

## Wir sind nur dann erfolgreich, wenn unsere Kunden Erfolg haben

Der mittelständische Dentalfachhandel dental 2000 Full-Service-Center feiert im Herbst dieses Jahres sein 20. Firmenjubiläum. Die beiden Inhaber Lutz Dobermann und Klaus Scheiding standen der DENTALZEITUNG *today* für ein Interview anlässlich des 20. Geburtstages von dental 2000 zur Verfügung.

**Herr Scheiding, Herr Dobermann, Sie haben kurz nach der Wende gemeinsam die jena dental GmbH gegründet. Wie waren die Marktbedingungen zu dieser Zeit?**

*Lutz Dobermann:* Die Nachfrage der Zahnärzte und Zahntechniker 1990 war gewaltig. In der DDR waren die meisten Zahnärzte in Polikliniken tätig, neue Praxisgründungen gab es so gut wie gar nicht. Im Zuge der Wende gründeten viele Zahnärzte eine eigene Praxis, was uns natürlich einen optimalen Start verschaffte.

*Klaus Scheiding:* Wir haben beide an der Universität Jena im Bereich Medizintechnik gearbeitet und waren oft in der Zahnklinik tätig. Dadurch hatten wir im Vorfeld sehr gute Kontakte zu einigen unserer jetzigen Kunden. Unser Wunsch zur Selbstständigkeit bestand schon in den 80er-Jahren. Im Jahr 1990 konnten wir nun unseren Traum erfüllen. Unser Vorteil war, dass wir die Niederlassungsphase der Zahnärzte miterlebten und so die Entwicklung am Markt richtig einschätzen konnten.

**dental 2000 in seiner heutigen Form entstand aus einem Zusammenschluss Ihrer Firma jena dental und dem ehemaligen**



Klaus Scheiding und Lutz Dobermann, Inhaber des Dentalfachhandels dental 2000 Full-Service-Center.

**Leipziger Versorgungsdepot Dental 2000. Welche Vorteile barg der Zusammenschluss für beide Unternehmen?**

*Klaus Scheiding:* Um die Lieferfähigkeit von jena dental zu erhöhen, war es uns wichtig, einen guten Lieferanten zu finden, der uns in unserer Entwicklung nicht hemmt, sondern fördert. Durch den Zusammenschluss mit Dental 2000 konnten wir unsere Kunden über die DENTAL-UNION beliefern. Deren Zentrallager ist deutschland-, wenn nicht sogar europaweit, eines der modernsten und leistungsfähigsten.

*Lutz Dobermann:* Uns war klar, dass wir eine gewisse Größe erreichen

müssen, um optimale Bedingungen für die Belieferung unserer Kunden zu bekommen. Der Vorteil des Zusammenschlusses war natürlich, dass wir die Effizienz beider Firmen erhöhen konnten. Wir sind sehr zufrieden mit der Entwicklung und den erreichten Ergebnissen. Der Zusammenschluss ist ein wichtiger Schritt in unserer Unternehmensentwicklung gewesen.

**Wie haben Sie die letzten 20 Jahre erlebt – was ist Ihrer Meinung nach wichtig, um so lange erfolgreich am Markt bestehen zu können?**

*Lutz Dobermann:* Einer der Haupterfolgsfaktoren sind unsere Mitarbei-

ter. dental 2000 lebt von deren Flexibilität und Engagement. Gegenüber unseren Kunden verhalten wir uns berechenbar und zuverlässig. Wir wollen nicht schnellen Profit erwirtschaften, sondern suchen die langfristige Zusammenarbeit. dental 2000 wird vom mittelständischen Grundgedanken und den Erfahrungen der letzten 20 Jahre getragen. Wir wissen, dass wir nur dann erfolgreich sind, wenn auch unsere Kunden erfolgreich sind. Die Strategie, Qualität und Dienstleistungen auf einem hohen Niveau anzubieten und immer offen gegenüber unseren Kunden zu sein, hat uns 20 Jahre Erfolg gebracht.

*Klaus Scheiding:* Zahnarztpraxen und Dentallabore und ein großer Teil unserer Lieferanten sind genau wie wir mittelständisch organisiert. Wir sprechen somit eine gemeinsame Sprache und stehen auf der gleichen Ebene, was einen Teil des Erfolgs ausmacht.

**Was schätzen Ihre Kunden an der Zusammenarbeit mit dental 2000?**

*Lutz Dobermann:* Wir stellen höchste Ansprüche an Qualität und Leistung. Perfekter Komplettservice für unsere Kunden ist das Ziel unseres

Handelns. Durch die sehr gute Logistik und Warenvelfalt des Zentrallagers der DENTAL-UNION sind wir in der Lage, unsere Kunden nach ihren Bedürfnissen optimal zu beliefern.

*Klaus Scheiding:* Mit unserer Eigenmarke Omnident bieten wir unseren Kunden Produkte mit einem sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis an.

**Welche Pläne haben Sie mit dental 2000 in den nächsten Jahren?**

*Lutz Dobermann:* Wir möchten das Potenzial unserer Standorte nutzen, um uns weiterzuentwickeln. Momentan sind wir dabei, die internen Abläufe effektiver zu organisieren. Im technischen Kundendienst wollen wir unseren Kunden noch mehr Dienstleistungen anbieten. Ziel ist es, die Zahl der Notreparaturen über geregelte Wartungsintervalle drastisch zu verkleinern.

*Klaus Scheiding:* Die Geräte, mit denen unsere Kunden arbeiten, werden ständig weiterentwickelt. Die logische Konsequenz ist, dass auch unser Kundendienst dementsprechend geschult wird. Diese Prozesse wollen wir über strukturiertere Abläufe und die Einführung neuer Techniken integrieren.

## Mit Business Cards haben Zahnärzte mehr Zeit fürs Kerngeschäft

Zahnärzte müssen als Grundlage ihrer Arbeit regelmäßig kostspielige Materialien erwerben. Mit den Business Cards von American Express kann der Einkauf vereinfacht werden. Der Zahnarzt sammelt darüber hinaus Bonuspunkte und erhält eine Reihe von Service- und Versicherungsleistungen.

■ (AE) - Teure Materialanschaffungen und ein hoher Abrechnungsaufwand gehören für viele Zahnmediziner zum Alltag. Die Business Cards von American Express erweitern finanzielle Spielräume und ermöglichen Zeit- und Kosteneinsparungen, denn bei einer Vielzahl von Laboren und Depots wichtiger Dentallieferanten in Deutschland kann mit American Express bezahlt werden. Erstmals in Deutschland wurde damit eine branchenspezifische Lösung zur Optimierung von Zahlungsströmen in Zahnarztpraxen und Laboren geschaffen.

**Nicht ausschließlich für große Investitionen**

Aber nicht nur bei der Beschaffung von Betriebsmitteln und Einrichtungen kommt American Express zum Einsatz, sondern auch beim Einkauf von Hard- und Software oder Büromaterialien, bei

der Buchung von Reisen und der Bezahlung von Getränke- und Kurierdiensten. „Zahnärzte sparen mit den Business Cards von American Express Zeit

und Geld, denn der Zahlungsverkehr mit Lieferanten wird automatisiert. So können sie sich besser auf ihre eigentliche Aufgabe, die Patientenversorgung, konzentrieren“, erklärt Oliver Haberstroh, Vice President Small Business Services, Customer Acquisition & Partnerships bei American Express.

**Durch verlängertes Zahlungsziel den finanziellen Spielraum erhöhen**

Kernvorteil der Lösung ist ein um bis zu 28 Tage verlängertes Zahlungsziel. Das Business Card Mitglied berechtigt seine Geschäftspartner einmalig zum Zahlungsverkehr. American Express übernimmt die Abwicklung und schreibt dem Lieferanten den Rechnungsbetrag zum vorher vereinbarten Termin gut. Das Firmenkonto des Zahnarztes wird jedoch erst bis zu 58 Tage nach Erstellung der Kartenabrechnung durch American Express belastet. Die Praxis gewinnt an Liquidität.

**Teilnahme am Bonusprogramm sowie Service- und Versicherungspaket inklusive**

Die Teilnahme am Bonusprogramm „Membership Rewards“ von American Express ergänzt das Leistungspaket der Business Cards. Allein durch Änderung der Zahlungsmethode sammeln Karteninhaber mit jedem Euro Umsatz Bonuspunkte, die in Sach- und Erlebnisprämien, Flüge und komplette Reisen eingelöst werden können.

American Express übernimmt die Pauschalversteuerung des geldwerten Vorteils. So können Membership Rewards Punkte auch privat genutzt werden. Die durchschnittlichen Ausgaben eines Zahnarztes von etwa 10.000 Euro pro Monat summieren sich in kurzer Zeit auf 100.000 Punkte, die beispielsweise gegen zwei Interkontinentalflüge eingelöst werden können.

Business Card Mitglieder profitieren darüber hinaus von Sonderkonditionen und Services bei vielen Lieferanten, Dienstleistern und Vertragspartnern sowie einer 24-Stunden-Verfügbarkeit der Service-Hotline. Für Reisebuchungen zu speziellen Tarifen steht

der BUSINESS Plus Reise-Service zur Verfügung.

Zahnärzte können unter drei Varianten die für sie passende Karte auswählen: Business Card, Business Gold Card und Business Platinum Card. Sie unterscheiden sich hinsichtlich Zahlungsziel, Service- und Reiseleistungen sowie enthaltenem Versicherungspaket. Weitere Informationen sowie eine Akzeptanzstellen-Übersicht für den Dentalbereich unter:

[www.americanexpress.de/dental](http://www.americanexpress.de/dental)

Informieren Sie sich am Messestand von American Express hier auf der NordDental! ◀



**American Express Services Europe Limited**

Zweigniederlassung Frankfurt am Main

Theodor-Heuss-Allee 112

60486 Frankfurt am Main

Tel.: 0 69/97 97-10 00

Fax: 0 69/97 97-15 00

[www.americanexpress.de/dental](http://www.americanexpress.de/dental)

**Stand: H17**

# Zuverlässig

Kreative Innovationen, durchdachtes Design, bleibende Integrität: A-dec 500® stützt sich auf eine Jahrzehnte lange Zusammenarbeit mit Zahnärzten in aller Welt. Ob es Ihnen auf die nahtlose Integration von Technologien oder die außergewöhnliche Ergonomie eines durchdachten Designs ankommt – Sie können sich einer hohen Zuverlässigkeit und konstanten Nutzungsfreundlichkeit sicher sein.

In einer Welt, die Verlässlichkeit verlangt, bietet A-dec eine solide Lösung ohne jegliche Kompromisse.



**a dec**<sup>®</sup>  
reliablecreativesolutions

Behandlungsstühle  
Zahnarztelemente  
OP-Lampen  
Schränke  
Handstücke  
Wartung

Weitere Informationen erhalten Sie von Ihrem örtlichen A-dec-Vertragshändler oder kontakt Eurotec Dental GmbH, Tel.: 02131 - 133 34 05, Fax: 02131 - 133 35 80, email: [info@eurotec-dental.info](mailto:info@eurotec-dental.info).

©2010 A-dec® Inc.  
Alle Rechte vorbehalten.