

Das weltweit agierende Unternehmen Sunstar ist bereits seit 83 Jahren mit einer Vielzahl von Produkten – von der anspruchsvollen Gesichtsscreme bis hin zum Zahnkranz am Fahrrad u.v.a.m. – auf dem Markt etabliert. Die Journalredaktion sprach mit Stefan Schneider, Verkaufsleiter bei Sunstar Deutschland GmbH in Schönau, über den Erfolg des Unternehmens.



„Sunstar – wie die Sonne am Morgen und die Sterne am Abend“

Sunstar ist weltweit und in verschiedensten Produktbereichen tätig. Herr Schneider, bitte geben Sie uns einen kurzen Überblick über das Unternehmen.

Die Gründung des Unternehmens begann 1932 mit einer kreativen Erfindung, die die Industrie revolutionierte: Gummikitt in einer tragbaren Metalltube für Reifenreparaturen unterwegs. Damit war der Grundstein für das erste Geschäftsfeld geschaffen – der Bereich „Sicherheitsunterstützung und Spitzentechnologie“. Dazu gehören heute auch Motorrad-Zahnräder

und -Bremsscheiben, Klebstoffe für die Automobilindustrie sowie elektrische Antriebssysteme für Fahrräder.

Eine weitere Säule bildet der Bereich „Gesunder Lebensraum“. Hier werden Baumaterialien wie z. B. Dichtungsmittel, Beschichtungen sowie Klebstoffe produziert und weiterentwickelt. Weitere Bereiche sind die Gesundheits- und Schönheitspflege mit hochwertigen Hautcremes, Shampoos und Reformkost sowie der Bereich Mund- und Körperpflege, der 1946 mit der ersten Sunstar Zahnpasta begann. Sunstar ist

heute in über 95 Ländern vertreten und beschäftigt über 4.000 Mitarbeiter.

... und wie und wann entwickelte sich dann der Bereich Mundhygiene?

Der Bereich Mundhygiene entwickelte sich 1946. Man hatte sich überlegt, was noch in die Tuben, die bereits für den Gummikitt hergestellt wurden, gefüllt werden könnte – Zahnpasta natürlich! Der Slogan bei der Einführung der Sunstar Zahnpasta lautete „Putz deine Zähne mit der Sonne am Morgen und mit den Sternen am Abend“ als Ana-



Abb. 1: Stefan Schneider, Verkaufsleiter bei Sunstar Deutschland GmbH in Schönau, erläutert im Interview die Entwicklung der etablierten Marke GUM im Dentalmarkt.

logie zu Sunstar. Damit wollte man erreichen, dass zweimal am Tag die Zähne geputzt werden. Eine Empfehlung, die bis heute noch Bestand hat.

Der Geschäftsbereich Mundpflege hat sich rasant entwickelt und ist mittlerweile der größte Zweig des Unternehmens. Sunstar gehört heute zu den zehn führenden Mundhygiene-Unternehmen der Welt. Die wichtigsten Marken im Bereich Mundpflege sind GUM, Butler und Ora2 in der Prophylaxe sowie GUIDOR im therapeutischen Bereich. Seit mehr als 65 Jahren entwickelt Sunstar einzigartige, hochqualitative und professionelle Produkte und Lösungen für die Mund- und Zahnpflege.

Gibt es eine Mission, für die Sunstar steht – für die Sie und Ihr Team in Schönau stehen?

Das globale Ziel von Sunstar basiert auf der Firmenphilosophie „Stetiger Einsatz zur Förderung der Gesundheit und der Verbesserung der Lebensqualität der Menschen weltweit“. Zur Unterstützung dieser Vision forscht Sunstar bspw. über mögliche Zusammenhänge zwischen schweren Parodontalerkrankungen und Allgemeinerkrankungen. Resultierend aus langjähriger Erfahrung, wissenschaftlicher Forschung und innovativen Produktentwicklungen bieten wir unseren Kunden indikationsorientierte Problemlösungen zur Verbesserung der Mundgesundheit an.

Für uns im Vertrieb steht die leidenschaftliche Kundenorientierung im Vordergrund unseres Handelns. Dazu gehört auch, dass alle unsere Mitarbeiter ein umfangreiches Produktwissen haben, um gezielt und umfangreich Auskunft zu unseren Produkten aber auch zu zahnmedizinischen Problemstellungen zu geben. Wir sehen uns nicht nur als Verkäufer, sondern als Partner und Dienstleister für unsere Kunden.

Mit der Marke GUM® bieten Sie ein spezielles Produktportfolio zur Zahnfleischpflege an – warum haben Sie den Fokus gerade auf das Zahnfleisch gerichtet?

Wenn Sie sich die Mundgesundheitszahlen anschauen, stellt man fest, dass Zahnfleischerkrankungen immer mehr

zunehmen. Laut der Weltgesundheitsorganisation (WHO) sind sechs von zehn Personen weltweit von Parodontalerkrankungen betroffen.¹ Mehr als 40 Prozent der 65- bis 74-Jährigen leiden in Deutschland an einer schweren Form der Parodontitis, bei den 35- bis 44-Jährigen sind es 52,2 Prozent, die an einer mittelschweren Form leiden; 20,5 Prozent an einer schweren Form.² Man kann also von einer Volkskrankheit sprechen. Als Vorreiter in der Erforschung von Zusammenhängen zwischen Parodontalerkrankungen und der Allgemeingesundheit bieten wir mit unseren GUM-Produkten professionelle Pflege für gesundes Zahnfleisch. Karieserkrankungen haben in den letzten Jahren nicht mehr so stark zugenommen, aber natürlich kommt auch der Kariesschutz nicht zu kurz. Unsere Produkte enthalten größtenteils auch Fluorid sowie ergänzende kariesprotektive Inhaltsstoffe wie Isomalt und/oder Xylitol je nach Indikation.

Mit welchen Produkten sind Sie in diesem Bereich auf dem Markt vertreten?

Im Bereich Zahnfleischpflege bieten wir mit unserem GUM® PAROEX-Sortiment Zahnpasten und Mundspülungen für die Intensiv- und Langzeitpflege an. Hier setzen wir auf bewährte antibakterielle Inhaltsstoffe wie Chlorhexidin (CHX) und Cetylpyridiniumchlorid (CPC).

Da die Interdentalraumpflege einen ganz wichtigen Bestandteil der Gingivitisprophylaxe darstellt, haben wir hier einen weiteren Produktschwerpunkt gesetzt. Unterschiedliche Produkte wie GUM® TRAV-LER Interdentalbürsten; GUM® SOFT-PICKS, metallfreie Interdentalreiniger sowie Spezialzahnseiden wie z. B. GUM® ACCESS Floss bieten für jeden Patienten das passende mechanische Hilfsmittel. Komplementiert wird das Portfolio durch moderne Handzahnbürsten. Wie innovativ die Marke GUM ist, zeigt unser Produkt GUM® PerioBalance. Durch die probiotische Wirkungsweise des enthaltenden Milchsäurebakteriums wird das Gleichgewicht der oralen Mikroflora wiederhergestellt und die natürlichen Abwehrmechanismen des Mundes gestärkt. Aber auch in speziellen Indikationen bieten wir echte Problemlöser. Beispiels-

weise im Bereich Mundgeruch mit unseren GUM® HaliControl-Produkten. Sie setzen ganz gezielt bei der Ursache an und bekämpfen diese. Auch wird unser Portfolio dem Bereich Mundtrockenheit (Xerostomie) gerecht. Hier bieten wir Betroffenen mit GUM® HYDRAL eine sofortige und lang anhaltende Linderung bei Mundtrockenheit.

Weitere Produkte in den Segmenten Dentinhypersensibilität, Kinderzahnpflege, natürlich weiße Zähne sowie Kieferorthopädie runden das GUM-Portfolio ab.

Neben Ihren Produkten sind Sie auch auf Kongressen und Fortbildungsveranstaltungen aktiv. Wie unterstützen Sie Ihre Anwender über das Produktangebot hinaus?

Unser Dental- und Apothekenaußendienst bietet eine persönliche und umfassende Beratung und Betreuung unserer Kunden. Für interessierte Kunden halten wir gerne Schulungen direkt in den Praxisräumen für das gesamte Team. In unseren vierteljährlichen Newslettern informieren wir umfassend über verschiedene Mund- und Zahnflegethemmen und stellen zahlreiche Informations- und Edukationsmaterialien wie bspw. Patientenbroschüren zur Verfügung. Weiterhin bieten wir eine individuelle Bedruckung von Zahnbürsten und Pflegesets an und unterstützen damit die Marketingaktivitäten unserer Kunden.

Im Bereich der Endkundenkommunikation informieren wir via Facebook und Website über Tipps und Tricks rund um die Zahnpflege. Um die Erhältlichkeit unserer Produkte für unsere Kunden noch weiter zu verbessern, bieten wir nun auch einen GUM®-Onlineshop an.

¹ Globale Gesundheitsdatenbank Genf: WHO 2002

² DMS IV

Kontakt

Sunstar Deutschland GmbH

Aiterfeld 1
79677 Schönau
Tel.: 07673 885108-55
Fax: 07673 885108-44
service@de.sunstar.com
www.sunstarGUM.de