„Wichtig ist Transparenz und Nähe zum Kunden“

Warum persönliche Telefonberatung nichts mit Callcenter-Abfertigung zu tun hat und wie man von Fliesenbeschichtung zur Zahntechnik kommt, erklärt Ismail Yilmaz, Geschäftsführer der Denseo GmbH aus Aschaffenburg, im Gespräch mit der Redaktion. Er schaut zurück auf neun erfolgreiche Jahre im Dentalmarkt und macht deutlich, was Denseo von anderen Unternehmen unterscheidet.

Herr Yilmaz, bitte erzählen Sie uns kurz etwas zu Ihrer Person und wie Sie Ihren Weg in die Dentalbranche gefunden haben.
Ich kam als Kleinkind mit meinen Eltern aus der Türkei nach Deutschland. Die Barbarossastadt Gelnhausen wurde ab 1975 zu meiner neuen Heimat. Hier wuchs ich auf, ging zur Schule, machte eine Ausbildung zum Automobilkaufmann und war später in der Mineralölbranche tätig. Dort war ich unter anderem an der Entwicklung einer säurefesten Fliesenbeschichtung beteiligt. Durch Zufall habe ich dann den Erfinder der Denseo Fee kennengelernt und wir haben viele Gemeinsamkeiten in unserer Arbeit entdeckt. Ich habe ihn dabei unterstützt, das Produkt so weit zu entwickeln, dass damit Sprünge in Kronen nicht nur repariert, sondern tatsächlich „geheilt“ werden konnten.


Abb. 1

Abb. 1: Ismail Yilmaz, Gründer und Geschäftsführer der Denseo GmbH.

Wie verlief der Start der Denseo GmbH nach der Gründung?
Die Denseo Fee war das erste Produkt, das wir mit der 2007 gegründeten Denseo GmbH verkauften. Zunächst versuchten wir über Außendienstmitarbeiter an die Labore heranzutreten und mit ihnen über die Vorteile des Verbundstoffes zu reden. Leider war das schwieriger als gedacht, denn die Zahntechniker wollten im persönlichen Gespräch nicht gern über Sprünge sprechen. Offiziell treten Sprünge bei 3 bis 5 Prozent aller Keramikarbeiten auf – die Dunkelziffer dürfte jedoch deutlich höher liegen. Wir stellten fest, dass unsere Kunden am Telefon sehr viel offener waren und keine Scheu hatten, sich über Materialien wie die Denseo Fee zu informieren. Deswegen führen wir bis heute die Beratung und den Verkauf ausschließlich am Telefon durch. Vielleicht war es ein Wink des Schicksals, dass ich in Gelnhausen aufgewachsen bin – von hier stammt Philipp Reis, der geistige Vater des Telefons. Diese Methode verschafft uns jedenfalls ein gewisses Alleinstellungsmerkmal im Markt. Gleichzeitig sparen wir uns die hohen Kosten für den Außendienst und können diese Ersparnis als Preisvorteil direkt an unsere Kunden weitergeben.

Wie entwickelte sich die Denseo GmbH bis heute?
Mit einigen Marketingideen konnten wir Denseo und das Erstprodukt Denseo Fee schnell bekannt machen. Nach und nach entwickelten wir dann neue Produkte für die Zahntechnik und gingen Vertriebskooperationen mit anderen Herstellern ein. Zu Beginn verkauften wir Turbinen und Handstücke von Bien-Air. Mittlerweile zählen Firmen wie YETI Dentalprodukte, Baumann Dental, Evonik, Schick Dental und Imetric zu unseren Partnern. Außerdem sind wir heute in Deutschland Hauptvertriebspartner für DEKEMA Keramik- und Sinteröfen und im Moment die einzige Firma in Deutschland, die die CAD/CAM-Software exocad



Abb. 2

nicht nur verkaufen, sondern auch vermieten darf. Darüber hinaus bieten wir Dentalfräser für fast alle Fräsmaschinen an.

Denseo lässt zum Beispiel Zirkon- und NEM-Rohlinge in Auftrag herstellen. Hier ist bemerkenswert, dass wir das einzige Unternehmen sind, das die Reste beider Werkstoffe recyceln kann. Daneben bieten wir verschiedene Bonder für Gerüstmaterialien aus NEM und Zirkon (OxyBond und HighQuality-Bonder), eine High-Quality-Glasur für Verblendkeramiken, Multicolor-Zirkon in vier VITA-Grundfarben sowie 16 VITA-Farben als hochtransluzentes Zirkon, Feuchthaltesysteme für Keramikmassen (AQUAline), Dentallegierungen, die Denseo NORM Malfarben für alle Keramiken und unsere PEEK Blanks aus thermoplastischem Kunststoff (Polyetheretherketon) an. Nach wie vor verkaufen wir natürlich auch die Denseo Fee. Aber der meistverkaufte Artikel bleibt bis heute die Denseo High-Quality-Glasur, für die wir nicht nur in Deutschland ein Patent haben, sondern in ganz Europa und den USA. Durch diese HiQ-Glasur wird die Verblendkeramik deutlich robuster, sodass wir eine 6-Jahres-Garantie auf das Zahnarzthonorar geben können.

Was ist Ihnen als Geschäftsführer persönlich wichtig? Wie könnte man Ihre Unternehmenswerte kurz zusammenfassen?

Wichtig ist mir, dass Denseo nah am Marktgeschehen ist und eine starke Verbindung zu anderen Unternehmen hat. So können wir sinnvolle

Abb. 2: Seit 2007 kann sich Denseo durch ein starkes Netzwerk, hochwertige Produkte und eine außergewöhnliche Kundenbetreuung am Markt behaupten.



Abb. 3

Abb. 3: Ob Denseo Fee, High-Quality-Glasur oder Bonder – zahlreiche Denseo-Produkte unterstützen Dentallabore bei der täglichen Arbeit.


Abb. 4

Abb. 4: Mit seinem „Wissensdinner" nach Pecha-Kucha-Prinzip hat Ismail Yilmaz eine innovative Fortbildung geschaffen, die Fachwissen und Genuss auf einzigartige Weise vereint.

Synergien schaffen, aus denen Gutes für unsere Kunden, die Dentallabore und Praxen erwächst. Im Vordergrund steht dabei für mich immer die Transparenz. Denseo selbst ist bekannt für seine Ehrlichkeit und Fairness. Wir nehmen beispielsweise anstandslos alle Geräte und Materialien zurück, mit denen der Kunde nicht zufrieden ist. Bei Reparaturfällen kümmern wir uns schnellstmöglich um Ersatzgeräte. Ich selbst als Geschäftsführer versuche, so oft wie möglich, persönlich für meine Kunden da zu sein und unterstütze meine Kollegen deshalb tatkräftig bei ihrer Arbeit. Jeder Kunde hat die Möglichkeit, sich direkt zu mir durchstellen zu lassen. In der heutigen Zeit ist es leider fast unmöglich geworden, den Besitzer eines Dentalunternehmens ans Telefon zu bekommen. Bei uns gilt außerdem ein Gleichstellungsgebot für Kunden. Konkret bedeutet das, dass alle Labore – egal, welcher Größe – gleichbehandelt werden. Es gibt keinen Mengenrabatt oder Ähnliches auf Großbestellungen.
Mit dieser Philosophie konnten wir über die letzten Jahre in Deutschland rund 6.400 und weltweit mehrere Tausend treue Kunden an uns binden, die uns immer wieder tolles Feedback geben. Das bestärkt mich darin, dass wir vieles richtig machen.

Kann man diese Unternehmensphilosophie auch an Ihren Produkten ablesen?
Natürlich achten wir bei der Herstellung unserer Eigenprodukte auf höchste Qualität und klinische Belegbarkeit. Unsere Lösungen sind äußerst durchdacht und in erster Linie auf die Anwenderfreundlichkeit ausgelegt. Wir sehen den Zahntechniker als Kunsthandwerker und möchten ihm die perfekten Werkzeuge und Materialien an die Hand geben, die er täglich braucht.

Für mehr Transparenz im Edelmetallmarkt haben wir vor einigen Jahren das informative Vergleichsportal www.legierungspreise.info ins Leben gerufen. Hier kann der Zahntechniker die tagesaktuellen Preise der großen deutschen Anbieter von Edelmetalllegierungen auf einen Blick sehen und so selbstbestimmt entscheiden, wo er kauft – ohne von vermeintlich hohen Rabatten geblendet zu werden. Auch die Innovationsfähigkeit ist für uns ein großes Thema. Bestes Beispiel hierfür ist unsere Fortbildungsreihe. Das Denseo-Wissensdinner findet mehrmals im Jahr statt und folgt einem ganz besonderen Konzept. Wir verbinden das fachliche Programm mit einem Galadiner in exklusivem Ambiente. Im Sinne des sogenannten Pecha-Kucha-Prinzips „dürfen" unsere Referenten zwischen den Gängen dabei jeweils nicht länger als 15 Minuten reden. So beugen wir der Ermüdung der Zuhörer vor. Stattdessen können sich Teilnehmer und Experten später nach dem Essen noch fachlich austauschen. Die steigenden Teilnehmerzahlen bestätigen den Erfolg dieses Konzeptes. Das nächste Wissensdinner findet im März 2017 im Kitzbühel Country Club statt.

Wie würden Sie Ihre heutige Marktposition beschreiben?
Mit dem großen Kundenstamm und dem breitgespannten Partnernetzwerk hat sich Denseo fest im Markt etabliert. Wir liefern in 24 Länder der Erde. Neben anderen großen Playern der Dentalbranche konnten und können wir uns bisher behaupten. Das Besondere an Denseo ist, dass wir – obwohl diese vielleicht nicht physisch besteht – eine große Nähe zum Kunden haben. Unser intelligentes CRM-System hilft uns dabei, jeden einzelnen Kunden individuell zu beraten und für ihn die beste Lösung zu kreieren, um seinen Arbeitsalltag zu erleichtern und ihm darüber hinaus neuen Raum für Wachstum zu eröffnen._

Kontakt

Denseo GmbH
Stengerstraße 9
63741 Aschaffenburg
Tel.: 06021 45106-0
fragen@denseo.de
www.denseo.de

Infos zum Unternehmen

BESTELLSERVICE

Jahrbuchreihe 2016/17

Interdisziplinär und nah am Markt

BESTELLUNG AUCH ONLINE MÖGLICH

www.oemus.com/abo



Weihnachtsaktion

Preis pro Jahrbuch 2016

ab **24,50 €***

statt ab 49 €

gültig bis 31.12.16

Fax an **0341 48474-290**

Senden Sie mir folgende Jahrbücher zum angegebenen Preis zu:

Bitte Jahrbücher auswählen und Anzahl eintragen.

_____	Digitale Dentale Technologien 2016	24,50 Euro*
_____	Prävention & Mundhygiene 2016	24,50 Euro*
_____	Implantologie 2016	34,50 Euro*
_____	Endodontie 2017	49,00 Euro*
_____	Laserzahnmedizin 2017	49,00 Euro*

*Preise verstehen sich zzgl. MwSt. und Versandkosten. Entsiegelte Ware ist vom Umtausch ausgeschlossen.

Name / Vorname

Telefon / E-Mail

Unterschrift

Praxisstempel

DD 4/16

OEMUS MEDIA AG

Holbeinstraße 29 · 04229 Leipzig · Tel.: 0341 48474-201 · grasse@oemus-media.de