusammenschlüsse sind einem permanenten Wandel unterworfen; und sie müssen sich verstärkt ihrer Hauptaufgabe widmen: ... der Verbreitung innovationsfördernder Informationen und dem Verhindern von Abhängigkeitssyndromen. Das gilt umso mehr ab 2005. Gelingt ihnen das, führt das allerdings noch nicht zwingend zum Erfolg des zahntechnischen Einzelunternehmers.

Ein Zusammenschluss, welcher Art auch immer, garantiert dem Einzelnen keinen Erfolg; er hilft lediglich dabei. Es ohne Verbund zu versuchen ist daher kein Zeichen erhöhter Risikobereitschaft, sondern eine Frage der persönlichen Möglichkeiten und Leidensfähigkeit verbunden mit einem erhöhten Zeitaufwand.

Denn letztlich ist es der zahntechnische Unternehmer, der gefordert ist; in Teamarbeit mit dem Zahnarzt; und im Mittelpunkt des Interesses immer der Hauptakteur: der Patient. Gelingt es uns, Vertrauen aufzubauen, technische und kommunikative Kompetenz zu vermitteln und der Öffentlichkeit eine Vorstellung von dem zu vermitteln, was wir leisten, dann erfährt die Zahntechnik „made in Germany“ den Stellenwert, den sie verdient. Und das haben wir verdient.

Mit und ohne Verbund.