

Alles von der Wurzel bis zur Krone

| Redaktion

Das erfolgreiche Familienunternehmen Dentaurum ist weltweit bekannt: Es steht für Tradition, Beständigkeit und Qualität. Wir sprachen auf der IDS in Köln mit der Geschäftsführung und Marketingleitung der Dentaurum-Gruppe über die neuen Produkte und die Ziele des Unternehmens.

Mit Dentaurum verbinden die meisten Zahnärzte oder Zahntechniker Produkte und Dienstleistungen für die Kieferorthopädie und Zahntechnik. Aber dem Slogan „Von der Wurzel bis zur Krone“ ist zu entnehmen, dass es da noch mehr gibt. Was hat die Dentaurum-Gruppe alles zu bieten?

Mark S. Pace: Es ist völlig richtig, dass dieser Slogan unsere in der Tat einzigartig breite Produktpalette verdeutlichen soll. Fangen wir bei der Wurzel an. Sie steht stellvertretend für den Bereich Implantologie. Mit dem eigenständigen Tochterunternehmen Dentaurum Implants sind wir vor nunmehr zwölf Jahren in dieses Marktsegment eingestiegen. Dafür gibt es zwei Gründe. Erstens ist dieses Segment von großer strategischer Bedeutung, was sich in den letzten Jahren sehr eindrucksvoll an Umsatz und Entwicklung gezeigt hat. Und zweitens zwängte sich uns der Einstieg in dieses Segment geradezu auf. Produkte zur Herstellung zahntechnischer Versorgungen sind schon von Anfang an eine unserer Kernkompetenzen. Und die Suprakonstruktionen spielen ja eine ganz entscheidende Rolle bei der Therapie mit Implantaten. Dass die meisten Implantate aus Titan oder Titanlegierungen sind und wir weltweit führend in der dentalen Titantechnologie sind, ist ein weiteres Argument dafür. Denn mit Titan-Gussmetall, Titan-Gießanlagen, Titan-Einbettmassen, Schweißblasern und mit Triceram®, einer Spezialkeramik für Titan und ZrO₂, womit wir bei der Krone wären, bieten wir alles aus einer Hand. Jede Komponente ist integraler Bestandteil eines Systems, perfekt aufeinander abgestimmt. Besser, so denken

wir, kann man Synergie nicht leben. Aber damit nicht genug. Ein ähnliches Synergiepotenzial haben wir in der Kieferorthopädie mit dem Verankerungssystem tomas® genutzt. Mit diesen sogenannten Mini-Implantaten werden in der Kieferorthopädie ganz neue Therapiekonzepte möglich. Unsere Erfahrung im Bereich Implantologie konnten wir auch hier anwenderrelevant einbringen. So war der tomas®-pin der erste sterile pin am Markt, also ready for use.

Gibt es neben Dentaurum Implants noch weitere Tochterunternehmen?

Mark S. Pace: Ja. Zum Beispiel unsere Niederlassungen in USA, Kanada oder in Europa. Ferner wäre noch Sofraced in Frankreich zu nennen. Mit diesen Tochterunternehmen gehören wir zu den wenigen Firmen weltweit, die über eine eigene Entwicklung und Produktion von Dentalkeramiken verfügen. Das in Verbindung mit unserer Kompetenz bei der Entwicklung und Produktion von Legierungen und Einbettmassen macht diese Networking und die daraus resultierenden Vorteile für unsere Kunden nochmals sehr deutlich.

Wir hatten eingangs auch das Thema Dienstleistungen angesprochen. Welchen Stellenwert hat der Service in Ihrem Hause und auf welche Serviceleistungen sind Sie besonders stolz?

Wolfgang Schindler: Neben der hohen Qualität unserer Produkte hat der umfassende Service für unsere Kunden im In- und Ausland eine übergeordnete Bedeutung. Produkt und Service als untrennbar verbundene nutzenstiftende Einheit ist unserer Auffassung nach

heute für ein Unternehmen, das zu den führenden gehören will, grundlegende Voraussetzung. Dementsprechend ist auch unser Serviceangebot umfassend und differenziert zugleich. Neben einer kompetenten Beratung vor Ort oder über Hotlines gehören dazu auch aussagefähige Informationsunterlagen und kundenspezifisches Begleitmaterial. Lassen Sie mich dafür kurz vier Beispiele aus der jüngsten Vergangenheit nennen, an denen sehr deutlich wird, was unsere Definition von nutzenstiftendem Service ist. Erstes Beispiel, der o-atlas. Ein Nachschlagewerk in acht Teilen mit über 270 Seiten und mehr als 750 Abbildungen zur herausnehmbaren Technik in der Kieferorthopädie. Er liegt zwischenzeitlich in fast jeder KFO-Praxis in Deutschland. Zweites Beispiel, der Bildatlas Skelettale Verankerung. Dieses zweiteilige Werk zeigt mit vielen Anwendungsbeispielen und Falldokumentationen sehr anschaulich die Möglichkeiten, welche diese neue Therapieoption dem Behandler bietet. Es gibt in Art und Umfang nichts Vergleichbares. Drittes Beispiel, das remanium® Kompendium. Der erste Teil dieses dreibändig angelegten Nachschlagewerkes befasst sich mit dem Thema Kronen und Brücken aus edelmetallfreien Legierungen. Als viertes Beispiel möchte ich noch die tioLogic®-Informations-CD nennen. Darauf sind mithilfe modernster Präsentationstechniken alle Produkte des tioLogic® Implantatsystems dargestellt. Viele Videoclips machen die Anwendung erlebbar. Mit einer kompletten Sammlung aller verfügbaren Printmaterialien vom Katalog über Praxis- und Laborformulare bis hin zu Patientenmaterialien schafft diese CD einen wirklichen Mehrwert für den Anwender. Dass diese nicht unerheblichen Investitionen Sinn machen, zeigen uns die mehr als positiven Rückmeldungen unserer Kunden. Produkt und Service, beides muss stimmen.

Im Springer Centrum Dentale Kommunikation CDC führen Sie jährlich mehr als 100 Veranstaltungen durch. Wie ist die Resonanz und was zeichnet Ihr Angebot aus?

Wolfgang Schindler: Richtig. Auch Kurse und Anwendersymposien, die wir zentral im CDC oder dezentral im deutschsprachigen Raum durchführen, sind ein wich-