

Interview

Steter Fortschritt auf traditionsreichem Fundament

Das amerikanische Unternehmen Kerr hat eine lange, beeindruckende Geschichte und arbeitet bis heute sehr erfolgreich. Dank des großen Erfahrungsschatzes und der fortwährenden Offenheit gegenüber neuen Technologien, Innovationen und Partnerschaften hat es Kerr geschafft, seinen Kunden stets beste Qualität und optimalen Service zu bieten. Wir haben uns mit Leo Pranita, Vice President Global Marketing, und Patrick Corey, Marketing Manager von Kerr in Europa, über Vergangenheit und Zukunft des Unternehmens unterhalten.

Die Kerr-Gruppe ist seit mehr als 100 Jahren erfolgreich im Dentalmarkt tätig. Können Sie uns einige Meilensteine der Firmengeschichte nennen?

Seitdem Kerr 1891 unter dem Namen Detroit Manufacturing Company von den Gebrüdern Robert & John Kerr gegründet wurde (Umbenennung des Unternehmens in Kerr im Jahr 1953), konzentriert sich die Firma auf die Entwicklung von qualitativ hochwertigen und innovativen Produkten für den Bereich der zahnärztlichen Praxis. Hier nur eine kleine Auswahl von Kerrs historischen Produkten: Pulp Canal Sealer (1904), die K-file (1917), Permlastic (1954), TempBond (1960) und natürlich Tytin und Herculite (1980) sowie OptiBond Solo (1995). Alle diese Produkte sind noch heute erhältlich und werden auf der ganzen Welt in der zahnärztlichen Praxis verwendet.

Die aktuelleren Meilensteine sind unser selbstätzender, selbstadhäsiver Zement, Maxcem, den wir letztes Jahr eingeführt haben, sowie unser neuestes

Nanokomposit, PREMISE (2004). Zudem gibt es das CompoRoller Modellierinstrument, OptiDam – der erste ergonomische, einfach anzuwendende Kofferdam, den OptiView Wangen- und Lippenhalter sowie die L.E.D. Demetron II, Lichtpolymerisationslampe (2005).

Das Wachstum von Kerr verdanken wir auch einigen wesentlichen Zukäufen, die wir in den vergangenen Jahren mit Demetron (1993), HaweNeos (2001) und SpofaDental (2003) abschließen konnten – und natürlich Sybron Dental Specialties Ltd. (SDS), die im Mai 2006 von Danaher übernommen wurde, und von der Kerr weiterhin die größte Tochterfirma ist.

Welche Produkte zeichnen Kerr aus? Wo liegen die Schwerpunkte und Besonderheiten des Produktportfolios?

In den vergangenen 25 Jahren konnten wir uns einen Namen als Entwickler von Kompositen, Bondings, Abformmaterialien und Befestigungszementen machen. In all diesen Bereichen haben wir bedeutende Produkte eingeführt, die den Weg für nachfolgende Neuerungen ebneten. 1984 führte Kerr zum Beispiel Herculite ein, das erste Hybridkomposit. Heutzutage wird dieses Material von vielen als industrieller Standard für universelle Kompositen angesehen. Mit OptiBond Solo leistete Kerr 1995 die Pionierarbeit für das Konzept der Einzeldosis oder auch Unidose für Bondings. Heute haben Zahnärzte die Möglichkeit, zwischen den unterschiedlichsten Adhäsivsystemen zu wählen und aus diesem Grund ist Kerr besonders stolz, dieses Konzept schon vor Jahren eingeführt zu haben. Mit der Einführung des erste Abformmaterials im Unidose-Liefersys-



Patrick Corey, Marketing Manager von Kerr in Europa.