



Jetzt schlägt's 13!

| Matthias Ernst

Bereits zum 13. Mal veranstaltete die Firma DeguDent ihren Marketing-Kongress in Frankfurt. Unter dem Motto „TOP 13 Selbst Bewusstsein“ hatten sich 13 Top-Referenten aus ganz Deutschland eingefunden, die den gut 800 Teilnehmern im Conference Center des Maritim Hotels am 19. und 20. Januar viele Strategien und Marketing-Tipps mit auf den Weg gaben.

Traditionell begann die Veranstaltung mit dem Pre-Kongress. Die diesjährigen Referate in diesem Vorkongress waren eindeutig zweigeteilt. Nachdem immer mehr Zahnärzte teilweise von ihren Laboren mitgenommen werden, teils selbst auf die Veranstaltung aufmerksam geworden sind, trug das Veranstaltungsteam um Andreas Maier diesem Umstand Rechnung, indem es spezielle Vorträge für Zahnärzte anbot. Natürlich ist die Frage der Positionierung bei beiden Berufsgruppen mehr denn je gefragt. Michaela Arends, gelernte ZMF und weitergebildete Gesundheitsökonomin, stellte dabei die provokative These auf: „Nicht Können ist der Vorwand, nicht Wollen ist der Grund.“ So sollten die Teilnehmer wachgerüttelt werden und auch die anderen Referenten Christa Maurer, Peter Foth, Rüdiger Trusch und Jochen Engeland traten als Mutmacher auf, denn die beste Zeit, etwas im Alltag zu

verändern, ist gerade jetzt, so Rüdiger Trusch. Eine für Deutschland vollkommen neue Idee stellte Carsten Fischer vor: den mobilen Arbeitsplatz inklusive Cercon-Eye-Einheit. In ländlichen Bereichen oder in Flächenstaaten sei das gerade für junge Kollegen eine Chance.

| „Der Standort Deutschland ist besser als sein Ruf“

So vorbereitet ging es dann zum eigentlichen Kongress, welcher noch am Abend des ersten Kongresstages mit einem Galadiner und zwei hervorragenden Rednern begann. Begrüßt wurden die Teilnehmer von Dr. Alexander Völcker, Geschäftsführer der DeguDent GmbH. Er brachte es gleich auf den Punkt: Wenn die Teilnehmer erfolgreich und sich ihrer selbst bewusst sind, dann hat auch die Industrie wieder mehr Chancen in Deutschland.

Durch beide Kongresstage führte mit Intelligenz, Witz und Charme die Schauspielerin und Moderatorin Gisa

Bergmann. Sie navigierte nicht nur gekonnt mit kleinen interessanten Geschichten über die Redner von Vortrag zu Vortrag, sondern begeisterte das Publikum mit schauspielerischen Showeinlagen.

Wie man im Hochpreisland Deutschland Erfolg haben kann, brachte Wolfgang Grupp, Inhaber der Firma Trigema, auf den Punkt: „Der Standort Deutschland ist besser als sein Ruf.“ Er habe mit seiner Firma gezeigt, wie man in der Haifischbranche Bekleidung mit klaren Vorgaben, einem marktgerechten Sortiment und einer straffen Organisation gut bestehen kann. An seinem Standort Burladingen habe es in den 1970er-Jahren 26 Textilbetriebe gegeben, heute existiere bloß noch einer, die Firma Trigema. Sie habe überlebt, weil er als Unternehmer im wörtlichen Sinne gehandelt habe. Eine schlanke Verwaltung mit nur 32 Mitarbeitern bei insgesamt 1.200 Angestellten sprechen eine deutliche Sprache. So seien die Entscheidungswege kurz und man kann schnell auf Veränderungen am Markt reagieren. „Während andere noch diskutieren, handeln wir schon“, so Grupp in seinen Ausführungen. Er als Unternehmer behalte alle Fäden selbst in der Hand, spreche täglich mit seinen Mitarbeitern und gehe auch auf deren Probleme und Wünsche ein. Dies motiviere jeden Einzelnen, die Ärmel hochzukrempeln und Deutschland, respektive seine Firma, nach vorne zu bringen. Ihm als Unternehmer obliege es dafür zu sorgen, dass immer gleichbleibend hohe Mengen an Arbeit vorhanden sind.

Wer in die Runde schaute konnte dabei beifälliges Nicken erkennen, denn in den zahntechnischen und zahnärztlichen „Betrieben“ versucht jeder natürlich auch, die Mitarbeiter immer möglichst gleichmäßig auszulasten, soweit eben möglich.

Der nächste Dinner-Redner Peter Hahne, bekannt als Fernsehmann und Buchautor, ging auf die gesellschaftlichen Probleme in Deutschland im Speziellen ein und provozierte mit der Aussage: „Zukunft ist Herkunft, wenn wir uns an unsere Herkunft nicht mehr erinnern, haben wir keine Zukunft.“ Er mahnte damit den allgemeinen Werteverfall an, der immer mehr zu-