

Interview

Seit 20 Jahren geht es beständig aufwärts

1984 wurde die Niederlassung mit vier Mitarbeitern in Düsseldorf gegründet. Heute realisiert die Firma Satelec-Pierre Rolland mit 22 Mitarbeitern mehr als 10 Millionen Euro Umsatz in Deutschland. Ihr Kerngeschäft: Ultraschall- und Airpolishing-Geräte zur Dentalhygiene und Prophylaxe. Zum 20-jährigen Firmenjubiläum sprachen wir mit Hans-Joachim Hoof, dem Geschäftsführer des Unternehmens, das seit kurzem unter dem Namen Acteon Group firmiert.



Hans-Joachim Hoof,
Geschäftsführer der
Acteon Germany.

Herr Hoof, wie war das vor 20 Jahren? Da war die Prophylaxe doch sicherlich noch kein Trendthema so wie heute, oder?

Das ist richtig. 1984 war z.B. ein Zahnsteinentferner lediglich dazu da, um die Kennziffer „Zahnsteinentfernung“ innerhalb der GOZ abzudecken. Die Behandlung wurde damals komplett von der Krankenkasse übernommen. Die Prämisse für den Zahnarzt lautete daher eigentlich nur: so schnell wie möglich fertig zu werden. Pulverstrahlgeräte innerhalb der Prophylaxe, so wie wir sie heute anbieten, waren überhaupt noch kein Thema.

Wie verlief Ihre Anfangsphase? Haben Sie für Ihren derzeitigen Erfolg sehr viel kämpfen müssen?

Wir haben in zwei Büroräumen im Keller sehr bescheiden angefangen. Ich habe zwei Tage Lager gemacht und bin dann drei Tage herumgefahren, um mit dem Fachhandel und den Zahnärzten einen persönlichen Kontakt aufzubauen. Unser entscheidendes Produkt war der P1 Suprasson. Dieser Zahnsteinentferner war weltweit das erste piezoelektrische Gerät auf dem Markt. In Deutschland war damals nur die Firma Cavitron mit ihren mit Ultraschall betriebenen Geräten bekannt. Und so hatten wir am Anfang sehr stark mit der Tatsache zu kämpfen, dass für den Zahnarzt ein Zahnsteinentferner eben immer Cavitron hieß.

1985 wurden dann die ersten Suprasson-Geräte in Ultradent-Einheiten eingebaut. Ein Jahr später rüsteten weitere Hersteller wie Emda, Ritter und Planmeca ihre Stühle mit unseren Produkten aus. Das war ein großer Erfolg.

Der Umsatz in unserem ersten Geschäftsjahr betrug bereits mehr als 400.000 Euro. Das lag sicherlich auch daran, dass wir ja nicht ganz neu auf dem Markt waren, sondern dass wir vorher schon mit einer kleinen Filiale von Suprasson in München vertreten waren.

Zur IDS 1995 betraten Sie Neuland und stießen damit nicht nur auf positive Kritik: Roberto Blanco promotete für Sie damals die neuen Max-Geräte. Ist das für Sie heute ein leidiges oder ein schönes Thema?

Roberto Blanco war und ist auf jeden Fall ein schönes Thema. Ich denke, dass wir in der Werbung mit Promis ein Trendsetter waren, denn das hatte zuvor kein Hersteller im Dentalbereich ausprobiert. Bevor wir uns für Roberto Blanco entschieden haben, hatten wir sehr stark selektiert. Roberto Blanco ist als Stimmungsmacher immerhin bei 98 Prozent der Deutschen bekannt. Er hat uns 1995 wirklich viel gebracht – mal abgesehen von einigen Landstrichen wie z.B. Bautzen, wo wir mit unserer Werbekampagne nicht so gut angekommen sind. Dass wir mit unserer Idee auch einen Trend gesetzt haben, zeigt, dass sich kurz danach auch Sirona ein bekanntes Gesicht für seine Werbung gesucht hat. Arabella Kiesbauer war jedoch kein so durchschlagender Erfolg wie Roberto Blanco.

Sie sagten eben, dass der Sänger Ihnen viel gebracht habe. Wie meinen Sie das konkret?

Wir waren vor Roberto Blanco vom Image her eigentlich immer eine sehr nüchterne Firma – mit einer sehr technischen und produktbezogenen Werbung. Also: Produktabbildung, Headline und Argumente. Nach Roberto Blanco hat sich das stark verändert. Seitdem siedeln wir uns mehr im emotionalen Bereich an. Unsere Promotionaktion hat also generell für unsere gesamte Werbung und damit sicherlich auch für unsere Firma einen Imagewechsel provoziert.

Wo sehen Sie sich heute vom Image her – fast zehn Jahre danach?

Wir sehen uns heute auf einem sehr hohen Level. Das kommt auch in Befragungen beim Zahnarzt immer wieder rüber. So wird unsere Werbung von den meisten als sehr innovativ und trendgemäß bezeichnet. Ein gutes Beispiel ist gerade unsere sehr erfolgreiche Wer-

Kontakt:

Acteon Germany GmbH
Industriestr. 9
40822 Mettmann
E-Mail: info@de.
acteongroup.com
www.acteongroup.com