

Firmenporträt

# Dienste leisten, ohne Trends zu verpassen

Das württembergische Unternehmen US Dental hat sich dem Verkauf nordamerikanischer Dental-Produkte verschrieben. Um erfolgreich auf diesem Gebiet zu sein, ist es erforderlich, Trends ausfindig zu machen und auf diese zu reagieren, d.h. sie möglichst zeitnah dem Kunden in Deutschland zu präsentieren. Der Erfolg des mittelständigen Unternehmens gibt dieser Strategie recht.

Autor: Karin Jung, Tübingen, Yvonne Strankmüller, Leipzig



Karin Jung, Marketing-Leiterin der Firma US Dental, Tübingen

■ Immer mehr Menschen haben den Wert eines attraktiven Äußeren sowohl im Privat- als auch im Berufsleben für sich erkannt. Zähne spielen dabei eine wichtige Rolle. Damit steht die Zahnästhetik heute so hoch wie nie im Kurs. In amerikanischen Praxen werden seit Jahren Behandlungsmethoden praktiziert, die momentan hierzulande an Popularität gewinnen. Die darin liegenden Chancen für den Behandler hat US Dental als Marktlücke erkannt und unternehmerisch genutzt. Heutiger Sitz des 1991 gegründeten Unternehmens ist die Universitätsstadt Tübingen, wo sich ebenso das Headquarter der dental bauer Firmengruppe befindet. Für eine Struktur wie die von US Dental ist das ein idealer Standort, denn die Gedankenschmiede sowie die qualifizierten Mitarbeiter der Mutterfirma kommen so der Tochter in idealer Weise zugute. Genutzt werden kann die gesamte Logistik, die die Materialien, Ersatzteile und Geräte deutschlandweit dank modernster Technik problemlos verteilt. Eine schnelle Kommunikation macht es zudem möglich, dass Bestellungen innerhalb von einem Tag ihren Empfänger in der gesamten

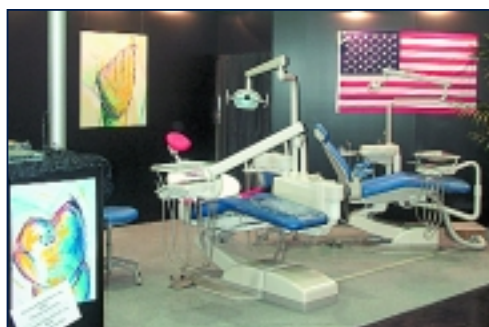
Bundesrepublik erreichen. So strebt US Dental stets danach, dem Kunden gegenüber ein zuverlässiger Dienstleister zu sein. Als zweite Maxime hat sich die Firma zum Ziel gesetzt, Trends in der Zahnheilkunde frühzeitig zu erkennen. Ein Produktsortiment, abgestimmt auf ästhetisch-kosmetische Zahnheilkunde, Zahnaufhellung, Adhäsivtechnik, Materialien und Hilfsmittel für die Optimierung von Arbeitsprozessen, Geräte für moderne Zahnheilkunde wie intraorale Kamerasysteme, Laser und schließlich Be-

handlungsplätze sind spontan formulierte Belegbeispiele hierfür. Hinzu kommt eine bundesweit gestreute Mitgestaltung von zahnärztlichen Fortbildungsveranstaltungen und ein umfangreiches Kursangebot. US Dental sieht sich als ein Dienstleister für Anspruchsvolle. Eine permanent besetzte Anwenderhotline ist dabei das Sahnehäubchen.

„Als Spezialist wird man in Tübingen gern gesehen.“

## Spezialitäten – ein Markenzeichen von US Dental

Im Sinne konsequenter Strategiemsetzung musste ein Unternehmen mit solch spezieller Kernkompetenz kompletter Bestandteil der dental bauer Firmengruppe werden. Gleichzeitig sollte aber die nach außen erkennbare Individualität beibehalten werden, welche die langjährigen Kunden schätzen. Kompetenz und Selbstbewusstsein gingen bereits vor Jahren soweit, dass US Dental auf Anregung von Anwendern private Labelprodukte schaffte, die in ihren Eigenschaften allen Vorstellungen und Anwenderansprüchen gerecht werden und erfolgreich sind. Diese Kompetenz sprach sich in den USA herum. Es gab manch deutschen Händler, der zwecks Exklusivitäten den



Auf den Fachdentalen werden die Produkte unter amerikanischer Flagge präsentiert.