

ZT SERVICE

„Der Kunde steht im Zentrum unserer Arbeit“

Seit dem 1. Januar 2005 gibt es die rechtlich eigenständige metalordental ag, welche aus der ehemaligen Metalor Technologies SA herausgelöst wurde. Als deren Chief Executive Officer zeichnet Marcel Scacchi verantwortlich. ZT Zahnzeitung sprach mit ihm über Visionen, Strukturen sowie strategische Ziele der metalordental ag.

ZT Auf Ihrer Internetseite www.metalordental.de präsentieren Sie Ihr neues Unternehmen mit dem Versprechen „gleiche Qualität – neuer Fokus“. Erwächst aus der Metalor-Tradition für Sie eine spezielle Verantwortung?

Ja, insbesondere auf die auch weiterhin absolute Zuverlässigkeit unserer Produkte. Das ist eine Verpflichtung unseren Kunden und letzten Endes den Patienten gegenüber.



ZT Mit welchen Zielen treten Sie an?

Unser wichtigstes Ziel heißt: „value for dental professionals“. Wir wollen also Werte für Spezialisten im Dentalbereich und deren Kunden schaffen.

Werte, die unverwechselbar mit dem Namen „metalordental“ verbunden sind.

ZT Welche Werte werden das sein?

Unsere „Werte“ sind in erster Linie das Anbieten hervorragender Produkte und Dienstleistungen mit klarem Zusatznutzen. Zweitens bedeutet „Wert“ für uns gleichzeitig, dass wir uns bewusst auf Weniges konzentrieren, das wir allerdings auszeichnet.

net beherrschen wollen. Und drittens wollen wir unseren Kunden „Wert“ durch permanente Aus- und Weiterbildung vermitteln, damit sie wiederum mit unseren Produkten langfristigen Erfolg bei ihren Kunden bzw. Patienten haben.

ZT Wie schnell wollen bzw. brauchen Sie Erfolg?

Wir suchen den langfristigen

Erfolg. An Kurzzeitergebnissen, selbst wenn sie spektakulär wären, haben wir kein Interesse.

ZT Der neue Firmensitz ist in Oensingen. Welche Funktionen befinden sich hier? Welche Funktionen sind an anderen Orten?

Alle Einheiten, die mit Marketing, Dienstleistungen und Führung zu tun haben, sind in Oensingen angesiedelt. Im Hauptsitz Oensingen beschäftigen wir 25 Personen. Unser Innovationsteam umfasst momentan drei Personen, die sehr eng mit unseren Technologiepartnern zusammenarbeiten. Sie sind in Biel zu Hause. In Forschung & Entwicklung sowie Vertrieb arbeiten sieben Personen in Neuchâtel.

ZT Wie viele Mitarbeiter beschäftigen Sie insgesamt?

Rechnet man die internationalen Tochtergesellschaften mit den Funktionen des Verkaufs

hinzü, so beschäftigen wir per 1. Januar 117 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

ZT Wie sehen Sie die jetzige Position der metalordental ag im Markt?



Marcel Scacchi, Chief Executive Officer der metalordental ag.

Die Marke „Metalor“ ist im Markt gut etabliert, sie ist mit hervorragenden Produkten renommiert und hat den Kunden über viele Jahre Erfolge bieten können.

Wo ich klar Nachholbedarf sehe, ist bei der Produktpalette, die zu schmal ist. Wir müssen sie verbreitern, innovativer gestalten und uns viel näher beim Kunden bewegen.

ZT Wo sind die Stärken und wo mögliche Schwächen der metalordental ag?

Als Stärke ist die hervorragende Qualität der Produkte zu nennen. Auch die soliden, langjährigen Kundenbeziehungen bewerte ich außerordentlich positiv.

Diese beiden Faktoren kombiniert mit dem intensiven Engagement des Verwaltungsrates und der Belegschaft bilden eine unverwechselbare Kombination.

Wie schon erwähnt, wollen wir unser Produktportfolio ausbauen und verbreitern. Außerdem werden wir unsere ganze Organisation in ihrer Kundenorientierung stärken.

ZT Wo liegen die Chancen der metalordental ag?

Im Erwerb der Lizenz einer neuen Technologie. Hier werden wir die Anwendungen für dentale Applikationen weiter vorantreiben. Wir werden uns neu positionieren – weg vom alt hergebrachten Image des Legierungsherstellers, hin zu einer innovativen, strikt kundenbedürfnisorientierten Unternehmung.

ZT Sprechen Sie mit dieser Technologie neue Kundensegmente an?

Neue Systeme und Technologien bedeuten auch neue Kundensegmente, sowohl innerhalb der Gruppe der traditionell von uns betreuten Zahntechniker, aber auch und besonders die Zahnärzte, die Neues von uns erwarten können. Der Anteil Legierungen an unserem Geschäft liegt bislang bei ca. 75 %. Da werden mittelfristig

Umschichtungen durch Innovationen stattfinden müssen. Wir werden neue Geschäftsfelder erschließen und dort „value for dental professionals“ schaffen und anbieten.

ZT Sehen Sie Risiken?

Ich sehe eventuelle Risiken eher von den Veränderungen des Gesamtmarktes her, wobei es eine unserer wesentlichen Aufgaben sein wird, aus diesen Risiken neue Möglichkeiten zu machen.

ZT Wo sehen Sie die zukünftige Marktpositionierung der metalordental ag? Welche konkreten Ziele haben Sie? Wie ist der Zeitrahmen dafür?

Die nächsten fünf Jahre werden wir intensiv darauf verwenden, die neue Technologie in dentale Innovationen weiter zu entwickeln. Daneben wird die Ausweitung unserer bestehenden Produktpalette ein Schwerpunkt sein. Die Richtung ist die Zielgruppe „Zahnarzt“ – zusätzlich zu den Zahntechnikern. Eine Verbesserung und Erweiterung der Mitarbeiterkompetenzen ist eine weitere, sehr wichtige Aufgabe der nächsten Jahre. Kunden werden metalordental als wieder tonangebenden, innovations- und qualitätsorientierten Anbieter von Dentalprodukten und -dienstleistungen wahrnehmen.

ZT Wie beurteilen Sie das Innovationspotenzial der neuen Technologie – und damit der metalordental ag – aus strategischer Sicht?

Das Innovationspotenzial ist hoch. Die Bestätigung für diese Überzeugung haben wir auch von „Test“-Anwendern, die sich mit dieser Technologie und ihren Möglichkeiten bereits etwas beschäftigt haben. Ich sehe für gewisse Applikationen sehr attraktive Segmente im Dentalmarkt. Das sind innovationsfreudige Gruppen, die eine ideale Ergänzung unserer bisherigen Marktpartner sein können. Um nochmals Zeitmarken zu nennen, in fünf Jahren wollen wir hier erste Erfolge vorweisen können. Konkreter möchte ich momentan nicht werden, sondern abwarten, bis erste präsentable Ergebnisse vorhanden sind.

ZT Lassen Sie uns von Ihrer Belegschaft sprechen. Über welche Kernkompetenzen verfügt sie?

Solides, überdurchschnittliches technisches Wissen. Das Engagement der Belegschaft und der Wille zum Erfolg beeindruckten mich. Dies ist eine aussichtsreiche Basis für die Zukunft.

ZT Wo erkennen Sie im Hinblick auf die zukünftige Marktpositionierung Potenzial bei den Mitarbeitenden?

Bei der Entwicklung von einer überdurchschnittlichen zu ei-

ner marktführenden Kundenorientierung. Bei der täglichen Arbeit muss bewusster werden, dass der Kunde mit seinen Wünschen und Bedürfnissen, mit seinem Erfolg im Zentrum unserer Arbeit steht. Unser Weg: von einer produktzentrierten Firma zu einer markt- und kundenorientierten Organisation.

ZT Wenn Sie die Zukunft der metalordental ag in Form einer anschaulichen Geschichte erzählen sollten, was für eine Geschichte wäre das?

Eine „wahre“, vom Schuhfabrikanten, der neue Märkte erschließen wollte. Er schickte zwei seiner Verkäufer zur Abklärung hinaus in den Markt und erhielt kurze Zeit später zwei Telegramme von ihnen. Das eine lautete: „Die Einheimischen tragen keine Schuhe, das ist kein neuer Markt.“ Im zweiten Telegramm stand: „Die Einheimischen tragen keine Schuhe, das ist ein neuer Markt.“ metalordental wird die Chancen sehen und nutzen.

ZT Lassen Sie uns über Sie persönlich sprechen. Wie ist Ihre berufliche Vergangenheit?

Nach meiner Ausbildung war ich drei Jahre im Kundendienst der Cendres & Métaux als Ausbilder tätig. Anschließend zwölf Jahre bei der Firma Straumann; zunächst als Product Manager für Endodontie und Implantologie, ab 1996 als Chief Technology Officer und Mitglied der Geschäftsleitung. Zusatzausbildungen habe ich absolviert in Betriebsökonomie (BA) und in internationaler Kommunikation an der Universität Lugano (EMSc). Seit Herbst 2004 bin ich aktiv als Geschäftsführer der Metalor Division Dental, seit 1. Januar 2005 als Chief Executive Officer und Delegierter des Verwaltungsrates der metalordental ag tätig.

ZT Welche beruflichen Erfahrungen würden Sie als Ihre wichtigsten bezeichnen?

Meine sechs Jahre als Chief Technology Officer bei der Straumann Holding AG. Ganz besonders die Tatsache, dass ich den Innovationsprozess von A-Z betreuen konnte. Hierbei empfand ich hauptsächlich die Vielfältigkeit der Anforderungen und Prozesse als enorm spannend und lehrreich. Zweitens war Straumanns Börsengang eine für mich sehr wichtige Erfahrung. Drittens die Zusammenarbeit zwischen Straumann als Hersteller und dem ITI als wissenschaftlich-technischem Partner. Aus dieser Kooperation kamen wesentliche Impulse zur Produktentwicklung und -lanierung.

ZT Vielen Dank für das Gespräch.

ZT Adresse

metalordental
(Deutschland) GmbH
Rotebühlplatz 19
70178 Stuttgart
Tel.: 0 18 03/6 38 25 67
Fax: 0 18 03/6 38 23 29
E-Mail: info@metalordental.com
www.metalordental.com

ANZEIGE

NEU
... das Highlight im Modell ...

- hochpräzise
- dimensionsstabil
- unverkennbar
- innovativ

BonBase starlight
der dünnflüssige Sockelgips mit dem starlight-Pigment

Auf der IDS: Halle 13.2, Gang P, Stand 18

GIPS GUT - ALLES GUT

... by smile & more DENTAL-LABOR