

Firmenporträt

Acteon verbindet

Die Gruppe Satelec-Pierre Rolland konzipiert, fabriziert und vertreibt zahnärztliche Materialien und Arbeitsmittel, pharmazeutische Produkte und Produkte für die Zahnmedizin in einem hohen technischen Standard. Aus der Gruppe Satelec-Pierre Rolland wurde 2003 die Acteon Group. Geschäftsführer Gilles Pierson sprach mit unserer Redaktion über die Bedeutung dieser Umfirmierung.

| Carla Schmidt

Gilles Pierson: 2003 waren wir an einem sehr wichtigen Punkt in unserer Firmengeschichte, denn im Laufe der Jahre ergaben sich zwei Probleme, für die wir eine Lösung finden mussten: Einerseits mussten wir unsere Marken Satelec, Pierre Rolland und Sopro – die ein bereits etabliertes Markenzeichen haben – bewahren. Andererseits mussten wir auch darauf achten, dass sich die Arbeitnehmer hinter dem neuen Namen vereint fühlen, sodass sie sich damit identifizieren können und der Name im Laufe der Zeit zu einem Zeichen wird, das die

denn jede der Gesellschaften verfügt über ein eigenes Image, eine eigene Geschichte und über verschiedene Produkte. Satelec hat durch die Ultraschall-Produkte eine stark technologische Identität, mit dem Image einer internationalen Gesellschaft. Pierre Rolland wiederum hat sich bei den pharmazeutischen Produkten positioniert, insbesondere durch seine Betäubungsmittel und dem neuen Produkt Expasyl. Bei Sopro ruht die Identität hingegen auf dem Know-how im Gebiet der intraoralen Kameras und medizinischer Endoskopie. Wenn wir diese

„Acteon als Name für die Dachgesellschaft ist wie ein Sonnenschirm, der die aktuellen und zukünftigen Marken wie auch die Mitarbeiter schützen soll.“



Gilles Pierson, Geschäftsführer der Acteon Group im Interview.

Vergangenheit mit der Zukunft verbindet. So haben wir den Namen Acteon gewählt, der sowohl unsere Marken als auch unsere Geschäftsstellen verbindet. Acteon als Name für die Dachgesellschaft ist wie ein Sonnenschirm, der die aktuellen und zukünftigen Marken wie auch die Mitarbeiter schützen soll. Außerdem zeigen wir dem Markt so eine starke Gruppe. Wenn wir die Identität der Gruppe stärken, verleihen wir ihr automatisch eine größere Anziehungskraft.

Sie bewahren folglich die bestehenden Marken und schützen ihre Identität?
Selbstverständlich, das ist sogar notwendig,

drei Marken, so wie sie sind bewahren, schützen wir ihre Wiedererkennung und Wirtschaftlichkeit.

Wie würden Sie, aus heutiger Sicht, die verschiedenen Etappen in der Geschichte der Gruppe charakterisieren?

Wichtig ist, zu bedenken, dass Pierre Rolland 1946 und Satelec 1970 entstanden sind. Seit unserem Einzug in die Büros in Bordeaux, Frankreich 1980 haben wir uns in drei großen Etappen bewegt: In den 80er Jahren ist Pierre Rolland nach Bordeaux gekommen und weitere Filialen in Deutschland, Spanien und Peking wurden eröffnet. Die zweite