

Inhabergeführt und wertebewusst in die Zukunft

| Christin Bunn

Frisch gestrichene weiße Wände kombiniert mit markanten Stahlträgerelementen. Ein zentral aufgestellter Kicker. Dezenste Türen aus Milchglas. Stille gepaart mit Weitläufigkeit – alles wirkt hell, freundlich und einladend. Dass sich in diesem Gebäude die Produktionsstätte einer der traditionsreichsten deutschen Hersteller von Behandlungseinheiten befindet, wird erst auf den zweiten Blick deutlich. Ein Besuch bei Ritter Concept in Zwönitz anlässlich des 125. Unternehmensgeburtstages.

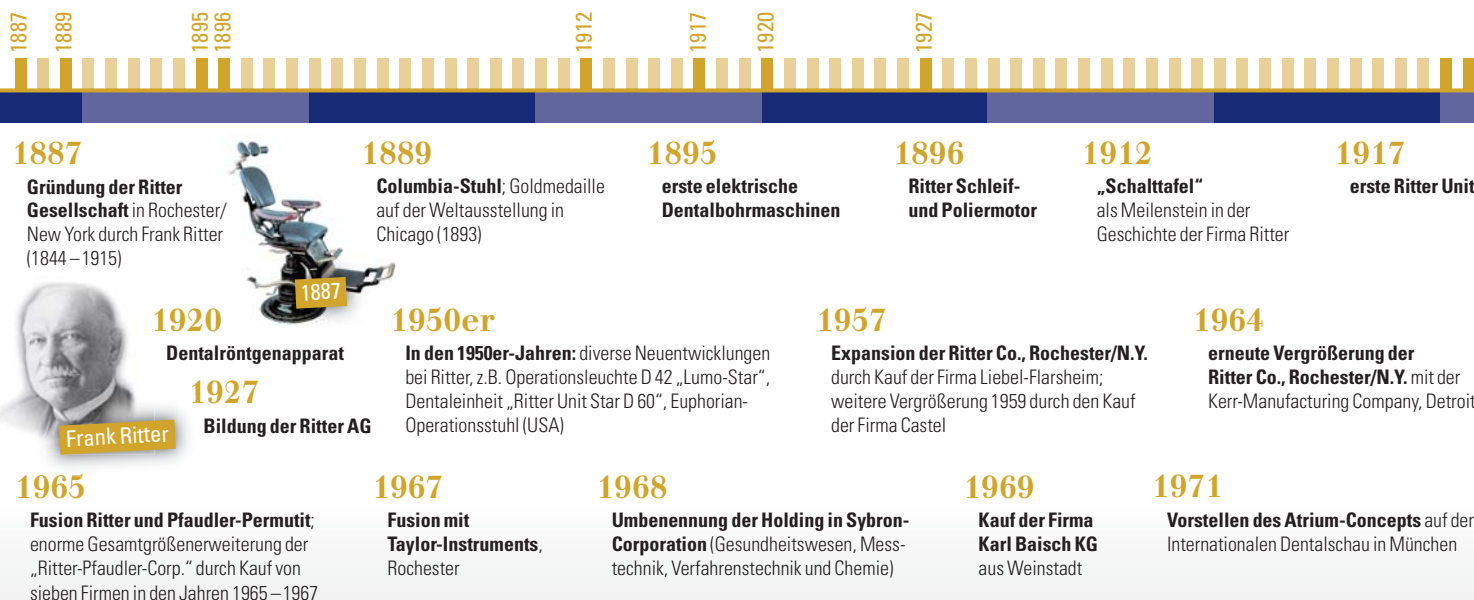
Betritt man die Zentrale der Ritter Concept GmbH in Zwönitz, wird man von erzgebirgischer Ruhe und Gelassenheit empfangen. Dass genau hier innovative Behandlungseinheiten kreiert, designed und produziert werden, lässt sich im ersten Moment nicht annehmen – alles wirkt besonnen, idyllisch und ruhig. Diese Ruhe ist es auch, die Inhaber und Geschäftsführer Werner Schmitz an seinen Mitarbeitern schätzt, denn der ländliche Standort bestätigt, dass Gemütlichkeit und Innovation durchaus zusammenpassen können. „Ich bin Kölner und habe den erzgebirgischen Geist über die Jahre kennen- und lieben gelernt. Der Erz-

gebirgler ist, sagen wir mal, ein wenig verschlossen und ganz bestimmt anders als ein Rheinländer, aber was er anfasst, macht er mit Liebe, er macht es mit Ruhe und er macht es kontinuierlich und gewissenhaft.“

Ritter – mit diesen Namen assoziieren Zahnärzte vor allem den Produktbereich der Behandlungseinheiten, für den der Firmengründer Frank Ritter 1887 in Rochester, New York, den Grundstein legte. Einen dieser Meilensteine findet man neben den regionalen Soft Skills ebenfalls im Empfangsbereich der Unternehmenszentrale: die erste Ritter-Einheit aus dem Jahr 1917. Eine Konstruktion, die alle ständig benötigten Produkte und Instru-

mente vereint aufbewahrt und darbietet und damit die Ausstattung des Behandlungszimmers erstmals nach arbeitsökonomischen Gesichtspunkten ermöglichte. Dies hatte weltweiten Pioniercharakter. Direkt daneben befindet sich eine der jüngsten Ritter-Einheiten, die erstmals zu Beginn des Jahres auf der IDS bestaunt werden konnte. Lässt man nun das Auge zwischen diesen beiden Einheiten hin und her schweifen, wird klar: Ritter blickt auf eine lange Unternehmensgeschichte zurück.

Genau genommen auf 125 Jahre – was Werner Schmitz Anlass zur Reflektion bietet: „Als ich Ritter im Jahr 2004 übernommen habe, befand sich das





Im Zwönitzer Showroom – Geschäftsführer Werner Schmitz, Marketing-Manager Lutz Meyer und Marketing-Beraterin Stefanie Dangel.

Unternehmen in einem relativ schwierigen Zustand. In den Folgejahren wurde das Geschäft in Deutschland und im Ausland kontinuierlich aufgebaut. Jahr für Jahr ist es uns dann gelungen, das Vertrauen, unserer Kunden zurückzugewinnen und wir konnten einen sehr guten Weg nach oben feststellen. Das ist bis heute so geblieben und deshalb sind die Emotionen gegenwärtig ausschließlich positiv. Wir feiern und freuen uns über den Erfolg!"

Bekannt geworden mit der dentalen Behandlungseinheit, bietet das Traditionsunternehmen heute weit mehr und fungiert als Praxiseinrichter mit Gesamtkonzept. Kleinröntgengeräte, Kompressoren, Autoklaven, Instrumente und Implantate seien hier nur beispiel-

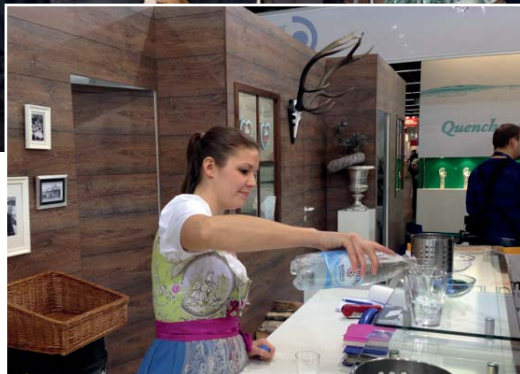
haft angeführt, die Gesamtpalette von Ritter Concept umfasst über 20 Produktparten, welche weltweit exportiert werden. Diese Aufstellung resultiert aus den alten Tugenden der Firma Ritter, denn erfolgreich sei nur der, der Vielfalt bieten kann, so Schmitz auf die Frage nach der Notwendigkeit eines breiten Sortiments. Der derzeit verstärkte Fokus auf den Bereich Hygiene ist hier nur eine Konsequenz aus dem weiter wachsenden Portfolio des Unternehmens. Ritter bietet eine breite Palette Klasse B-Autoklaven an. Darüber hinaus Geräte zur Vorreinigung und Pflege der Instrumente sowie zur Versiegelung. „Die Zahnärzte assoziieren Ritter im Moment mit Behandlungseinheiten. Doch künftig sollen sie realisieren, dass Ritter ein Gesamtkonzept

anbietet“, so Marketing-Manager Lutz Meyer über das Konzept von Ritter als Komplettanbieter im Segment Praxiseinrichtung.

Deutsche Produkte für deutsche Zahnärzte

Werner Schmitz weiß um das Nichtwissen vieler Zahnärzte über die weitläufige Aufstellung des Ritter Produktsortiments. „Was hat Ritter mit Hygiene zu tun?“ sei oft eine der ersten Fragen des Kunden, wenn er von Autoklaven höre. Auch die Frage „Was hat Ritter mit Implantaten zu tun?“ werde seit der Einführung von Ritter Implants im Jahr 2011 des Öfteren gestellt. „Auf den ersten Blick erst einmal gar nichts“, schmunzelt der gebürtige Rheinländer und lässt erahnen, dass er diese Frage schon oft beantworten musste. Widmet man der Implantatlinie jedoch einen zweiten Blick, wird klar: Die Firma Ritter geht mit der Zeit und die Integration von Ivory in das Sortiment ist kein abwägiger nächster Schritt gewesen. Laut eigener Aussage findet Schmitz Implantate nämlich äußerst spannend; sie seien sogar ein Hobby von ihm. Als sich dann die Möglichkeit der Zusammenarbeit mit einem Unternehmen bot, welches Kompetenz und Know-how im Bereich Implantatdesign besaß, war Ritter Implants geboren und ein neues Kapitel in der Erfolgsgeschichte der Firma Ritter eröffnet. Seit Einführung der Ivory Reihe werden die Implantate im Schwarzwald hergestellt. Eine deutsche Fertigung, die für den Inhaber und





Janina Schmitz, tatkräftig im Einsatz auf der IDS.

Geschäftsführer selbstverständlich ist. Beim Erstkontakt mit Ritter Implants entstehe kundenseitig aufgrund der niedrigen Preisstruktur oftmals der Eindruck, das Implantat könne aus China kommen, erklärte Schmitz. „Aber für uns ist das nicht ungewöhnlich und ein ganz normal kalkulierter Preis. Durch den Equipment-Bereich von Ritter werden einfach viele Kosten abgedeckt, die so im Bereich Ritter Implants nicht mehr anfallen. Das ist ein Ergebnis positiver Synergien zwischen beiden Bereichen und macht sich im Preis bemerkbar. Ein Vorteil, den wir natürlich gern an unsere Kunden weitergeben.“

Wert entsteht durch Werte

Bodenständigkeit sowie eine Besinnung auf Werte haben für Werner Schmitz oberste Priorität sowohl im Umgang mit den Kunden als auch bei der täglichen Zusammenarbeit im Team. Deshalb sei auch der Punkt „inhabergeführt“ maßgeblich für den Unternehmenserfolg: „Deutsche Unternehmungen sind oftmals geprägt von wirtschaftlichen Absichten der daran beteiligten Investoren. Das ist aber nicht mein Verständnis einer Unternehmensführung. Denn die letzten zehn Jahre habe ich nicht dafür aufgebracht, Ritter wieder zu verkaufen, sondern um es der Familie weiterzuge-

Mit deutlich verjüngtem Firmenauftritt präsentierte sich Ritter erstmalig auf der diesjährigen IDS.

ben.“ Hinterfragt man diese Aussage, kommt Schmitz auf Tochter Janina zu sprechen und seine Augen beginnen zu strahlen. Diese schreibe gerade ihre Doktorarbeit in pharmazeutischer Chemie, und die Chancen stünden nicht schlecht, dass sie in die Implantatforschung gehe. „Janina engagiert sich oft für Ritter und fühlt sich dabei sichtlich wohl – auch auf der diesjährigen IDS war sie tatkräftig mit vor Ort“, fügt Marketing-Beraterin Stefanie Dangel hinzu und gibt mit der IDS zugleich ein wichtiges Stichwort für den Beginn aller aktuellen Geschehnisse.

Denn mit der IDS fing alles an – der frische Wind, die Neuausrichtung, das moderne Kommunikations- und Marketingkonzept des traditionsreichen Unternehmens Ritter. Besucher des Messestandes konnten in typisch deutschem Flair ankommen, sich besinnen, entspannen und verweilen und dabei drei Produkteinheiten, die allesamt innerhalb der nächsten zwölf Monate Marktreife erlangen werden, kennenlernen. „Wir haben drei Prototypen vorgestellt. Einmal in der Basic Line, die eigentlich unser Hauptprodukt ist. Dann haben wir eine ganz neue Linie im mittleren Bereich vorgestellt, das ist der Ultimate Comfort. Eine klassische Links-Rechts-Einheit mit Swivel, bei der man den Stuhl um 45° beim Einsteigen drehen kann. Das ist eine Einheit, die schwerpunktmäßig für den amerikanischen Markt kreiert wurde, mit einer zusätzlichen Version für den europäischen Markt. Und dann haben wir noch eine Einheit im High-End-Bereich. Laut unserer Planung werden wir die Basic-Einheit im Januar an die Händler ausliefern können. Bestellun-

gen für die Mittelklasse-Einheit nehmen wir ab November entgegen. Die High-End-Einheit wird Ende Sommer des nächsten Jahres kommen“, führt Schmitz die Neuentwicklungen aus. Dass sich die Wertebeständigkeit nicht nur in der Kommunikation und der Ausbendarstellung widerspiegelt, sondern vor allem auch in den Produkten selbst, erklärt Lutz Meyer abschließend: „Wir verwenden kein Plastik, sondern unsere Einheiten sind heute noch aus richtigem Guss, aus Edelstahl und Aluminium. Klopfen Sie mal dagegen, Sie werden den Unterschied merken. Produktqualität ist uns wichtig und schlanke Strukturen. Beides besitzen wir und können dem Zahnarzt dadurch ein Premiumprodukt zum Preis der mittleren Sparte anbieten.“

Blick nach vorn

Ein kleiner Einblick in 125 Jahre Unternehmensgeschichte geht zu Ende und eines wird deutlich: Ritter muss sich nicht an der Vergangenheit messen lassen, sondern hat mit all dem frischen Wind, der in Firmengebäude und Produktsortiment eingezogen ist, auch eine große Portion Zukunft ins Erzgebirge gebracht. Das Gespräch ist beendet, das Interview zeitlich leicht überzogen. Werner Schmitz schaut auf die Uhr und bricht zu einem Folgetermin mehrere Hunderte Kilometer entfernt auf. Stillstand gibt es nicht, der Blick ist stets nach vorn gerichtet. Immer unterwegs für das Unternehmen und den Kunden, verlässlich, strukturiert und werteverbunden – Ritter, eben durch und durch „made in Germany“.



Christin Bunn
Infos zur Autorin

kontakt.

Ritter Concept GmbH

Bahnhofstr. 65, 08297 Zwönitz
Tel.: 0377 54130
E-Mail: info@ritterconcept.com
www.ritterconcept.com
www.ritterimplants.com

BRITE VENEERS®

Smile Design – mit non-prep Veneers der schmerzlosen Alternative für zufriedene Patienten

Onlinekurs (2 Fortbildungspunkte), Instruktor-Einsatz-Training (9 Fortbildungspunkte)



vorher



10 Veneers
in 1 Stunde



nachher

Erlernen Sie die **einfache Handhabung** des revolutionären BriteVeneers® non-prep Systems zum Wohle Ihrer Patienten und Ihrer Praxis

Vorteile für Ihre Patienten

- schmerzfrei – keine Spritze
- schonend – keine Entfernung gesunder Zahnschubstanz
- schnell – keine Provisorien
- strahlend – einfach schöne Zähne

Vorteile für Ihre Praxis

- attraktive Neupatienten/Praxisumsatzsteigerung
- überregionale Marketing- und Werbeunterstützung
- breit gefächertes non-prep Veneersystem
- einfache Möglichkeit der Form- und Farbveränderung

BriteVeneers® handcrafted ceramic

individuelle Kreation mit maximalen
Transluzenz- und Farbvariationen

100% Keramik

BriteVeneers® Online-Kurs für 299 €

inkl. DVD und ausführlicher Hands-on-Anleitung

Erlernen Sie die theoretischen Grundlagen des BriteVeneers®-Systems
bequem online Schritt für Schritt von zu Hause oder Ihrer Praxis aus.

BriteVeneers® One-Step ceramic

Zeitersparnis mit der
patentierten Tray-Technologie

100% Keramik

BriteVeneers® Praxis-Training*

Erlangen Sie zusätzliche Sicherheit durch ein Praxistraining am realen Patienten.
Hierzu kommt ein zahnärztlicher Trainer direkt in Ihre Praxis und gibt Ihnen bei
der Platzierung Ihres ersten Patientenfalles Unterstützung und Sicherheit.

* Preis auf Anfrage

MELDEN
SIE SICH
JETZT AN!

Tel.: +49 341 9600060 · Fax: +49 341 48474-600 · E-Mail: info@brite-veneers.com · www.brite-veneers.com