

# 30 Jahre ALPRO MEDICAL: Dank einer Lücke zum weltweiten Systemanbieter

Ein Beitrag von Christin Bunn

**INTERVIEW** /// Nicht selten entstehen die besten Ideen aus einem Mangel heraus. So auch im Falle von ALPRO MEDICAL. Ein desinfizierendes 2-Phasen-System für die Reinigung zahnärztlicher Absauganlagen gab es im Jahr 1989 ganz einfach nicht, die Nachfrage jedoch war da – folglich nahm man die Entwicklung eines solchen Produkts selbst in die Hand. Was als damalige „Heimproduktion“ begann, nahm schnell Fahrt auf, Kunden dürfen sich heute über mehr als hundert Produkte freuen. Ein Businessinterview mit Geschäftsführer Alfred Hogeback über die Anfänge einer Erfolgsgeschichte, steten Pioniergeist und die immer benötigte Prise Kreativität im Bereich der Infektionskontrolle.



1 Doppeljubiläum – nicht nur ALPRO MEDICAL blickt auf 30 erfolgreiche Jahre, auch Gründer und Geschäftsführer Alfred Hogeback ist seit drei Jahrzehnten dabei und hat das Unternehmen maßgeblich geprägt.

**Herr Hogeback, ALPRO MEDICAL feierte vergangenes Jahr 30. Jubiläum. Was sind Ihre Erinnerungen an die Anfänge?**

Die Anfänge habe ich in ausschließlich positiver Erinnerung, vor allem ein hohes Maß an Motivation und Kreativität fällt mir dazu ein. Man hatte eine Idee und ver-

suchte, diese natürlich umzusetzen. Kunden mussten von unserer Vision und von den Produkten überzeugt werden – und hier gab es nicht Trial-and-Error, denn wir hatten ja nur zwei! Besonders die im Vorfeld über Jahre hinweg bereits aufgebauten Kontakte kamen uns dabei sehr zugute. Alles fing damals übrigens in einer Garage an – unser erstes Produkt Alpro-Jet habe ich noch selbst angemischt. Eine absolut einmalige und prägende Zeit.

**Wie ist ALPRO derzeit aufgestellt, können Sie uns ein paar Eckdaten nennen?** Aber gern. Alles begann vor 30 Jahren mit fünf Mitarbeitern und zwei Produkten. Heute sind es fast 90 Mitarbeiter und über 100 Produkte bei einem Umsatz von 14 Millionen Euro pro Jahr. Im Bereich Dental, wenn man (auch unter Berücksichtigung der aktuellen GfK-Zahlen) alles zusammenrechnet, sind wir im Bereich Hygiene Dental Marktplayer Nummer zwei. Das Wort Erfolgsgeschichte trifft auf ALPRO folglich sehr gut zu.

**Wie hat sich Ihr Unternehmen in den letzten drei Jahrzehnten verändert? Inwieweit wurde durch Anpassungen und**

**Weiterentwicklungen auf die zahnärztlichen Bedürfnisse reagiert?**

Schon immer haben wir uns an den Bedürfnissen des Zahnarztes orientiert. So gelingt es uns, Produkte zu entwickeln, über deren Notwendigkeit und Richtungsweisung wir bereits im Vorfeld mit Anwendern und Industriepartnern gesprochen haben. Das Thema Aldehyd-Freiheit war uns z.B. von Anfang an sehr wichtig, so dass wir eines der ersten Unternehmen überhaupt waren, die aldehydfreie Produkte anbieten konnten. Gleiches gilt für phenolfreie Produkte. Unser Erfolgsgeheimnis? Zuhören. Das ist heute noch eine unserer unschlagbarsten Eigenschaften!

Gesetzliche Bestimmungen und behördliche Aspekte beziehen wir in alle Überlegungen selbstverständlich mit ein – das betrifft nicht nur Deutschland und Europa, sondern viele Länder dieser Welt, in denen wir mittlerweile vertreten sind. Gesetzlichen Neuerungen versuchen wir dabei immer einen Schritt voraus zu sein und unsere Produkte entsprechend aufzustellen. Dies zu kompensieren unterscheidet uns vom Wettbewerb. Natürlich sind auch wir nicht vor Nachahmungen



2

**Abb. 2:** Das Betriebsgelände in St. Georgen umfasst Räumlichkeiten für Forschung & Entwicklung, Produktion, Verwaltung, Marketing und Vertrieb. Auch ein großzügiges Schulungszentrum findet sich direkt vor Ort.

geschützt, aber das vergleiche ich gern mit dem Kochen: Trotz gleicher Zutaten bei einem Gericht gibt es zum Teil große Unterschiede zwischen den Restaurants. Auf die Feinheiten kommt es an!

Die 30 ist auch für Sie kennzeichnend, schließlich leiten Sie das Unternehmen von Beginn an. Welche Grundsätze haben Sie als Geschäftsführer?

Die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter hat bei uns einen sehr hohen Stellenwert, denn ohne ein entsprechend qualifiziertes Team kann meiner Meinung nach heute kein Unternehmen mehr geleitet werden. Man muss auch Verantwortung abgeben, das Team an der Entwicklung teilhaben lassen, sonst ist man Alleinherrscher – und das will und wollte ich nie sein. Auch für die Weiterentwicklung eines Unternehmens sind die Forderung und Förderung der Mitarbeiter und das Miteinander auf Augenhöhe unabdingbar – nur so entsteht die benötigte Kreativität für Fortschritt.

Dass unsere Personalphilosophie funktioniert, zeigt sich auch am Außendienst. Unsere Herren sind bei niedergelassenen Zahnärzten und dem Handel als versierte Ansprechpartner sehr gefragt. Und kamerseitig wird unser Außendienstteam gern für Schulungen engagiert, weil es „aus der Praxis“ berichten kann. Skills, auf die wir stolz sind.

„made in Germany“ – ein Qualitätsmerkmal Ihres Hauses. Bitte geben Sie uns einen kurzen Einblick in Forschung, Entwicklung und Produktion.

„made in Germany“ ist für uns nicht nur ein Qualitätsstandard, sondern heißt für ALPRO insbesondere auch, eine möglichst hohe Produktionstiefe zu erreichen. Wir forschen und schauen, in welche

Richtung ein Produkt gehen sollte, dann folgt die Entwicklung – Praktikabilität und Materialkompatibilität sind dabei die primär relevanten Faktoren, erst danach hinterfragen wir die Wirksamkeit. Am Ende produzieren wir dann die fertige Komposition. Dank dieses Schemas „Suchen nach Nischen“ ist es uns gelungen, in den letzten 30 Jahren eine Vielzahl an Produkten zu entwickeln, die es so vorher ganz einfach nicht gab.

ALPRO ist nicht nur feste Größe im Dentalbereich, sondern bedient seit 2006 auch andere Geschäftsfelder. Bitte geben Sie uns einen Überblick.

Unsere Produkte entwickeln wir primär für den zahnmedizinischen Bereich, aber auch die Allgemeinmedizin hat in einigen Produktbereichen identische Anforderungsprofile. So ergab sich als logische Konsequenz, dass ALPRO Fuß in der Allgemeinmedizin fassen konnte, konkret in den Bereichen Endoskopie, HNO-Heilkunde und Podologie. Ein Beispiel: Im Segment der Endoskopie (darunter fallen beispielsweise die flexiblen Endoskope in der Gastroenterologie) werden für die Reinigung Spezialprodukte benötigt, die einerseits materialverträglich sind und andererseits eine hohe Reinigungswirkung haben, ohne dabei das Endoskop zu beschädigen. Eine Gratwanderung, denn bisher musste die Vorreinigung manuell per Bürste erfolgen – mit entsprechendem Reinigungsergebnis. Dank einer Innovation, die gerade in den Endzügen steckt (Langzeittest), wird es zukünftig möglich sein, den Arbeitsschritt der manuellen Vorreinigung – mit der Bürste – von endoskopischen Instrumenten bei gleich guten oder sogar besseren Ergebnissen einzusparen. Dies schont die Innenflächen, erhöht die Lebensdauer der

# INSTRUMENTE SCHÄRFEN IST GESCHICHTE

- \* INEFFEKTIV
- \* ZEITAUFWÄNDIG
- \* VERLETZUNGSANFÄLLIG



## RAUS AUS DER STEINZEIT!

Wechseln Sie jetzt zur revolutionären  
**XP Technology®** für langanhaltende  
überwältigende Leistung ohne schärfen  
zu müssen.



American Eagle  
INSTRUMENTS®

www.am-eagle.de | 06221 43 45 442

**YOUNG™**  
INNOVATIONS





**Abb. 3–5:** „made in Germany“ ist für ALPRO nicht nur ein Qualitätsstandard, sondern steht für eine möglichst hohe Produktionstiefe. Die Zukunft im Blick, hat das Unternehmen im Jahr 2019 7.000 m<sup>2</sup> Grund dazu gekauft, sodass weiterem Wachstum nichts im Wege steht.

Instrumente und spart natürlich deutlich personelle Kapazität.

Lassen Sie uns zurück zur Dentalsparte kommen. Die AlproJet-Produktlinie war das erste 2-Phasen-System für die Reinigung von zahnärztlichen Absauganlagen auf dem Markt und zugleich das erste Produkt von ALPRO überhaupt.

Welche Eigenschaften machen das Produkt damals wie heute so beliebt?

Die Entstehungsgeschichte von AlproJet ist eine schöne und nimmt ihren Ursprung in den frühen Jahren meiner Ausbildung. In der Food Industrie, zu der auch die Chemie gehörte, hatte ich das große Glück, schon damals an Produktionsprozessen teilhaben zu dürfen und lernte

u. a. auch das Thema pH-Verschiebung in Aufbereitungsprozessen kennen. Die Anwendung unterschiedlicher pH-Werte wurde schon damals, beispielsweise bei der Reinigung von Brauanlagen eingesetzt.

Bei der Reinigung musste damals wie heute eine gute Sauberkeit der Rohrleitungssysteme erzielt werden. Als ich dann später im Dentalbereich tätig und auf Kundenbesuch war, konfrontierte mich ein Zahnarzt mit einem Problem, für das ich in meiner damaligen Position nicht zuständig war. Er hatte Probleme mit den Absaugschläuchen seiner Einheit und der Reinigung des Separierzylinders, denn sein bisher genutztes Reinigungsprodukt funktionierte nicht. Ich erinnerte mich an das Thema pH-Verschiebung, und nach der Selbstständigkeit nahm die Entwicklung ihren Lauf. Noch heute bezeichne ich mich selbst gern als Vater der 2-Phasen-Reinigungs-Technologie (lacht) im Bereich medizinischer Absauganlagen. Aber ohne unseren Entwicklungsleiter wäre es natürlich nicht gegangen.

Welche Bereiche bzw. Produkte betrachten Sie grundsätzlich als prominent? Haben Sie „Bestseller“?

Ganz klar, natürlich die eben erwähnte AlproJet-Serie. Marktführer sind wir außerdem mit unserer WL-Serie – unserem bakteriziden, fungiziden und viruziden Komplettsystem zur manuellen Aufbereitung zahnärztlicher Übertragungsinstrumente. Das hat in dieser perfekten Form kein anderer Marktteilnehmer! Auch mit unserem Produkt Alpron Bilpron sind wir seit 20 Jahren Vorreiter. Dies sind Lösungen zum Entkeimen von Behandlungswasser sowie zur Verhinderung der Bildung von Biofilm in Betriebswasserwegen von zahnärztlichen Behandlungseinheiten. Dank des eigens entwickelten BRS-Verfahrens (Biofilm-Removing-System) ist es möglich, organische/anorganische Biofilm- und Mineralablagerungen wirksam, reproduzierbar und ohne Verstopfung zu entfernen. Auch in dem Bereich haben wir ein klares USP.



**Abb. 6–9:** Produkte im Wandel: Die AlproJet-Produktlinie war das erste 2-Phasen-System für die Reinigung von zahnärztlichen Absauganlagen auf dem Markt und zugleich das erste Produkt von ALPRO überhaupt.

Blicken wir zu guter Letzt auf Gegenwärtiges. Im Sommer letzten Jahres wurde die Geschäftsführungsebene durch

... und heute.



8



9

Herrn Markus Klumpp wieder komplettiert. Wie gestaltet sich die neue Zusammenarbeit?

Markus Klumpp ist ein würdiger Nachfolger für Hendrik Helmes, den wir uns bewusst ausgesucht haben. Für ihn sprach ganz klar seine hohe berufliche Qualifikation. Ein kleiner Exkurs: Kollege Klumpp arbeitete, nach dem Studium an der TU Stuttgart im Bereich der Technischen BWL, 10 Jahre als Unternehmensberater bei Arthur Andersen und später bei Deloitte Consulting. Hier war er in den Bereichen Finanzen, Controlling und Data Warehousing tätig. Anschließend hatte er Führungspositionen in der Ton-/Medienbranche und der metallverarbeitenden Industrie.

Die Zusammenarbeit unter der neuen Führungsspitze läuft seit letztem Jahr ganz ausgezeichnet. Herr Klumpp hat nicht nur die Aufgabenbereiche von seinem Vorgänger übernommen, ebenso auch, gemeinsam mit unserem neuen Betriebsleiter, die Themen Controlling sowie Fertigungsoptimierung im Blick.

Was kommt nach der 30, worauf dürfen sich Nutzer zukünftig freuen?

Aktuell beschäftigen wir uns sehr intensiv mit dem Thema der Umsetzung der neuen Medizinprodukterichtlinie von MDD auf MDR. Das bedeutet für jedes Unternehmen unheimlich großen Aufwand an Software, Neuanschaffung von Hardware und der Einstellung von Personal. Viel Hintergrundarbeit und Bürokratie sind zu erledigen. Bereits im November 2019 haben wir mit der Umstellung auf die MDR begonnen und sind damit eine der ersten Firmen weltweit, die das Thema MDR angegangen haben. Aktuell erwarten wir

DENTALWELT

das Zertifikat für die ersten Produkte. Nebenbei tragen wir natürlich auch der Weiterentwicklung unserer Produkte Verantwortung.

Sicher werden wir uns auch weiter entwickeln. Hierzu haben wir noch in 2019 7.000 m<sup>2</sup> Grund dazugekauft, so steht einer Expansion nichts entgegen.

Wo wird die Reise im Dentalbereich Ihrer Meinung nach hingehen?

Das ist eine gute Frage, denn die Branche hat sich stark verändert. Der Handel geht im Bereich Verbrauchsmaterialien immer mehr in Richtung eCommerce. Wir als Industrieteilnehmer müssen uns folglich den Marktgegebenheiten anpassen, was nicht immer einfach ist. Hinzu kommt, dass der Handel nicht mehr die Funktion hat, die er früher einmal hatte (u.a. Einführen von unseren Produkten) bzw. nicht mehr haben will. Wir bemühen uns hier aber nach wie vor um einen bestmöglichen Schulterschluss mit dem stationären Handel. Für uns bedeutet das neue Modell des Fachhandels im Umkehrschluss, dass wir selbst viel näher an unseren Kunden dran sein möchten und müssen, um Betreuung, Einführung neuer Produkte und den Servicegedanken adäquat sicherzustellen. Es bleibt weiterhin spannend, und es ist abzuwarten, wie sich der Dentalmarkt in den kommenden Jahren (weiter)entwickeln wird.

### INFORMATION ///

#### ALPRO MEDICAL GMBH

Mooswiesenstraße 9  
78112 St. Georgen  
Tel.: 07725 9392-0  
info@alpro-medical.de  
www.alpro-medical.de

Infos zum Unternehmen



ANZEIGE

# ivoris<sup>®</sup> dent

die kraftvolle Zahnarzt-Software

Effizienz  
mit  
Leichtigkeit



## DentalSoftwarePower

Mit ivoris<sup>®</sup> kraftvoll durchstarten:

- frei definierbare Messfolgen
  - bis zu 10 Messstellen pro Zahn
  - Eingabereihenfolge individuell festlegbar
  - asymmetrische Eingabe der Messwerte möglich
- Erfassung von Rezession oder Attachment
- Risikobeurteilung nach Lang & Tonetti
- optische Hervorhebung der tiefsten Messstelle

Telefon: 03745 7824-33 | info@ivoris.de

Weitere Informationen finden Sie unter: [ivoris.de](http://ivoris.de)

[facebook.com/Computer.konkret.AG](https://facebook.com/Computer.konkret.AG)