Innovationen nutzen und Wertschöpfung steigern

ZTM Matthias Gürtler

Schon Victor Hugo, Zeitgenosse der Industrialisierung, formulierte treffend: „Nichts auf der Welt ist so mächtig wie eine Idee, deren Zeit gekommen ist." Der Einzug der CAD/CAM-Technik ist unaufhaltsam und für unser Handwerk auch bitter nötig, um rationeller und bedürfnisorientierter zu arbeiten. Die zentrale Ursache für die Stagnation in deutschen Labors liegt aber nicht in der Produktion, sondern beim Absatz. Hier gilt es, wie in der Frästechnik, Partnerschaften für eine zielführende und effiziente Vermarktung unserer Kronen und Brücken zu schaffen.

Sich technischen Innovationen zu verschließen ist unternehmerischer Selbstmord, sich blindlings in Investitionsabenteuer zu stürzen auch. Die Zahntechnik ist ein junges und von Anfang an sehr innovatives Handwerk. Für viele selbstständige Zahntechnikermeister war es lange Zeit völlig normal und Herzensangelegenheit, technische und werkstoffkundliche Neuerungen in die eigene Produktion einfließen zu lassen. Von teuren Gussautomaten über Laserschweißgeräte bis hin zu Galvanogeräten wurde alles gekauft, um auf dem neuesten Stand zu sein. Das war in der Regel auch richtig und wirtschaftlich.

Bei der Einführung der CAD/CAM-Technologie ist jedoch weniger zahntechnisches Herzblut, aber umso mehr eine klare Unternehmensstrategie gefragt. Die wirtschaftlichen Risiken bei Investitionen in teure CNC-Frästechnik sind nicht zu unterschätzen, zumal angesichts der attraktiven Angebote der Fräszentren auch gar keine Notwendigkeit zur eigenen Investition und zum eigenen Risiko besteht. Gefragt ist der Blick für die zentralen Engpässe im Unternehmen.

Zahntechniker lieben ihr Handwerk. Aus dieser ehrbaren Haltung resultiert aber auch ein oft einseitiger technikorientierter Ansatz zur Lösung wirtschaftlicher Probleme. Wenn die Umsatzentwicklung stagniert, wird intensiv nach Möglichkeiten gesucht, die eigenen Produkte noch besser zu machen. Es werden Mitarbeiter geschult, es wird die Teamarbeit mit dem Kunden gepflegt und möglichst hochwertiger

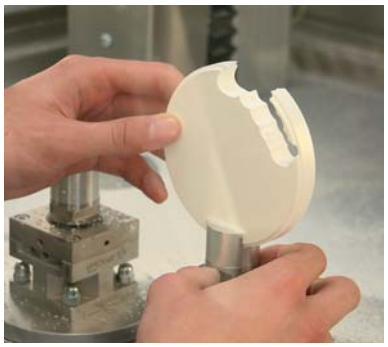

Abb. 1: Die Zeit ist reif für Hochleistungskeramik.

Zahnersatz anvisiert. Die Themen dentaler Fortbildungsangebote spiegeln das wider. Sehen wir aber über den nationalen Horizont hinaus, spüren wir sehr deutlich den exzellenten Ruf deutscher Zahntechnik. Das eigentliche Kernproblem scheint woanders zu liegen.

Eine ehrliche und nüchterne Engpassanalyse zeigt dies im Branchenmaßstab auch ganz deutlich. Die Zahntechnik „made in Germany" hat ein großes Absatzproblem und ein recht kleines Produktionsproblem. Den Großteil ihrer Zeit und finanziellen Mittel investieren Selbstständige jedoch in die Produktion. Dies ist jedoch weder zielführend noch wirtschaftlich, liegt aber in der handwerklichen Struktur der Branche begründet. Zahntechnikermeister sind in erster Linie Fachleute mit schwacher kaufmännischer Bildung und geringer Erfahrung im Absatz und Vertrieb. So ist der Groll auf bekannte Zahnersatzanbieter mit Auslandsproduktion sicher menschlich verständlich, ein ehrlicher Vergleich vieler deutscher Dentallabore mit diesen bundesweit agierenden Unternehmen zeigt aber eben auch unsere Schwächen in der Unternehmensführung und im Management.

Gegen Produktionsprobleme helfen technische Innovationen

CAD/CAM kann sicher nicht das alleinige Zaubermittel für eine blühende Laborentwicklung sein. Trotzdem sollten die deutlichen Chancen der rationellen Fertigung unbedingt genutzt werden. Im Zusammenhang mit der

Abb. 2: NEM-Gerüst Regelleistung – aber nicht bedürfnisorientiert.

www.ivoclarvivadent.de
Ivoclar Vivadent GmbH
Dr. Adolf-Schneider-Str. 2 | 73479 Ellwangen, Jagst | Deutschland | Tel. +49 (0) 79 61 / 8 89-0 | Fax +49 (0) 79 61 / 63 26

ivoclar vivadent®
passion vision innovation

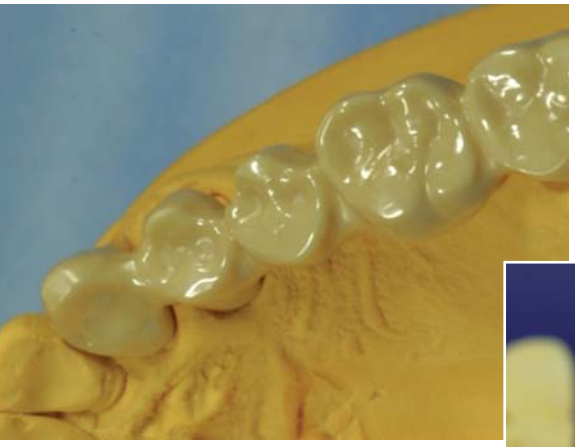

Abb. 3: NEM Gerüst Regelleistung – aber nicht bedürfnisorientiert. – Abb. 4: Außerhausfertigung minimiert unnötige Risiken.

Verwendung bedürfnisorientierter Materialien, hier besonders Zirkondioxid, kann die innovative Technik helfen, attraktive Kronen und Brücken zum fairen Preis-Leistungs-Verhältnis anzubieten. Denn ein wirklich attraktives Produkt erleichtert die Absatzbemühungen immens.

Wir alle wissen, selbst wenn wir eine Million Euro zu verschenken hätten, wir würden darauf sitzenbleiben, wenn es niemand wüsste. Bekanntheit ist eine wichtige Vorausetzung für einen erfolgreichen Absatz. Die Nachfrage durch eine attraktive Wahrnehmung der Produkte beim Endverbraucher Patient zu stimulieren ist eine weitere Herausforderung. Das Ziel für jeden verantwortungsvollen Unternehmer sollte also neben fachlicher Kompetenz auch Professionalität bei Absatz und Vertrieb sein. Ein paar bunte Bildchen als Produktbeschreibung und die Existenz einer eigenen Website reichen bei Weitem nicht aus, um die gewünschten Effekte zu erzielen. Wirkliche Professionalität bei Marketing, Absatz und Vertrieb überfordert jedoch vor allem kleine und mittlere Dentallabore deutlich. Es mangelt häufig an der notwendigen Zeit, den finanziellen Mitteln und oft auch an Erfahrung.

Partnerschaften helfen in der Produktion und beim Absatz

Das Problem gleicht einem gordischen Knoten. Die Schwierigkeit ist bekannt, aber herkömmliche Herangehensweisen bieten keine wirkliche Lösung. Das einzig scharfe Schwert, um diese Herausforderung zu lösen, sind nicht nur CAD/CAM-Partnerschaften, sondern Vermarktungspartnerschaften. Nicht nur teure Fräsmaschinen werden durch gemeinsame Nutzung mehrerer Labore erst ausgelastet, sondern auch professionelle Vermarktungskonzepte lohnen erst, wenn sie eine entsprechende Nutzung mehrerer Labore erfahren. Outsourcing, das Auslagern bestimmter Prozesse, ist oft nicht nur für das Fräsen von Kronen und Brücken die einzig vernünftige Lösung, sondern auch für den Erwerb von Vermarktungskonzepten. Das Entwickeln und Umsetzen eigener Konzepte ist für kleine und mittlere Labore schlicht ineffizient. Die Lösung sind hier Marken- und Vermarktungskonzepte in Lizenznutzung. Kleine und mittlere Labore können dabei auf bewährte Modelle zurückgreifen und müssen selbst nur einen geringen eigenen Beitrag leisten.

Praktisch kann man vielen kleinen und mittleren Laboren empfehlen, schrittweise vorzugehen. Suchen Sie Fräspartner, die Ihnen helfen, Innovationen zu nutzen und Ihre Wertschöpfung zu steigern. Kundenorientierte Fräspartner können eine wertvolle Unterstützung sein, für Ihre technische Entwicklung, aber auch für die Gewinnung von neuen Kunden und zusätzlichem Umsatz. Denn nur wenn die ausgelagerte Wertschöpfung durch neue zusätzliche Aufträge ausgeglichen wird, haben Sie den gewünschten Spielraum, um Ihr gutes Personal zu halten und die Investitionen auch finanzieren zu können. Beauftragen Sie also zunächst die komplette Fertigung von Zirkondioxid-Gerüsten beim Fräspartner und konzentrieren Sie sich solange auf den Engpass Absatz, bis Sie genügend Zirkoneinheiten pro Monat haben. Dann kaufen oder leasen Sie vom Fräspartner im zweiten Schritt den Scanner und lassen sich schulen. Dann beauftragen Sie nur noch die reine Fräsleistung beim Fräspartner. Anschließend konzentrieren Sie sich wieder auf den Absatz, bis Sie so viele Einheiten pro Monat haben, und kaufen dann die eigene Fräsmaschine. Damit haben Sie immer den jeweils zentralen Engpass im Blick und vermeiden unnötige Risiken.

Den gordischen Knoten der Stagnation durchtrennt nur, wer Innovation geschickt nutzt und gleichzeitig mit professionellen Methoden den Absatz ankurbelt.

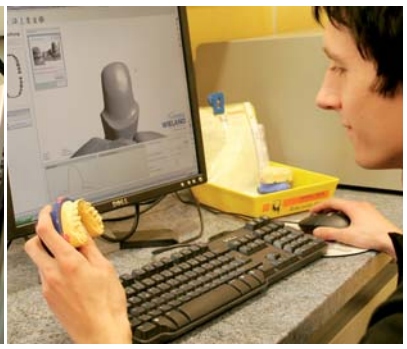

Abb. 5: Fräspartner helfen bis sich eine eigene Fräsmaschine lohnt. – Abb. 6: Der eigene Scanner ist also der logische zweite Schritt.

kontakt.

ZTM Matthias Gürtler
Am Neumarkt 2–4, 01968 Senftenberg
Tel.: 03 57 52/94 01 11
Fax: 0 35 73/87 09 64
E-Mail: info@fraespartner.de
www.fraespartner.de