

„Acteon ist ein dynamisches Unternehmen, das nicht stillsteht“

Hans-Joachim Hoof, Geschäftsführer Acteon Germany, im Interview über den deutschen und osteuropäischen Markt vor und nach der Finanzkrise, neue Trends und alte Blockbuster.

Was vor 26 Jahren mit drei Mitarbeitern in zwei Kellerräumen und einem revolutionären Zahnsteinentferner begann, präsentiert sich heute als erfolgreiches Dentalunternehmen mit einer beeindruckend vielseitigen Produktpalette. Am 1. Januar 1984 wurde die Firmengruppe Satelec-Suprasson, die seit sechs Jahren Acteon Germany heißt, gegründet. Hans-Joachim Hoof ist seit genau 25 Jahren dabei und kennt das Unternehmen in Mettmann als Geschäftsführer wie kein anderer.

Dental Tribune: Herr Hoof, Acteon Germany hat im vergangenen Jahr 25-jähriges Firmenjubiläum gefeiert. Beschreiben Sie uns doch bitte Ihr Unternehmen und die Produktschwerpunkte.

Hans-Joachim Hoof: Als mittelständisches Unternehmen haben wir ein äußerst vielschichtiges Produktsortiment. Das liegt an den diversen Herstellerfirmen, die unter dem Dach der Acteon Gruppe zusammengefasst werden. Die Gruppe ist eigentlich nur die Vertriebsgesellschaft der vier Produzenten Satelec, Sopro, Pierre Rolland und de Götzen.

Die Acteon Gruppe ist in den drei Divisionen Imaging, Equipment und Pharma unterwegs – angefangen von un-



1



2a



2b



3

Abb. 1: 1986 – Hans-J. Hoof Porträt. Satelec-Suprasson hat 4 Mitarbeiter. – Abb. 2a und b: Zeitgemäße Werbung aus dem Jahr 1990. – Abb. 3: 2010 – Hans-J. Hoof, Geschäftsführer der Acteon Germany GmbH.

serem Kerngeschäft Dentalhygiene mit piezoelektrischen Ultraschallgeräten zur Zahnsteinentfernung, Dampfsterilatoren und piezochirurgischen Geräten für die Implantologie sowie den Mini LED-Lampen von Satelec, über die intraoralen Kameras und digitalen Speicherfoliensysteme von Sopro bis hin zu den pharmazeutischen Verbrauchsmaterialien von Pierre Rolland sowie unseren intraoralen Röntgensystemen X-Mind.

Wie sehen Sie Ihre Firma derzeit auf dem deutschen Markt positioniert?

Wir sind mit all unseren Marktsegmenten sehr gut auf dem deutschen

Markt aufgestellt. Wir haben ein tolles, vor Kurzem vergrößertes Vertriebsteam und einen engen Kontakt zum Fachhandel und zu unseren Kunden. Das heißt: Acteon ist immer im Gespräch und nah an der Praxis dran.

Es gibt sicherlich kaum eine andere Firma auf dem Dentalmarkt, deren Produktportfolio so breit gefächert ist wie unsere. Unser Mix aus hochwertigen Investitionsgütern und Verbrauchsmaterialien verschafft uns als Firmengruppe eine relativ gleichbleibende Entwicklungsmöglichkeit, wodurch wir den Wechselwirkungen des Marktes nicht so stark ausgeliefert sind

und auch investieren können, wenn andere Dentalfirmen nur stöhnen.

Welche Produkte laufen in Deutschland besonders gut, bei welchen sehen Sie noch Entwicklungspotenzial?

In Deutschland laufen die Bereiche Zahnsteinentfernung und Polymerisationslampen besonders gut. Hier sind wir seit vielen Jahren anerkannt und etabliert. Im Bereich Sopro sind derzeit die intraoralen Kameras, hier speziell die SoproLIFE-Kamera zur Kariesdiagnostik und -behandlung, ein Renner. Expasyl, das schon seit mehr als zehn Jahren auf dem Markt ist, ist nach wie vor ein Blockbuster.

Was noch nicht so gut von den Zahnärzten angenommen wird, sind unsere Produkte im Bereich der digitalen Bildgebung, also Speicherfoliensysteme und Sensoren. Wir haben hier bislang den Nachteil, dass wir kein Komplettsystem anbieten können, wie das einige unserer Mitbewerber mit Panoramaröntengeräten machen. Aber da sind wir dran.

Der Imaging-Bereich wird ein Schwerpunkt für die nächsten Jahre sein. Durch den Kauf der renommierten Mailänder Firma de Götzen vor einigen Jahren haben wir uns gewissermaßen ins Epizentrum der zahnmedizinischen Röntgentechnologie begeben. Das heißt konkret: Die Acteon Gruppe möchte zum richtungweisenden Allround-Anbieter für hochwertige Dental Imaging-Systeme werden. Und so werden wir im 2. Halbjahr 2010 noch einen digitalen Volumetomografen einführen.

Wie hat sich die Finanzkrise auf ihre Geschäfte ausgewirkt? Sehen Sie positive Signale?

Die Jahre 2008/2009 haben auch unserer Firmengruppe etwas wehgetan. Expansionspläne mussten wir während der Finanzkrise nach hinten schieben. Wir konnten die Acteon Gruppe jedoch auf einem guten Cashlevel halten. Deswegen sind die Firmenakquisitionen nun auch wieder in unser Blickfeld geraten. Acteon ist ein dynamisches Unternehmen, das auf Wachstum setzt und nicht stillsteht – auch oder gerade in Krisenzeiten.

Das Jahr 2010 ist für uns ausgezeichnet angelaufen und wir sehen deutlich positive Marktsignale – nicht nur bei Acteon Germany, sondern auch in der gesamten Firmengruppe.

Seit 1991 ist Acteon Germany auch für den Bereich Osteuropa zuständig. Wie sieht es derzeit auf dem osteuropäischen Markt aus?

Die Jahre 2008 und 2009 liefen in Osteuropa vom Umsatz her nicht besonders gut. Speziell Russland und die Ukraine waren sehr stark von der Finanzkrise betroffen – auf der einen Seite durch die eigentliche Krise, auf der anderen Seite durch eine extrem hohe Abwertung der lokalen Währung. Unsere Produkte sind dort bis zu 30 Prozent teurer geworden. Das ist für einen europäischen Hersteller natürlich schwer zu verkraften, erst recht, wenn das allgemeine Investitionsverhalten in diesen Ländern recht gering ist.

Andererseits zeichnen sich die Emerging Markets dadurch aus, dass sie zwar schnell fallen, aber auch schnell wieder aufstehen. Das erleben wir in diesem Jahr. Wir sind schon fast wieder auf unserem Niveau von Anfang 2008 und für das Gesamtjahr daher optimistisch gestimmt.

Als Geschäftsführer kann man sicherlich nicht immer ein Ohr an der Basis haben. Wie wichtig ist Ihnen die Praxisnähe?

Extrem wichtig. Deswegen versuche ich auch, bei so vielen Fachdental-Messen wie möglich dabei zu sein. Praxisnähe bedeutet für mich, dass ich als Geschäftsführer nicht nur informiert bin, sondern auch jederzeit mit anpacke und das Vertriebsteam unterstütze. So stehe ich den Messebesuchern regelmäßig als Gesprächspartner zur Verfügung. Ich demonstriere die neuesten Produkte und verkaufe dabei auch das ein oder andere Gerät.

Wenn Sie alle Produkte von Acteon so gut kennen, welches ist Ihr derzeitiges Lieblingsprodukt?

Ehrlich? Eigentlich alle! Die SoproLIFE-Kamera finde ich zum Beispiel absolut faszinierend. Sie liefert im Fluoreszenzmodus unglaubliche Bilder der kariösen Zahnbereiche und ist dabei ein einfaches und effizientes Tool für die Praxis. Ein weiteres Lieblingsprodukt von mir: unsere neue Mini LED SuperCharged mit LEDs der 5. Generation, die mit bis zu 3.000 mW/cm² alle Komposite in nur drei Sekunden lichterhärten kann.

Wie wichtig ist der deutsche Markt für die Ideen- und Produktschmiede in Frankreich?

Deutschland ist der größte Markt in Europa, der zweitgrößte Markt der Welt, und der deutsche Markt ist für sein hohes Niveau bekannt. Insofern schaut man in Frankreich immer danach, was sich bei uns gerade abspielt und was es für neue Produkte gibt, besonders bei Hightech-Geräten. Wir haben einige Produkte bei Acteon, die nur aufgrund der Bedürfnisse des deutschen Marktes entwickelt wurden, beispielsweise das Piezotome, oder die Entwicklung der SoproLIFE.

In diesem Zusammenhang möchte ich den 16 internationalen Ingenieuren, die in Frankreich in der Forschungs- und Entwicklungsabteilung von Acteon stehen, ein deutliches Lob aussprechen. Dort gibt es keine Ruhepause. Und dieser kurze Innovationszyklus, an den sich auch schon der deutsche Fachhandel und die Zahnärzte gewöhnt haben, macht unsere Arbeit immer wieder spannend. Kurz: Acteon ist und bleibt aktiv!

Herr Hoof, vielen Dank für dieses Gespräch.

ZWP online
Weitere Informationen auf www.zwp-online.info

ANZEIGE

ERFAHRUNG MACHT DEN UNTERSCHIED.



LASERZAHNMEDIZIN Curriculum

Modul II

17.09.-18.09.2010 LANDSHUT

Zertifizierte Weiterbildung in Zusammenarbeit mit der SOLA unter der wissenschaftlichen Leitung von Dr. Manfred Wittschier:

- 2 Tage-Intensivkurs basierend auf Modul I
- Hospitation beim Einsatz am Patienten (verschiedene Laser)
- Live-Übertragung von Therapien, Hands-on Training
- Zertifikat „Curriculum Laserzahnmedizin DZOI/SOLA“ nach bestandener Prüfung

„Schneller und kompakter gelingt der Einstieg in die Implantologie woanders kaum!“

IMPLANTOLOGIE Curriculum

27.09.-03.10.2010 GÖTTINGEN

Drei Gründe, warum immer mehr Kollegen ihr Curriculum Implantologie beim DZOI machen:

- **Dezentrale Chairside Teaching-Praxis**
... praktische Ausbildung in einer Teaching-Praxis eines Kollegen ganz in Ihrer Nähe. Die Termine stimmen Sie selbst mit der Praxis ab!
- **Blockunterricht**
... konzentrierter Unterricht – 7 Tage an der Universität Göttingen!
- **Testbericht**
... weil die ZWP-Zahnarzt-Wirtschaft-Praxis in ihrem großen Curricula-Vergleichstest festgestellt hat:

213 Fortbildungspunkte



Informationen und Anmeldung:
Deutsches Zentrum für orale Implantologie e.V.

Rebhuhnweg 2 | 84036 Landshut

Tel.: 0 871.66 00 934 | Fax: 0 871.96 64 478 | office@dzo.de | www.dzo.de