

Seit 160 Jahren: „Better products for better dentistry“

INTERVIEW Als einer der ältesten Hersteller von Dentalbohrern weltweit hat sich das US-amerikanische Unternehmen SS White zum Ziel gesetzt, seine globale Präsenz weiter zu stärken und auszudehnen. Im Gespräch mit Michael Schwartz, International Director of Sales, und Michael Schilk, National Sales Manager der endodontischen Abteilung in den USA, werden Markenreputation, der Ausbau des Händlernetzwerkes und langfristige Unternehmensziele kurz umrissen.



Michael Schwartz (links) und Michael Schilk (Foto: DTI/Kristin Hübner).

Worin genau sehen Sie Ihre Ziele?

Michael Schwartz: Um unsere internationale Präsenz weiter auszubauen, wollen wir vorrangig Tier 1-Händler ansprechen und so in den nächsten drei bis fünf Jahren deutlich wachsen. Um das zu erreichen, konzentrieren wir uns in erster Linie auf Märkte, die von uns noch nicht flächendeckend erschlossen wurden, und unterziehen gleichzeitig bestehenden Märkten einer Neubewertung.

Wir sind einer der Marktführer in Nordamerika und wollen diese Bekanntheit auf den gesamten Globus ausweiten.

Michael Schilk: Meine Rolle, ähnlich wie die von Michael, der sich mit dem Ausbau unserer globalen Präsenz beschäftigt, ist das Schaffen von idealen Voraussetzungen für die Einführung unserer endodontischen Produktlinie, des V-Taper-Systems. Von unseren Kunden wissen wir, dass es einen

gesteigerten Bedarf an endodontischen Produkten sowie spezialisierten, minimalinvasiven Eingriffen gibt. SS White sieht sich, was diese Technologien angeht, in vorderster Linie, und möchte sie interessierten Kunden zur Verfügung stellen – um so noch bessere Behandlungsergebnisse zu ermöglichen und zum dauerhaften Zahnerhalt der Menschen beizutragen. Wir verfügen über einige einzigartige Technologien wie beispielsweise unsere Diamantinstrumente und Bohrer, von denen wir glauben, dass sie uns vom Rest des Marktes abheben. Wir sprechen also von einer Weiterentwicklung sowohl der Allgemeinen und Restaurativen Zahnmedizin als auch der spezialisierten Endodontologie.

Auf welche regionalen Märkte zielen Sie speziell ab?

Schwartz: Wir konzentrieren uns vorrangig auf Westeuropa. Aktuell liegt der Fokus vor allem auf Deutschland; von dort aus wollen wir dann in weitere europäische Länder expandieren. Zurzeit vertreiben wir unsere Produkte in über 55 Ländern und produzieren in den USA und in Italien. Um unsere Marke auf internationaler Ebene noch weiter auszubauen, möchten wir nun auch in Märkten Fuß fassen, die wir in den letzten Jahren vernachlässigt haben.

Wie möchten Sie das erreichen?

Schwartz: Wir haben weltweit Berater engagiert, die uns bei der Suche nach den auf uns am besten abgestimmten Vertriebspartnern helfen. Für uns sind die langfristigen Unternehmens-

ziele wichtiger als ein schneller Verkauf. Darüber hinaus konzentrieren wir uns darauf, unser technologisches Know-how zum Wohle verbesserter Patientenversorgung sowohl an zahnmedizinische Fachkreise als auch an unsere Bestandskunden weiterzugeben.

Haben Sie das Gefühl, dass der westeuropäische Markt Ihr Portfolio annimmt?

Schwartz: Unsere Geschichte ist überzeugend: Wir sind der weltweit älteste Hersteller von Dentalbohrern. Wir glauben, dass wir über eine technische Expertise verfügen, die uns von unseren Konkurrenten unterscheidet, und produzieren darüber hinaus weltweit – das lässt uns gegenüber anderen Herstellern eine Sonderstellung einnehmen, und es ist unsere Aufgabe, der Dentalwelt diese Botschaft zu vermitteln.

Wir bedanken uns für dieses Interview.

Für nähere Informationen kontaktieren Sie bitte Michael Schwartz unter:

mschwartz@sswhitedental.com

INFORMATION

SS White Burs, Inc.

Basler Straße 115
79115 Freiburg im Breisgau
Tel.: 0761 4787192
mschwartz@sswhitedental.com
www.sswwhite.com