

Drum prüfe, wer sich (ewig) bindet

Schaffe ich es allein, mein Labor wettbewerbsfähig zu halten oder nutze ich lieber die Synergien eines Verbundes? Viele Unternehmer stellen sich heute diese Frage. Gerade in wirtschaftlich angespannten Zeiten können gute Unternehmenskooperationen das Profil ihrer Mitglieder stärken und eine strategische Allianz für mehr Mitsprache, Kompetenz und Erfolg bilden.

▶ Natascha Brand

Sein oder Nichtsein – was Shakespeares Hamlet bereits vor 400 Jahren erkannte, böte auch im Jahre 2005 genügend Stoff für dramatische Inszenierungen, denn für zahlreiche Labors ist die Überlebensfrage ganz aktuell zur bitteren Realität geworden. Die Patienten zögern, scheuen die finanziellen Mehrbelastungen beim Zahnersatz, das spüren die Zahnärzte, insbesondere jedoch die zahntechnischen Betriebe. Die Zahlen des VDZI sind erschreckend: nahezu 30 Prozent Umsatzrückgang in den Labors im laufenden Jahr auf Grund struktureller Fehler und Ausgrenzungen bei der Befunddefinition – eine Entspannung ist bis dato nicht in Sicht.

Wege aus der Krise

Der finanzielle Einbruch trifft nahezu alle Labore, den einen mehr, den anderen weniger, abhängig von der Größe oder der Ausrichtung des Betriebs. Deshalb stellt sich für viele Unternehmer die Frage, wie es weitergehen soll. Kann ich die Krise alleine meistern oder suche ich Unterstützung, etwa in einem Laborverbund? Und wenn ja, welche der zahlreichen Kooperationen ist die richtige für mich und meinen Betrieb? In unserem Interview zu diesem Thema ab Seite 24 finden Sie hierzu wertvolle Tipps und Anregungen, welche Kriterien Sie bei einer solchen Überlegung einbeziehen sollten.

Bei der Entscheidung für oder gegen einen bestimmten Laborverbund geht es schon

lange nicht mehr nur um günstige Einkaufskonditionen, was allenfalls noch für kleine Betriebe interessant sein dürfte. Es geht darum, gemeinsam Stärke und Kompetenz zu demonstrieren, auf allen Ebenen, insbesondere natürlich beim zahnärztlichen Partner und beim Patienten. Was der Einzelne als Unternehmer für seine Kunden kaum erbringen kann, wie zum Beispiel Dienstleistungsangebote in den Bereichen Marketing, ZE-Finanzierung, Software, Fortbildung, Zertifizierung oder gar Netzwerke für neue Technologien zu schaffen – das alles bieten viele Verbände heute.

Der Erfolg der Gruppe hängt vom Engagement der Mitglieder ab

Allein die Mitgliedschaft in einem Verbund ist jedoch keine Garantie für wirtschaftlichen Erfolg. Die „Chemie“ der Mitglieder untereinander muss stimmen. Auch hier geht es darum, innovative Ideen, Engagement und Eigeninitiative in die Gruppe einzubringen, die dann bei Gleichgesinnten auf fruchtbaren Boden fallen, gemeinsam fortgeführt und professionell umgesetzt werden können.

Auf den folgenden Seiten stellen wir Ihnen zehn Laborverbände, deren Zusammensetzung, Ziele und Ausrichtung vor. Dabei handelt es sich um Zusammenschlüsse mit unterschiedlichen Ansätzen und Schwerpunkten, die jedoch alle der Gedanke eint: zusammen geht manches leichter, günstiger und professioneller. ◀