

Professionalität gepaart mit Leidenschaft

Veton Loki, Verkaufs- und Marketingleiter bei W&H CH-AG, im Gespräch mit Timo Krause, Produktmanager der *Dental Tribune Schweiz*.



Seit dem Sommer 2021 ist Veton Loki Verkaufs- und Marketingleiter der W&H CH-AG. Gemeinsam mit seinem ambitionierten Team repräsentiert er das Familienunternehmen aus Österreich. *Dental Tribune Schweiz* traf ihn und hatte die exklusive Möglichkeit, über die letzten 1,5 Jahre, Aktuelles und die Zukunft zu sprechen.

Herr Loki, Sie sind im Sommer 2021 zur W&H Familie gestossen, inmitten des Pandemiegeschehens. Der Schweizer Markt begann zu dieser Zeit, sich langsam zu sortieren und zu stabilisieren. Mit welchen Problemen wurden Sie konfrontiert und wie konnten Sie diese bewältigen?

Die Pandemie hat uns vor neue Herausforderungen gestellt, aber auch neue Chancen geboten. Als ich 2021 zu W&H kam, habe ich alle Strategien und Prozesse hinterfragt und überlegt, was sinnvoll ist und was nicht. Ich hatte von Anfang an eine klare Vision für die Positionierung von W&H in der Schweiz. Ich habe bereits bei meiner Ankunft ein starkes Team übernommen und erweiterte die Technikabteilung um zwei weitere Techniker, um einen schnelleren Service anzubieten. Wir stellten zudem einen Fachberater und Servicetechniker in der Westschweiz ein, um unseren Service auch in dieser Region vor Ort anbieten zu können.

Ich bin stolz auf mein Team, wir haben es geschafft, eine Mannschaft aufzustellen, die über umfangreiches Fachwissen verfügt und unseren Händlern und Zahnarztpraxen einen hervorragenden Service bieten kann. Durch die Optimierung unserer Prozesse konnten wir auch die Philosophie und Werte der Inhabersfamilie Malata (Besitzer) in die W&H Schweiz implementieren. Bei der Familie steht klar: «People have priority» an erster Stelle, und dies wird bei W&H CH-AG so gelebt. Wir arbeiten als Team, helfen uns gegenseitig, und so arbeiten wir auch mit unseren Händlern und Praxen.

Das klingt nach viel Tempo und einem stetigen Lernprozess. Und auch nach dentaler Familie – Würden Sie sagen, dass Sie diese Attribute von Wettbewerbern unterscheiden?

Ich war im Januar 2023 in unserem österreichischen Standort bei einem internationalen Meeting. Vor Beginn des Meetings gratulierte die Familie Malata allen Jubilaren. Dies nahm 30 Minuten in Anspruch, denn es gab viele Mitarbeiter, die seit zehn, 20 und sogar 30 Jahren dabei waren. Ein Mitarbeiter war sogar seit 40 Jahren dabei und wird bald in den Ruhestand gehen. Die

Leute applaudierten lange, um ihre Dankbarkeit zu zeigen. Es wurde emotional, und man hatte einen gewissen Stolz gespürt, dass man so erfolgreich war.

Unser Unternehmen bietet Händlern und Praxen an, sich bei uns zu melden, um einen Ausflug nach Bürmoos (Salzburg) zu organisieren, um unser Werk zu besichtigen und zu verstehen, was ich meine. Unsere Attribute, die uns unterscheiden, bestehen darin, dass wir nicht gewinnorientiert, sondern lösungsorientiert arbeiten. Wir setzen auf Langfristigkeit und tun alles dafür, dass unsere Kunden zufrieden sind.

Es geht aber nicht nur darum, den Wettbewerbern gegenüber im Vorteil zu sein. Sie haben einmal klar ausgedrückt, dass sie die Beziehungen zum Handel ausbauen und festigen möchten. Wie gelingt das?

Der Händler ist ein wichtiger Partner für Zahnarztpraxen. Wir schätzen die Zusammenarbeit sehr und werden sie in Zukunft weiter ausbauen. Im letzten Jahr haben wir diese intensiviert, und das werden wir auch weiterhin tun. Mein Credo: Mehr Erfolg durch eine starke Partnerschaft!

Es ist erfreulich, zu sehen, dass die Zusammenarbeit mit dem Handel so positiv gedeiht.

Zum Schluss ist es also eine Win-win-Situation?

Zusammen sind wir stärker! Im Team können wir unseren Kunden am besten dienen.

Wir unterstützen den Handel, deshalb haben wir unser Lager in Uster. So können wir Produkte schnell und ohne Zollabwicklung auf den Weg bringen. Unser System ermöglicht die sofortige Versendung aller Produkte, einschließlich Sterilisatoren und Thermodesinfektoren, ohne Lieferungsverzögerungen. Wir möchten es dem Handel so einfach wie möglich machen, damit sich schlussendlich die Zahnarztpraxen nie um Lieferverzögerungen kümmern müssen.

Die W&H steht für höchste Qualität bei den Produkten und auch beim Service. Wie schaffen Sie es, diese Qualität und den Service dauerhaft hochzuhalten?

W&H ist ein Familienunternehmen und wird in den Händen der Familie Malata bleiben. Die Inhaber betonen bei jeder Besprechung, dass Qualität und Service das Wichtigste sind, und genau das leben wir auch. Wir werden regelmässig von unserem Mutterhaus durch Audits überprüft, um sicherzustellen, dass es zu keiner Verschlechterung

kommt. Sowohl Techniker als auch Aussendienstmitarbeiter werden ständig geschult und wir haben ein großartiges Team. Hier suchen wir nicht nach Problemen, sondern nach Lösungen. Wenn es ein Problem mit einem Gerät gibt und es bereits Feierabend ist, kommt der Innendienst manchmal auf dem Nachhauseweg vorbei und stellt ein Servicegerät bereit, damit der Behandler am nächsten Tag arbeiten kann. Niemand zögert, die Extra-Meile zu gehen, weil wir die Marke W&H stolz vertreten, und es ist schön, zu sehen, wie bereitwillig unser Team ist, zusammenzuarbeiten.

Somit hat der Zahnarzt also keine bzw. kaum Ausfallzeiten?

Richtig! Wir tun alles, um Ausfallzeiten zu vermeiden. Unsere Sterilisatoren sind jetzt mit der ioDent-Technologie ausgestattet, die mit unserem Server verbunden ist. Wenn eine Komponente im Sterilisator z. B. nur noch 90 Prozent Leistung erbringt, erhalten wir in Uster eine Warnung, sodass wir proaktiv handeln und mit der Praxis rechtzeitig planen können, ohne dass es zu einem Notfall kommt.

Die Produktpalette der W&H erlaubt viele Anwendungen und ermöglicht beste Behandlungsmöglichkeiten. Gibt es einen speziellen Fokus, der vielleicht aber auch einem Trend folgt?

Letztes Jahr haben wir unser Piezomed-Modul auf den Markt gebracht und es hat sich als Durchbruch in der Oralchirurgie erwiesen. Mit dem Piezomed-Modul ist es sehr einfach geworden, das Gerät für die Behandlung vorzubereiten, und für den Behandler ist es einfach, schnell und effizient, den Eingriff durchzuführen. Wir bieten die Geräte bewusst zum Testen an, damit jeder, der damit arbeitet, sofort die Vorteile erkennt und es nicht mehr missen möchte.

Und wie schulen Sie die Anwender?

Unsere Aussendienstmitarbeiter sind alle geschult, und falls jemand tiefer in die Anwendung einsteigen möchte, haben wir seit letztem Jahr Dr. Adriana Locher eingestellt, die in die Praxen geht und das Gerät während des Eingriffs erklären kann. Wir bieten auch viele Hands-on-Kurse an, bei denen wir am Modell üben können. Sie können uns jederzeit kontaktieren, wenn Sie daran teilnehmen möchten. Auch mit dem Handel bieten wir verschiedene Kurse für verschiedene Produkte an, einschliesslich Hygienekurse für den Sterilisationsraum, bei denen wir zeigen, was zu beachten ist und was optimiert werden kann.

In diesem Jahr wird es wieder ganz nach Plan eine IDS in Köln geben. Was sind Ihre Erwartungen an die Messe? Können Sie uns einen kleinen Einblick geben, was die W&H für die Zahnärzte vorbereitet?

Ich erwarte bei der IDS in Köln einen Besucherrekord. Wir haben an der DENTAL BERN gesehen, dass viele Menschen gerne hingehen, um sich zu informieren, auszutauschen und in die Dentalwelt zu vertiefen. Wir haben einige Highlights vorbereitet und empfehlen einen Besuch bei uns. Unser Motto in diesem Jahr lautet: «From innovative products to sustainable solutions».

Herr Loki, das klingt wirklich sehr interessant und spannend. Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei den Plänen und Zielen. Vielen Dank für das Interview. ☒

W&H CH-AG

Tel.: +41 43 497 84 84
www.wh.com



Veton Loki, Verkaufs- und Marketingleiter bei W&H CH-AG.