

INTERVIEW // Mit dem Zusammenschluss zweier führender Dentalunternehmen entstand 2017 KaVo Kerr als Anbieter umfassender Lösungen für den gesamten Dentalbereich. Das Unternehmen ist Teil der Danaher Corporation, die als globales Wissenschafts- und Technologieunternehmen auch die dentalen Weltmarken Nobel Biocare und Ormco unter ihrem Dach vereint. Dank seines breit aufgestellten Portfolios bietet KaVo Kerr Zahnärzten und Zahn-technikern Dentalprodukte und -dienstleistungen aus einer Hand – und das in einer bereits seit über 100 Jahren bewährten, exzellenten Qualität. Die DENTALZEITUNG sprach mit Henner Witte (Managing Director, KaVo Kerr, und Geschäftsführer), Carsten Franke (Vice President Marketing EMEA, KaVo Kerr), Armin Imhof (Vice President D-A-CH, KaVo Kerr), Jan Kucher (Country Manager Sales Germany, KaVo Kerr) und Susanne Vieweger (Marketing Manager D-A-CH, KaVo Kerr) darüber, welche gemeinsame Vision die gebündelte Kompetenz von KaVo Kerr verfolgt und wie deren Umsetzung in naher Zukunft in Angriff genommen wird.

MIT VEREINTE DENTALKOMPETENZ AUF WACHSTUMSKURS

Lutz Hiller / Leipzig



Abb. 1: Henner Witte, Managing Director, KaVo Kerr, und Geschäftsführer (links) im Gespräch mit Lutz Hiller, Vorstand OEMUS MEDIA AG.

Herr Witte, das Unternehmen KaVo Kerr ist für Sie zumindest in Teilen altbekanntes Terrain, denn Sie waren bereits von 2008 bis 2012 Geschäftsführer bei KaVo Dental Deutschland und haben seither die Geschicke von KaVo in Asien geleitet. Was hat Sie zur „Rückkehr“ bewogen?

Henner Witte: Mit der Formierung von KaVo Kerr bot sich mir hier ein äußerst spannendes Tätigkeitsfeld. Die Zusammenführung zweier so starker und etablierter Unternehmen zu gestalten, beinhaltet viele Chancen, aber auch große Herausforderungen. Wir sind davon über-

zeugt, dass KaVo und Kerr gemeinsam noch besser dazu in der Lage sind, unseren Kunden und deren Patienten eine hochqualitative zahnmedizinische Behandlung zu ermöglichen. Indem beide Markenbereiche gegenseitig von ihrer Erfahrung profitieren und so ihr gesamtes Potenzial ausschöpfen, schaffen wir wahre Dental Excellence.

So große Ziele gehen jedoch mit einem hohen Abstimmungsbedarf einher, mit vielen Entscheidungen und so manches Mal auch mit unterschiedlichen Bedürfnissen, für die ein Konsens gefunden werden muss. An dieser Stelle konnte ich meine Erfahrung als Geschäftsführer und meine tiefen Kenntnisse über das Unternehmen gezielt einbringen. Unsere Handelspartner hatten den Eindruck, dass wir im letzten Jahr ein eher unruhiges Fahrwasser unter dem Kiel hatten – das ist aber bei der Zusammenführung und Neuausrichtung zweier komplexer Unternehmensstrukturen leider nicht ganz zu vermeiden. Der Umbau ist nunmehr abgeschlossen, und wir sind voll auf Kurs in die Zukunft!

Was bedeutet das konkret?

Henner Witte: In puncto proaktiver Kommunikation hätten wir während der



Abb. 2

Abb. 2: Mit der europäischen Neuausrichtung von KaVo Kerr in klar gegliederte und strukturierte Vertriebsregionen sind beide Unternehmensteile erfolgreich verschmolzen und für die Zukunft bestens gerüstet.

Umstrukturierung einiges besser machen können. Das haben wir zum Anlass genommen, bestehende unternehmerische Herausforderungen zu reflektieren und systematisch zu lösen. Einer unserer wichtigsten Punkte hierbei ist die klare und einfache Führungsstruktur, die künftig die Unternehmensspitze auszeichnet. Wir fünf Personen, die Ihnen gerade gegenüber sitzen, zeichnen verantwortlich für eine neue, transparente Strategie. Dabei kommt es uns sicherlich zugute, dass wir gemeinsam schon einige Jahrzehnte für KaVo tätig sind und nicht nur die Eigenheiten des Dentalmarktes genau kennen, sondern eben auch die Stärken und Schwächen unseres eigenen Unternehmens.

Herr Imhof, wie genau wollen Sie Ihre Kunden künftig an KaVo Kerr binden?

Armin Imhof: Mit der europäischen Neuausrichtung von KaVo Kerr in klar gegliederte und strukturierte Vertriebsregionen sind beide Unternehmensteile erfolgreich verschmolzen und für die Zukunft bestens gerüstet. Die Region Deutschland, Österreich und Schweiz (D-A-CH) wird von mir unter der Prämisse geleitet, den Fachhandel bestmöglich zu unterstützen. Durch die regionale Fokussierung von Vertrieb, Field Service und lokalem Marketing ist eine optimale interne

Abstimmung und schnelle Kommunikation aus einer Hand mit dem Handel gewährleistet. Die Vertriebsteams der drei Länder werden von den Verantwortlichen Jan Kucher (Deutschland), Walter Mager (Österreich) und Sylvia Stockmaier (Schweiz) mit voller Umsatzverantwortung geführt und durch Marketing, vertreten durch Susanne Vieweger, und Field Service, verantwortet von Christian Lehnert, effektiv gestärkt. Diese flachen Hierarchien mit kurzen Kommunikationswegen sorgen für eine bestmögliche Unterstützung des Fachhandels und des Endkunden.

Im Rahmen unserer Neuausrichtung steht auch der Service ganz oben auf der Agenda. Für unsere Kunden ist partnerschaftliche Zuverlässigkeit das wichtigste Vertrauenskriterium. Gerade dann, wenn es doch mal zu Herausforderungen kommt, ist eine schnelle und unkomplizierte Lösung äußerst wichtig. Gemeinsam mit unseren Partnern, dem dentalen Fachhandel, und unserem eigenen Serviceteam stellen wir dies sicher.

Wie sieht denn die Zielsetzung speziell im Bereich Röntgen und Digitalisierung aus?

Armin Imhof: In Deutschland wollen wir auf jeden Fall schneller als der Markt wachsen, hier ist KaVo als Röntgenmarke noch nicht ganz so stark bekannt. International

streben wir den Erhalt der bereits erreichten Position an, schließlich sind wir beim Röntgen Weltmarktführer!

Carsten Franke: Gerade in diesem Produktsegment sind wir sehr innovativ und planen weit in die Zukunft. So wurde aktuell unser Röntgensystem KaVo OP 3D mit dem renommierten German Innovation Award 2018 vom Rat für Formgebung ausgezeichnet. Und im Bereich Digital Workflow werden wir mittelfristig die komplett neue, integrierte Softwareplattform DTX Studio präsentieren.

Worum handelt es sich dabei?

Henner Witte: DTX Studio ist eine zukunftsweisende Softwarelösung, die bildgebende Systeme, Intraoralscans und CAD/CAM-Lösungen für Labor und Praxis in einem einheitlichen Workflow verbindet. Damit werden unter anderem in Endodontie, Restauration, Prothetik und Implantologie alle Arbeitsabläufe sinnvoll integriert und optimiert werden. Dank des modularen Aufbaus können Anwender zukünftig genau die Bausteine für Diagnose, Design und Behandlungsplanung auswählen, die sie benötigen. Das gesamte Behandlungsteam arbeitet so auf einer gemeinsamen Plattform. Wir werden den Fachhandel über die Entwicklung und kommende Verfügbarkeit von DTX Studio zeitnah informieren.



Abb. 3



Abb. 4



Abb. 5



Abb. 6

Abb. 3: Armin Imhof, Vice President D-A-CH, KaVo Kerr. **Abb. 4:** Carsten Franke, Vice President Marketing EMEA, KaVo Kerr. **Abb. 5:** Susanne Vieweger, Marketing Manager D-A-CH, KaVo Kerr. **Abb. 6:** Jan Kucher, Country Manager Sales Germany, KaVo Kerr.

Wie soll sich das weitere Zusammenwachsen der beiden Unternehmensbereiche gestalten?

Susanne Vieweger: In den Köpfen hat der Zusammenschluss von KaVo und Kerr bereits erfolgreich stattgefunden. Nun arbeiten wir daran, auch im operativen Geschäft alle verfügbaren Synergien zu nutzen und zum Beispiel in der Prophylaxe Produktkonzepte zu schaffen, von denen die Kunden profitieren. So zeigt im Bereich Praxishygiene die aktuelle Markteinführung der Desinfektionstücher KaVo Wipes sehr anschaulich, wie sich die Produktpaletten sinnvoll ergänzen.

Der Draht zum Kunden ist gerade in der heutigen Zeit mit einem erstarkenden Onlinehandel nicht leicht zu halten. Wie

will KaVo Kerr dieser Problematik begegnen?

Jan Kucher: Wir sind uns der veränderten Marktbedingungen durch Akteure wie Amazon und andere Onlinehändler durchaus bewusst, bekennen uns aber weiterhin klar zu unseren kompetenten Partnern des klassischen Fachhandels. Langfristiger Erfolg stellt sich nur durch vorausschauende und nachhaltig angelegte Strategien ein – hier gehört für uns die stabile Partnerschaft mit dem dentalen Fachhandel eindeutig dazu.

Carsten Franke: Schlussendlich sollen alle Strategien und Maßnahmen dazu führen, Zahnärzten und Zahntechnikern durch konsequente Dental Excellence unserer Produkte und Dienstleistungen die Arbeit zu erleichtern. Dafür setzt KaVo Kerr auf

eine langfristig stabile Struktur von Mitarbeitern und Ansprechpartnern und eine verbesserte interne sowie externe Kommunikation. Mit unserer Strategie streben wir ein kontinuierliches, gesundes Wachstum gemeinsam mit unseren Kunden an. Sie beinhaltet auch die Ansprache des dentalen Nachwuchses an den Universitäten, um sein Qualitätsbewusstsein für hochwertige Produkte frühzeitig zu wecken.

Herr Witte, Sie waren in den letzten Jahren im asiatischen Dentalmarkt tätig. Welche Erfahrungen und Eindrücke haben Sie von dort mitgebracht, die Sie auch in Ihrem Handeln in Europa beeinflussen?

Henner Witte: Ein großes Thema ist besonders in Japan die Alterszahnheilkunde. Durch den hohen Stellenwert älterer Menschen in der Gesellschaft wird dort viel Wert auf deren adäquate zahnmedizinische Behandlung gelegt. Betrachten wir die demografische Entwicklung, erwarten wir in Europa künftig ebenfalls einen hohen Zuwachs älterer Patienten und müssen uns in der Versorgung rechtzeitig daran anpassen.

Auch die Einstellung, dass es in jedem Markt, ob entwickelt oder nicht entwickelt, noch Wachstumsfelder gibt, hat mich beeindruckt. Der japanische Patient erwartet von seinem Zahnarzt ganz selbstverständlich eine hochwertige und vor allem schmerzfreie Behandlung. Es lohnt sich, diese hohen Ansprüche zu importieren und auch hier bei KaVo Kerr als Maßstab anzulegen, um unseren Kunden immer bestmögliche Qualität zu liefern.

Seit dem Zusammenschluss von KaVo und Kerr haben wir quasi Anlauf genommen – um jetzt mit gebündelten Kräften und einer durchdachten Strategie durchzustarten.

Vielen Dank für das Gespräch!

KAVO KERR

Bismarckring 39
88400 Biberach an der Riß
Tel.: 07351 56-0
Fax: 07351 56-1488
info@kavokerr.com
www.kavokerr.com/de-de/



my SYMPOSIUM SEMINARE

Intensiv. Innovativ.
In Ihrer Nähe.

Drei elementare Schlüsselthemen
zum Erfolg Ihrer Praxis oder Ihres
Labors:

Dentale Zukunft gestalten

- Freiburg, 24.10.2018
- Berlin, 14.11.2018
- Offenbach, 30.01.2019

Personal entwickeln

- Ulm, 18.07.2018
- Hamburg, 23.01.2019

Unternehmerisch wachsen

- Osnabrück, 14.11.2018
- Karlsruhe, 21.11.2018

Jetzt anmelden:
[www.pluradent-
symposium.de](http://www.pluradent-symposium.de)

