

P

WIELAND JACOBS ÜBERNIMMT GESCHÄFTSLEITUNG VON J. MORITA EUROPE

(Morita/Dentalzeitung) Mit Wieland Jacobs übernimmt ein engagierter, erfahrener und langjähriger Mitarbeiter die Geschäftsleitung von J. Morita Europe. Damit löst er Frederic Suter ab, der diese verantwortungsvolle Aufgabe mit 66 Jahren aus Altersgründen abgegeben hat. Ans Aufhören denkt Suter allerdings noch nicht – er leitet weiterhin Teile des Exports, ein Bereich, der sich unter seiner Führung sehr erfolgreich entwickelt hat. Der 44-jährige Hesse Jacobs ist Diplomingenieur mit Schwerpunkt biomedizinische Technik. Mit seinem Team will er der breiten Produktpalette des japanischen Unternehmens mehr Marktakzeptanz verschaffen, die dem sprichwört-



Die neue Geschäftsleitung von J. Morita Europe, Wieland Jacobs.

lichen Morita-Standard entspricht: „Wir wollen die Relevanz im europäischen Markt erlangen, die wir mit unseren außergewöhnlich hochwertigen Produkten verdienen. Unser Ziel ist, die Marke der ersten Wahl zu werden“, so Jacobs. Dabei ist das Engagement eines jeden Mitarbeiters gefragt – und auch erwünscht.

Hierarchiedenken hat in Jacobs Führungsstil keinen Platz; jeder denkt ganzheitlich und eigenverantwortlich. Fundierte Kritik stößt ebenso auf offene Ohren wie konstruktive Verbesserungsvorschläge.

Künftiges Wachstum verspricht die EU-Erweiterung: „Die 15 neuen Mitglieder ver-

langen zu Recht mehr Aufmerksamkeit und eröffnen außerdem neue Kontakte zu Nicht-EU-Nachbarstaaten“, so Jacobs weiter. Getreu der Unternehmensphilosophie „thinking ahead, focused on life“, legt Jacobs größten Wert auf Service. Konkret heißt das, dem Kunden umfassende Informationen zu geben, damit er seine Kaufentscheidung später nicht bereut. Die Produktinformationen sollen möglichst alle Zahnärztinnen und Zahnärzte erreichen, und auch nach dem Kauf soll sich niemand mit den oft beratungsintensiven Produkten im Stich gelassen fühlen. Interne Produktschulungen werden daher sukzessive ausgeweitet und auch der technische Service kommt nicht zu kurz: „Das gelegentlich zu hörende Argument, Ersatzteile japanischer Produkte hätten lange Lieferzeiten, gehört definitiv ins Reich der Märchen“, so Jacobs.

P

TRADITION KOMBINIERT MIT MODERNEM UNTERNEHMERTUM

(dental bauer/Dentalzeitung) Trotz jahrzehntelanger Tradition und Kundennähe ist es nicht jedem Unternehmen gegönnt, langfristig sorglos in die Zukunft zu blicken.

Der Wettbewerb im Dentalhandel und die hohe Erwartungshaltung mancher Hersteller hinterlassen nicht die Möglichkeit, allen zeitgemäßen Kundenwünschen gerecht zu werden. Das vor mehr als 75 Jahren in Krefeld gegründete Traditionsunternehmen Delbeck GmbH & Co. KG fand in dieser Situation einen Lösungsweg. Gemeinsam mit dental bauer, einer in Deutschland inzwischen weit verzweigten, im Familienbesitz befindlichen Fachhandelsgruppe, wurde ein Konstrukt gefunden, mit dem der Name Delbeck weitergeführt werden kann.

Zum 1. Januar 2005 wurde in den bisherigen attraktiven Räumen in verkehrstechnischer Toplage in Meerbusch/Osterath von dental bauer ein Niederlassungsbetrieb gegründet, der in wesentlichen Punkten der ehemaligen Firmenstruktur Delbeck sehr ähnlich ist. Die langjährigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für Beratung, Verkauf und technischen Service können so nahtlos für den bestehenden qualifizierten Kundestamm tätig sein. „Schorsch“ Kirches, seit 55 Jahren im Hause Delbeck tätig und seit langen Jahren in kollegialer Freundschaft zu

Jochen G. Linneweh, dem geschäftsführenden Gesellschafter von dental bauer, ließ es sich nicht nehmen, diese Neuorientierung aktiv zu begleiten und zeichnet nun gemeinsam mit seinem Sohn Thomas Kirches für die neue dental bauer Niederlassung verantwortlich.

Von nun an wählen die Kunden aus dem Komplettsortiment aller nationalen und internationalen Hersteller. Die Versorgung erfolgt über das modernste dentale Logistikzentrum Europas. Private Label-Produkte und Exklusivmarken bieten zusätzlichen Kundennutzen. Ausgebildete Spezialisten stehen für alle modernen Technologien für den Kunden auf Abruf zur Verfügung. Das weitgefächerte dental bauer-Dienstleistungsangebot rundet das Spektrum ab und schafft vorteilhafte Unterscheidungsmerkmale zum Wettbewerb.

Zwei Wochen nach Eröffnung fand für Kunden und Freunde des Hauses ein Neujahrsempfang statt, bei dem sich die alte und neue Mannschaft eindrücklich dem Wohl der Gäste widmete. Auch von Seiten der regionalen Wirtschaftsförderer wurde mit dem Besuch das hohe Interesse an diesem unter-



Beim Neujahrsempfang trafen sich Kunden und Freunde des Hauses dental bauer zum Gedankenaustausch.

nehmerischen Konzept vor den Toren Düsseldorfs bekundet. Eine Dixieband, Partyservice in den Geschäftsräumen und im eigens errichteten Festzelt sorgten bei herrlichem Sonnenschein für entsprechende Rahmenbedingungen. Zauberer Mario

Rico begeistert mit seinen Einlagen. Das Beispiel Delbeck könnte Schule machen. Gerade dann, wenn inhabergeführte Unternehmen keine definierte Nachfolgeregelung besitzen oder ein überlebensnotwendiges Agieren im Markt nicht möglich ist, bietet sich für den Erhalt eines Namens – bei gleichzeitiger Verantwortung für Personal und langjährig individuelle Kundenbeziehungen – ein solcher Konstrukt an, der sich zwar auf einer neuen Firmenebene bewegt, doch letztlich den Grundgedanken vom mittelständischen Familienunternehmen fördert und jeglichem Konzerndenken entgegenwirkt. Im zwanglosen Gedankenaustausch wurde jedem der zahlreichen Gäste bewusst, dass der Neujahrsempfang symbolischen Charakter hatte und der Tag als Start in eine neue Dental-Depot-Dimension zu verstehen war.