

INTERVIEW // Die Henry Schein Deutschland GmbH hat seit Beginn 2019 mit Stefan Heine einen vielseitig erfahrenen neuen Geschäftsführer. Im exklusiven Gespräch blickt Heine auf seine erste Zeit im Unternehmen zurück, auf die Herausforderungen des Unternehmens während der Corona-Krise und die Unterschiede zwischen der Pharmaindustrie und dem Dentalmarkt.

„WIR WOLLEN UNSERE KUNDEN BEGEISTERN“

Stefan Thieme / Leipzig

Herr Heine, Sie sind seit mehr als einem Jahr als Geschäftsführer von Henry Schein in Deutschland tätig – Wie waren die „ersten“ Eindrücke bis dato?

Das erste Jahr bei Henry Schein war bemerkenswert: Dass ich 2019 und damit in einem Jahr mehrerer großer Dentalevents gestartet bin, hat mich in besonderer Weise in die Branche eingeführt – und auch beflügelt. Angefangen von unserer Nationalen Vertriebstagung (NVT) über die IDS 2019 bis hin zu unserem Gründer Camp.

Diese Formate boten mir eine wunderbare Plattform, zahlreiche Kontakte zu knüpfen – zu Kunden, zu Mitarbeitern, zu Herstellern und auch zu Pressevertretern –

Abb. 1: Business Unit Manager Stefan Thieme (links), OEMUS MEDIA AG, sprach mit dem Geschäftsführer Stefan Heine, Henry Schein Deutschland GmbH, am Unternehmensstandort in Langen über seinen Werdegang und die Herausforderungen in der Corona-Zeit für das Unternehmen und die Dentalbranche im Allgemeinen.



und so im Unternehmen anzukommen. Der besonders herzliche Empfang, der mir bei meinem Einstieg von den Mitarbeitern entgegengebracht wurde, und die durchweg spürbare Akzeptanz sind eine weitere große Bestätigung.

Zudem bin ich anfangs in die Regionen gereist, um mich mit zahlreichen Außendienstmitarbeitern, Technikern und Kunden auszutauschen und das Geschäft vor Ort kennenzulernen. Das war eine unglaublich wichtige und wertvolle Erfahrung.

Und dann kam Corona – eine herausfordernde Zeit für unsere Wirtschaft, aber auch unsere Dentalbranche. Wie erleben Sie diese Zeit?

Es war eine ungewöhnliche Zeit, die wir in den letzten Wochen und Monaten erlebt haben. Eine genauso ungewöhnliche Zeit liegt aber auch noch vor uns. Jeder hat die Auswirkungen dieser Krise zu spüren bekommen, privat wie auch beruflich.

Für Henry Schein, als Partner von Tausenden Zahnarztpraxen und Dentallaboren in Deutschland und weltweit, ist dies eine besonders herausfordernde Situation aufgrund von Lieferengpässen und der weltweit gestiegenen Nachfrage in einigen Produktbereichen, wie Mund-Nasen-Schutz, Masken, Handschuhe und Desinfektionsmitteln. Das liegt zum einen an einem überdurchschnittlich hohen Bedarf, zum anderen an den weltweit herrschenden Exportrestriktionen und einer eingeschränkten Produktion. Zeitweise konnten wir den vorhandenen Bestand nur durch Rationierung gerecht an unsere Kunden verteilen.

Auf globaler Ebene sind wir Mitgründer des Pandemic Supply Chain Network (PSCN) und nehmen in diesem Bereich eine federführende Rolle ein. Darüber hinaus sind wir kontinuierlich im Austausch mit Industriepartnern und globalen Gesundheitsorganisationen wie der Weltgesundheitsorganisation (WHO), um Lieferketten effizienter zu gestalten. Auf nationaler Ebene arbeiten wir dazu eng mit den entsprechenden Verbänden und Länderkammern zusammen. Und natürlich helfen wir auch aktiv dabei, die Verbreitung des Coronavirus einzudämmen. Wo immer möglich, arbeiten unsere Henry Schein-Teammitglieder im Homeoffice.

In welchen Bereichen haben Sie zu Beginn der Krise besonders gespürt, dass die Kunden Ihre Unterstützung benötigen?

Uns ist es besonders wichtig, dass unsere Kunden – wo immer möglich – ihren Praxisbetrieb fortführen können. Vor allem der Technische Service ist stark nachgefragt. Unsere 380 Techniker sind kontinuierlich für unsere Kunden im Einsatz. Natürlich immer unter Berücksichtigung der entsprechenden Hygienemaßnahmen. Und wir haben es ermöglicht, dass gerade Wartungen, die im alltäglichen Praxisbetrieb zeitlich nach hinten rutschen, vorgezogen wurden, damit unsere Kunden bestmöglich vorbereitet sind, wenn der Normalbetrieb wieder anläuft. Auch per Ferndiagnose können wir während dieser Zeit weiterhelfen: Liegt eine Störung an einem Gerät vor, welches per Remote mit einem Henry Schein-Spezialisten oder -Techniker verbunden ist, können wir zeitnah reagieren. Auch im Hygienebereich haben wir vermehrt gespürt, dass Kunden unsere langjährige Expertise zu schätzen wissen.

Die Liquidität ist nach wie vor ein großes Thema für Zahnarztpraxen und Dentallabore. Wir haben dahingehend unser Angebotsportfolio erweitert und zusammen mit Finanzpartnern ein „Geld-zurück-Darlehen“ konzipiert. Kunden können sich mit diesem Darlehen ein Stück Liquidität zurückholen und verschaffen sich einen kleinen finanziellen Aufschub.

Zu guter Letzt wurden die vielen hilfreichen Informationen auf unserem Coronavirus-Informationsportal – abrufbar auf www.henryschein-dental.de/coronavirus – dankbar von unseren Kunden angenommen.

Auch die Corona-Krise zeigt, dass Wandel und Adaption wichtig sind. Gerade die Veränderungen des Dentalfachhandels wurden in den ersten Monaten des Jahres viel thematisiert. Wie sollte ein Unternehmen wie Henry Schein Ihrer Meinung und Erfahrung nach reagieren, um diesem Wandel gewachsen zu sein und ihn aktiv mitzugestalten?

Das ist eine sehr spannende Frage, zumal Wandel in vielen Kontexten als etwas Bedrohliches wahrgenommen wird, dem man sich entziehen könnte. Dabei sind Veränderung und Wandel unabdingbare

Phänomene und noch dazu ganz und gar nichts Neues. Wandel ist also eine alte Gewissheit und Notwendigkeit, um den immer wieder neuen Anforderungen gerecht zu werden. Was jetzt neu daran ist, ist die Geschwindigkeit, mit der sich etwas verändert. Denn das Tempo hat rasant angezogen. Frühere Entwicklungszyklen waren wesentlich länger. Damit war es in der Vergangenheit einfacher, dem Wandel zu begegnen und Schritt zu halten. Heute geht es in atemberaubender Geschwindigkeit von einer Neuerung zur nächsten. Das machen der digitale Workflow und die Entwicklung der neuesten Generation von Intraoralscannern mehr als deutlich. Die Möglichkeiten, die sich aus diesem Wandel für Patienten ergeben, sind gigantisch.

Unsere Aufgabe als Henry Schein ist es daher, nicht nur unsere Mitarbeiter für die gestiegene Geschwindigkeit fit zu machen, sondern auch die Kunden in diesem Veränderungsprozess zu begleiten und die Chancen des digitalen Wandels für sie nutzbar zu machen. Dabei sehen wir eine starke Heterogenität – manche Kunden sind technikaffin, andere warten eher ab, und wiederum eine dritte Gruppe bewegt sich kaum und steht den Innovationen sehr skeptisch gegenüber. Genau hierin liegen unsere Chancen und Aufgaben: jeden Kunden dort abholen, wo er steht, und dann gemeinsam mit ihm den Weg beschreiten.

Gleichzeitig ist natürlich auch der demografische Wandel für uns ein immer wichtiger werdendes Thema. Wir wollen für wirklich jede Phase im „Leben“ einer Praxis – Gründung, Niederlassung, Erweiterung und Abgabe – der beste Ansprechpartner sein.

Sie waren in Ihrer vorherigen Position viele Jahre in der Pharmabranche tätig. Welche zentralen Unterschiede sehen und empfinden Sie zwischen den beiden Branchen, der Pharma- und der Dentalindustrie?

Wenn Sie die Flughöhe hoch genug wählen, dann sind ja eigentlich alle Herausforderungen ähnlich, egal, in welchem Bereich. Gehen Sie aber ein Level tiefer, zeigen sich natürlich Unterschiede: In meiner Wahrnehmung ist die Dentalbranche vor allem sehr viel komplexer als die Pharmaindustrie, bei der es im

Kern und stark vereinfacht vor allem um die tägliche Belieferung der Apotheken mit Pharmaka und Verbrauchsmaterialien geht.

Die Dentalbranche wird durch viel mehr Faktoren bestimmt; sie hat vielschichtigere Wettbewerbssituationen und einen großen Bereich der Technik. Letzteres und unser damit verbundener Technischer Service spielen für uns eine besondere Rolle, da wir hier die Kundenorientierung, das „Henry Schein-Erlebnis“, noch stärker erlebbar machen.

Praxis- und Laborinhaber müssen einen Partner an ihrer Seite haben, auf den sie sich verlassen können. Ist die Behandlungseinheit oder ein anderes Gerät defekt, muss es schnell wieder einsatzbereit sein, bevor finanzielle Ausfälle entstehen. Noch entscheidender ist aber, dass der Kunde jemanden erreicht und der Defekt zuverlässig behoben wird. Denn: Schnelligkeit und Qualität des Techni-

schen Services sind ein zentrales Unterscheidungsmerkmal in unserer Branche.

Was genau verstehen Sie unter dem „Henry Schein-Erlebnis“?

Wir wollen den Kunden begeistern! Denn, wenn wir es schaffen, unsere langjährig ausgebauten Kompetenzen für unsere Kunden transparent und erlebbar zu machen und von unseren Kunden als fähiger und stets zuverlässiger Partner, vor allem in der Not und für alle Praxisphasen – von der Gründung über die Erweiterung bis hin zur Abgabe – gesehen werden, haben wir unser Ziel erreicht.

Dafür ist jedes Team Schein-Mitglied im Unternehmen wichtig, egal, ob in der Telefonzentrale oder im Außendienst. Wenn wir unsere Kunden (weiterhin) begeistern und sie von dem Henry Schein-Erlebnis – dem Gesamtpaket – überzeugen können, sind wir mehr als gewappnet für die Zukunft.

Und zum Schluss: Was macht Henry Schein einzigartig für Sie?

Einzigartig finde ich, dass sich ein solch großes, global agierendes Unternehmen so familiär anfühlt. Sei es in unserer Zentrale in Langen, im Austausch zwischen den Regionen und auch weltweit. Wir sind alle eng vernetzt und teilen unsere Erfahrungen und unser Wissen. Das ist ein großer Schatz! Und auch unser langjähriger Chairman und CEO, Stanley M. Bergman, ist hier ein wunderbares Vorbild. Trotz seines Firmensitzes in New York ist er unglaublich präsent und scheint fast jedes Team Schein-Mitglied persönlich zu kennen.

Und dennoch wird unser deutsches Business nicht zentral aus den USA gesteuert, sondern lokal geführt. Das sehe ich als großen Vorteil. Denn jeder Markt hat Eigenheiten, die es genau zu kennen gilt, um darauf eingehen zu können. Und auch die Firmengeschichte finde ich beeindruckend – die Anfänge von Henry Schein liegen in einer Apotheke, woraus sich über die Jahrzehnte ein erfolgreicher und weltweit geschätzter Konzern entwickelt hat. Ich bin stolz, zu solch einem Unternehmen und zum Henry Schein-Team zu gehören!

Vielen Dank für das freundliche Gespräch!

Fotos: © OEMUS MEDIA AG

Abb. 2: Stefan Heine ist seit Anfang 2019 Geschäftsführer der Henry Schein Dental Deutschland GmbH mit Sitz in Langen. Er verantwortet das Deutschlandgeschäft von Henry Schein Dental und ist damit unter anderem für die strategische Ausrichtung, das Management und die Geschäftsentwicklung sowie den Vertrieb und das Marketing von Henry Schein Deutschland zuständig. Neben seiner Tätigkeit als Geschäftsführer ist Stefan Heine seit Mai 2019 auch Vizepräsident des Bundesverband Dentalhandel e.V. (BVD).



HENRY SCHEIN DENTAL DEUTSCHLAND GMBH

Monzastraße 2a
63225 Langen
Tel.: 0800 1400044
Fax: 08000 400044
info@henryschein.de
www.henryschein-dental.de