

# 25 Jahre Expertise in analoger und digitaler Zahntechnik

Ein Beitrag von Kerstin Oesterreich

2025 feiert primotec sein 25-jähriges Firmenjubiläum und steht seit jeher für zahntechnische Innovationen, Präzision und Leidenschaft für das Handwerk. Über die Anfänge, Meilensteine der Produktentwicklung und den schrittweisen Generationswechsel in der Unternehmensleitung sprechen Joachim und Dominik Mosch im Interview.



Hier gibts mehr  
**Bilder.**

© @foxfoto - stock.adobe.com

## Wie begann die Geschichte von primotec?

Joachim Mosch: Im April 2000 haben wir mit einem weiteren Mitarbeiter in zwei Räumen im Souterrain unseres Privathauses angefangen. Eigentlich, wie man heute sagen würde, eine typische Start-up-Story.



**Abb. 1:** Die Ruhe vor dem Ansturm – Erstvorstellung des phaser mx1 auf der IDS 2003. – **Abb. 2:** Der Generationswechsel geht voran: Joachim und Dominik Mosch. (© primotec Joachim Mosch e.K.)

## Welche Herausforderungen galt es zu überwinden?

Joachim Mosch: Zunächst mussten wir den Namen primotec ins Bewusstsein der Dentalbranche rücken, d. h. bekannt werden, um dann den Bekanntheitsgrad immer weiter zu erhöhen.

Unsere erste Produktgruppe war das lichterhärtende Wachs metacon. Ein Wachs, das durch Lichterhärtung zu Kunststoff wird und damit unter anderem die Modellgussprothetik revolutionierte, gab es nur von primotec.

Aufgrund der rasant steigenden Nachfrage mussten wir natürlich Lager, Logistik und das komplette Backoffice auf- bzw. ausbauen, um schnell und zuverlässig liefern zu können. Nach wie vor gilt bei primotec: heute bestellt, morgen geliefert.

Unser Ansatz – Produkte zu entwickeln, die es bis dahin noch nicht gab und die die Zahntechnik besser und schneller machen – wurde durch den Erfolg von metacon bestätigt und so zu unserem Geschäftsmodell.

## Welche weiteren Meilensteine haben das Unternehmen geprägt?

Joachim Mosch: Ein erster war die IDS-Teilnahme 2001: Hier wurde metacon vorgestellt und war gleich in

aller Munde. So konnten wir schon kurz nach der Firmengründung viele internationale Kunden gewinnen.

Wir wussten natürlich, dass man ein solides, nachhaltiges Unternehmen nicht auf nur einer Produktgruppe aufbauen kann. Also haben wir 2002 auf der Tagung der Arbeitsgemeinschaft Dentale Technologie e.V. den ersten lichterhärtenden Kunststoff zur Herstellung von Aufbisschienen vorgestellt: primosplint.

Einer der größten Meilensteine war allerdings die Markteinführung unseres phaser mx1 Schweißgeräts auf der IDS 2003. Es war das Produkt, auf das der Markt gewartet hatte: Schweißergebnisse, die einer Laserschweißung in nichts nachstehen, zu einem Bruchteil der Kosten war die Sensation. Im ersten Jahr hatten wir bereits mehr als 1.000 Geräte verkauft und wurden dadurch in Europa, Asien und den USA noch bekannter. Das wiederum führte zum nächsten Meilenstein, nämlich der Gründung der primotec USA LLC im Februar 2004.

So gab und gibt es eigentlich nahezu jährlich Meilensteine wie z. B. neue phaser-Modelle, den lichterhärtenden Modellierkunststoff primopattern (2009), die Eröffnung des primotec Fräszentrums in Norwalk, USA, im Jahr 2013, der Einstieg in die digitale Produktwelt mit Fräsworkzeugen, PMMA und Zirkonrohlingen etc. ... Ich könnte noch sehr viel mehr berichten, aber das würde den Rahmen sprengen. (lacht)

## Wie reagiert primotec auf sich ändernde Kundenbedürfnisse?



Joachim Mosch: Zu den Grundbedürfnissen zählt nach wie vor Zuverlässigkeit – sowohl bei der Produktqualität als auch bei der Lieferfähigkeit. Gute, direkte Erreichbarkeit bei technischen Fragen oder Problemen wird im heutigen Zeitalter des „Ticket Aufmachens“ umso mehr geschätzt.

Neu ist, dass die Kunden heute möglichst zeit- und telefonunabhängig bestellen und/oder alle Informationen, Anleitungen etc. zu den Produkten finden möchten. Dadurch wird eine leistungsstarke Internetpräsenz, wie wir sie aufgebaut haben, zum Muss.

## Welche Werte haben primotec seit seiner Gründung geprägt und bestimmen bis heute die Unternehmenskultur?

Joachim Mosch: Die Kurzfassung: Wir sind die Guten! (lächelt) Dazu gehört, den Kunden (und auch Lieferanten) immer zuzuhören, Feedback ernst zu nehmen und immer zu reagieren. Der Kunde darf nie das Gefühl haben, dass sein Anliegen nicht wichtig ist oder versandet. Wenn doch mal etwas länger dauert, gibt es zumindest einen Zwischenbericht. Wir behandeln Kunden und Partner immer so, wie wir selbst gerne behandelt werden möchten und versprechen nichts, was wir nicht halten können. Alle Kunden sind gleich wichtig, unabhängig von der Größe. Der Kunde ist König!

## Der Generationswechsel im Unternehmen ist in vollem Gange. Was bleibt, wie es ist, und wo werden Sie neue Akzente setzen?

Dominik Mosch: Wie bei allen Generationswechseln in der Dentalbranche ändert sich tatsächlich erstmal nicht so viel. Ich habe vor ziemlich genau zehn Jahren bei primotec angefangen und mich nach und nach in alle Bereiche eingearbeitet. Bei vielen der Prozesse, die über die letzten Jahre entstanden sind, konnte ich bereits mitwirken und meine Vorstellungen einbringen. Die Entwicklungszeiten und Produktlebenszyklen vor allem in der digitalen Zahntechnik sind viel kürzer geworden und hier gilt es, Schritt zu halten. Unsere analogen Produkte sind deswegen nicht unwichtiger geworden, und auch wenn die Entwicklungen nicht so schnell gehen, sollte man Veränderungen nicht aus den Augen verlieren. Es gibt also viel zu tun, aber durch meine Erfahrung aus den letzten Jahren fühle ich mich gut gewappnet. Und ganz aus der Firma ist mein Vater ja auch noch nicht. (lacht)

primotec Joachim Mosch e.K.  
www.primogroup.de