

Lokal und digital einfach näher dran: NWD richtet sich neu aus

Ein Beitrag von Stefan Thieme

INTERVIEW /// Das Unternehmen NWD – Northwest Dental GmbH & Co. KG, eines der größten Handels- und Dienstleistungsunternehmen der deutschen Dentalbranche, ist sichtbar in Bewegung: Neue Standorte werden eröffnet, neue, regional orientierte Organisationsstrukturen geschaffen und gestern kaum Vorstellbares wird Realität. Alexander Bixenmann und Kai Nierhoff verantworten seit Jahresbeginn 2020 gemeinsam als Geschäftsführer die Geschicke des 1928 gegründeten Traditionsunternehmens, und sie steuern es durch ein bewegtes Jahr. Mitten in den eingeleiteten Umbau- und Expansionskurs des Unternehmens platzte mit dem Coronavirus eine nie gekannte Herausforderung. Ein Gespräch über neue Energien, analoge und digitale Kundennähe und die IDS 2021.

**Kai
Nierhoff**



Das Jahr 2020 ist in vieler Hinsicht ein außergewöhnliches Jahr. Wo steht NWD heute und wohin orientiert sich das Unternehmen?

Kai Nierhoff: Das war schon ein extrem harter Start ins Jahr, wenn ich an die zurückliegenden Monate denke. Aber dank unserer unglaublich engagierten Mitarbeiter sowie unseres starken Gesellschafters Planmecca haben wir nicht nur den Corona-Schock allesamt gesund und als Unternehmen auch sehr stabil überwunden, sondern auch unsere Entwicklungspläne erfolgreich vorantreiben können. NWD bewegt im Jahr 2020 mit über 800 Mitarbeitern an derzeit 23 bundesweiten Standorten einen Jahresumsatz von voraussichtlich rund 250 Millionen Euro. Aktuell bauen wir unsere Stellung als eines der leistungsfähigsten Handels-



DIE VERLÄNGERUNG IHRER HAND

und Dienstleistungsunternehmen im deutschen Markt aus.

Alexander Bixenmann: Unsere Strategie des *einfach näher dran sein* greift gerade jetzt und hier. Wir stellen unsere Kunden und unsere Mitarbeiter konsequent in den Fokus unseres Handelns, und das zahlt sich in jeder Hinsicht aus. Die Menschen spüren diese persönliche Orientierung, und es fühlt sich für alle gerade in diesen bewegten Zeiten genau richtig an. Diesen Weg der konsequenten Orientierung an den gemeinsam handelnden Menschen, Kunden wie Mitarbeitern werden wir weitergehen und uns regional und digital noch kundennäher aufstellen.

Bei vielen Unternehmen im Dentalmarkt stehen die Zeichen aktuell eher auf Zentralisierung und Konsolidierung. Warum orientiert sich NWD in die entgegengesetzte Richtung?

**Alexander
Bixenmann**



Alexander Bixenmann: NWD orientiert sich genau dahin, wo unsere Kunden sind. Das ist nach meiner Beobachtung überall so in Deutschland, und natürlich auch online. Und so sehr wir alle die große Freiheit des Internets mit seinen jederzeit und überall verfügbaren Informationen und Möglichkeiten schätzen, so sehr sind wir bei NWD auch überzeugt davon, dass Menschen im persönlichen Kontakt auch eine regionale Verbundenheit schätzen und sich letztlich freuen, wenn sie immer wieder mit Ansprechpartnern arbeiten können, die sie bereits kennen. Schließlich hat man



ASPIJECT® Selbstaspirierende Injektionspritze für die Leitungs- und Infiltrationsanästhesie. Ausbalancierte, komfortabel in der Hand liegende Injektionspritze mit ausgezeichneter Taktilität. Der echte Klassiker nach Dr. Evers.

PAROJECT® Injektionspritze für die intraligamentäre Lokalanästhesie (ILA). Kompakte Spritze in Stiftform, mit kontrollierter Abgabe kleiner Dosen für eine langsame Injektion ohne traumatisch wirkenden Injektionsdruck.

- Aus hochgradigem, säurebeständigem und 100% sterilisierbarem Edelstahl
- 5 Jahre Herstellergarantie

Über den Dentalfachhandel erhältlich.

Infokontakt

Tel. 0 171 7717937 • kurtgoldstein@me.com

 **RÖNVIG** Dental Mfg. A/S

Gl. Vejlevej 59 • DK-8721 Daugaard • Tel.: +45 70 23 34 11
Fax: +45 76 74 07 98 • email: kurtgoldstein@me.com

dann ja bereits Erfahrungen in der Zusammenarbeit. Daraus entstehen im besten Falle Sicherheit und Vertrauen. Und das ist unersetzlich für jeden, der sich auf seine Partner verlassen können muss.

Kai Nierhoff: Es gilt doch heute, das eine zu tun, ohne das andere zu lassen. Natürlich bauen wir unsere NWD-Onlinepräsenz als zentralen 24/7-Anlaufpunkt für unsere Kunden aus und modernisieren unsere Internetplattformen. Das kann doch gar nicht ernsthaft zur Diskussion stehen. Und gleichzeitig haben wir unsere Handelsorganisation in den drei großen Regionen Nord, Mitte und Süd neu organisiert und mit Holger Kuhr, Michael Beckers und Stephan Tafferner drei erfahrene Vertriebsleiter für die regionale Ausrichtung des Unternehmens gewinnen können, die die persönliche Beziehung zu ihren Kunden besonders wertschätzen und diese Überzeugung auch mit unseren regionalen Teams an unseren bundesweiten Standorten vor Ort teilen.

Alexander Bixenmann: Vor allem im Technischen Kundendienst ist die Ausrichtung auf regionale Nähe eine klare Reflexion auf die Bedürfnisse unserer Kundschaft. Damit gehen wir vielleicht einen anderen Weg als andere Marktteilnehmer, aber wir sind uns sicher, dass dies ebenso wörtlich wie im übertragenen Sinn einfach näher dran ist. Mit dieser Mission sind heute jeden Tag über 215 Techniker im Außendienst und gut 120 Fachberater und Spezialisten für unsere Kunden unterwegs. Nach unserer Erfahrung schätzen unsere Kunden und unsere Mitarbeiter es sehr, sich teilweise seit Jahren zu kennen oder eben einen neuen Kunden oder Kollegen regelmäßig wiederzusehen und sich kennenzulernen.

Was bedeutet das für die nähere Zukunft? Die Corona-Herausforderungen werden uns ja voraussichtlich noch länger beschäftigen.

Kai Nierhoff: Die Ausrichtung auf die Bedürfnisse unserer Kunden werden wir weiter ausbauen. Lokal wie digital. In diesem und im nächsten Jahr verzichten wir auf Messeteilnahmen und auch

auf die Durchführung eigener Hausmessen, wie man sie traditionell kennt. Unter den gegebenen Umständen ist an eine Messepräsenz, die für uns immer von der intensiven persönlichen Beratung und dem sozialen Miteinander mit unseren Kunden lebt, nicht verantwortungsvoll vorstellbar. Die Gesundheit unserer Kunden und Mitarbeiter steht ganz klar an erster Stelle für uns.

Alexander Bixenmann: Wir können uns für NWD mit den aktuell notwendigen hygienischen Sicherheitsmaßnahmen eine traditionelle Messeteilnahme oder gar eine Internationale Dental-Schau im nächsten Jahr nicht vorstellen und haben unsere Teilnahme bereits Ende Juni abgesagt. Das wäre vor einem halben Jahr für uns noch völlig unvorstellbar gewesen, und heute sind wir ganz sicher, es ist die einzig richtige Entscheidung für NWD, unsere Kunden und Mitarbeiter. Dafür bauen wir bereits in diesem Herbst unter der Überschrift „Meine Messe 2020: Investitionstage bei NWD“ unser Beratungsangebot aus. Ganz maßgeschneidert auf die Bedürfnisse des Einzelnen, persönlich und vor allem Corona-sicher.

Kai Nierhoff: Was wir sehen, ist, dass vieles, was gestern undenkbar war, heute neue Lösungen eröffnet. Die Notwendigkeit, etwas zu verändern, weil die tradierten Wege heute undiskutierbar versperrt sind, setzt bei NWD aktuell neue Energien frei, mitten in einer Expansionsphase, die unter normalen Umständen schon herausfordernd ist. Unsere Mitarbeiter leisten da gerade Außergewöhnliches und daraus entsteht auch eine außergewöhnliche Stimmung im Unternehmen. Da ist ein *jetzt erst recht* zu spüren, dass uns nach vorne trägt.

Sie sagen, Sie wollen lokal näher dran sein. Das haben Sie plastisch erklärt. Was verstehen Sie unter digital näher dran? Ist das nicht ein Widerspruch?

Alexander Bixenmann: Im Gegenteil. Wir treiben ja die digitalen Angebote für unsere Kunden voran, die nachgefragt werden. Aktuell haben wir unsere Fortbildungsangebote um unsere neue Webinarplattform ergänzt. Sichere Fortbil-

dung ist sicher gerade ein nachvollziehbares Bedürfnis vieler Menschen und Unternehmen. Darüber hinaus arbeiten wir an Konzepten für kombinierte Online- und Offline-Fortbildungsangebote und haben für besonders hochwertige Fortbildungen, etwa im DVT-Bereich, natürlich ein umfassendes bundesweites Hygienekonzept aufgesetzt. Vor allem entwickeln wir aber unser Online-Kundenportal weiter: Bereits heute können unsere Kunden im NWD Kundenportal ihre kompletten Bestellhistorien für alle ihre online wie offline getätigten Bestellungen und auch ihre Rechnungen online abrufen. Unsere Plattform generiert aus den vergangenen Bestellungen automatisch und sehr komfortabel persönliche Favoritenlisten, die sich leicht anpassen und individualisieren lassen. Das hilft sowohl bei der schnellen Nachbestellung als auch bei der Erhöhung der Zuverlässigkeit. Fehlbestellungen beispielsweise können so effektiv minimiert werden.


Kai Nierhoff: Unser NWD Online-Shop ist schon multimandantenfähig. Das heißt, wir ermöglichen die Nutzung unterschiedlicher Kundenkontonummern mit einem einzigen Shop-Zugang. Wir können so online einen zentralen Einkauf im Shop für unterschiedliche Praxisstandorte und sogar Kundenmandanten anbieten. Das entspricht alles den Anforderungen unserer Kunden, und wir haben viele dieser Funktionen auf der Basis von Kundenfeedbacks weiterentwickelt. Auch das ist eine tolle Entwicklung, die allen Seiten viel Freude macht. Näher dran ist am Ende eben keine Frage von digital oder analog, sondern eine des Zuhörens. Wir treiben das weiter voran. Kundennähe ist der Kern unseres Geschäftes, das liegt in unserer DNA, und das macht uns Freude.

Vielen Dank für das Gespräch.



Zuverlässig trifft innovativ

- Ermöglicht mit ihrer Ausstattung und einer perfekten Ergonomie effiziente Behandlungsabläufe
- Bietet zeitgemäßen Komfort gepaart mit elegantem Design
- Garantiert eine überragende Zuverlässigkeit durch den hydraulischen Antrieb
- Gewährleistet unkompliziertes und intuitives Handling mittels Touchpanel
- Sichert beste Sicht durch die LED-OP-Leuchte der neuesten Generation
- Gestattet eine hohe Individualisierbarkeit, z.B. durch verschiedene Arzttischvarianten und eine Vielzahl an attraktiven Kunstlederfarben



**ENTDECKEN
SIE „IHRE“ NEUE
EURUS!**

Partner von:



Belmont
TAKARA COMPANY EUROPE GMBH

Berner Straße 18 · 60437 Frankfurt am Main
Tel. +49 (0) 69 50 68 78-0 · Fax +49 (0) 69 50 68 78-20
E-Mail: info@takara-belmont.de
Internet: www.belmontdental.de