

„Im Einkauf liegt der Gewinn des Unternehmens“

| Carla Schmidt

Vor gut zehn Jahren hat Gerhard de Boer die Firma Dental Direkt gegründet. Die Geschäftsidee war, Einsparpotenziale beim Materialeinkauf auszunutzen – und das hat sich bewährt. Mittlerweile verfügt die Firma aus Bielefeld über ein breites Angebot an Materialien und einen noch breiteren Kundenstamm. Zirkon bildet dabei den Schwerpunkt im Materialangebot von Dental Direkt. Die ZWL sprach mit dem Geschäftsführer Gerhard de Boer über Zirkon, den aktuellen Dentalmarkt, Qualität und Preisdruck.



Gerhard de Boer ist Geschäftsführer des Bielefelder Großhandelsunternehmens Dental Direkt.

Herr de Boer, 1997 haben Sie Dental Direkt gegründet. Erzählen Sie uns doch bitte Ihre Entstehungsgeschichte.

Die Idee für das Dental Direkt Vertriebskonzept entstand damals durch den Druck einer drohenden Gesundheitsreform. Ein guter Freund, der einen zahn-technischen Betrieb in Rahden (Westfalen) besitzt, berichtete mir seinerzeit, dass die Spanne zum Geldverdienen im Labor immer kleiner und der Kostendruck immer größer wurde. Zudem drohte sich die Gesundheitsreform 1998 unter Seehofer an und wir alle wissen, dass der Wind in der Zahntechnik nach der Reform rauer wehte.

Damals ahnte noch keiner, dass es 2005 einen Orkan geben würde. Ich selber war damals als Vertriebsleiter in einem

mittelständischen Industrieunternehmen tätig. Als Kaufmann war ich davon überzeugt, dass es für einen gesunden Laborbetrieb unerlässlich sein wird, Einsparpotenziale beim Materialeinkauf auszunutzen. Anfänglich habe ich mich aus reinem Interesse mit dem Preisgefüge der Dental-Depots und Hersteller auseinandergesetzt. Ich war mehr als erstaunt, mit welcher hohen Handelsspannen in der Dentalbranche Materialien verkauft wurden. Trotz zäher Verhandlungen mit diversen Depots war es aber nicht möglich, dass Labore den Preisdruck zum Teil an ihre Depots weitergeben konnten. An dieser Stelle fiel die Entscheidung zur Gründung eines Großhandels, um unsere eigenen Ansprüche an einen kostenoptimierten Einkauf umzusetzen. Unser Leitspruch war schon damals: „Im Einkauf liegt der Gewinn des Unternehmens.“ Mit einem Netzwerk von zahn-technischen Beratern, das wir im Laufe der Zeit immer weiter ausgebaut haben, suchten wir nach guten Lieferanten und Produzenten. Ganz nach dem Einzelhandelskonzept von ALDI haben wir uns für namhafte und bewährte Zulieferer entschieden und deren Qualitätsprodukte wie Einbettmassen, Strahlmittel etc. unter unserem Namen günstig angeboten. Unser Produktportfolio ist schnell gewachsen. Durch unsere erste Zertifizierung 1999 zur Herstellung von dentalen Edelmetall-

legierungen haben wir die Weichen hin zum Spezialisten für Gerüstwerkstoffe gestellt. Jetzt beweisen wir seit zehn Jahren, dass Handelsspannen, mit denen der Großhandel in der Industrie arbeitet, auch in der Zahntechnik möglich sind. Hier bildet eine innovative Produktgruppe wie Zirkoniumdioxid keine Ausnahme.

Was sagt Ihre Firmenphilosophie aus?

„Im Einkauf liegt der Gewinn des Unternehmens“ ist eine viel strapazierte Floskel, aber auch eine einfache Formel, die ihre Richtigkeit hat.

Um das klarzustellen, unsere Philosophie darf nicht als „Geiz ist geil-Mentalität“ verstanden werden. Primär produzieren und vertreiben wir Medizinprodukte und übernehmen dadurch eine große Verantwortung gegenüber unseren Kunden und den Patienten. In diesem Segment hilft der beste Preis niemandem, wenn dafür ein Produkt von schlechter Qualität geliefert wird. Wer im Einkauf sparen will, sollte das Ziel haben, die Kosten zu senken, ohne Kompromisse bei der Materialqualität einzugehen. Und genauso verstehen wir unsere Firmenphilosophie. Wir wollen Top-Qualität zu einem absolut wettbewerbsfähigen Preis anbieten.

Um dies gewährleisten zu können, halten wir unseren eigenen Kosten- und Vertriebsapparat schlank. Wir sparen nicht an Produktionstechnologien oder