

Ein Premiumhersteller mit Premiumwerten

| Lutz V. Hiller

Für einen Besuch am Dürr Dental-Standort Bietigheim-Bissingen gibt es aktuell zahlreiche Gründe. Zum einen das im Juli begangene Teil-Richtfest des Neubaus der Lagerhalle, die im Vorjahr durch Brandstiftung zerstört wurde. Zum anderen die zu überbringenden Glückwünsche für den n-tv Mittelstandspreis Hidden Champion 2014, bei dem das Unternehmen den ersten Platz in der Kategorie „Gesellschaftliche Verantwortung“ erlangte. Lutz V. Hiller (Vorstand der OEMUS MEDIA AG) nutzte beide Gelegenheiten für eine Reise nach Baden-Württemberg und sprach im Interview mit Vorstandsvorsitzendem Martin Dürrstein über aktuelle Geschehnisse, den Stellenwert von sozialem Engagement sowie die Ziele der kommenden Monate.

Alles begann vor mehr als 70 Jahren mit einem defekten Handstück, ohne das es Dürr Dental heute nicht geben würde. Wie weit liegen Zufall, Innovation und Erfolg Ihrer Meinung nach beieinander? Manchmal ziehen besondere Umstände besondere Wege nach sich, die dann in einem Erfolg münden können – das gilt

weiterbehandelt werden konnte, weil das Handstück defekt war, nutzten die Brüder ihr Geschick und ihre Fingerfertigkeit, um das Instrument zu reparieren. Der Zahnarzt war glücklich, erzählte Kollegen davon, die Firma Dürr Dental entstand. Und zwar aus einer Nachfrage heraus und nicht aus einem

dass wir als erstes Unternehmen in die Materialprüfung gehen konnten, um Schweißnähte digital zu prüfen, die bis zu dem Zeitpunkt alle noch analog geprüft wurden.

Nach dem Großbrand einer Lagerhalle im März letzten Jahres wurde jüngst das Teil-Richtfest des Neubaus begangen. Inwiefern ist dieses aktuelle Ereignis beispielhaft für Ihre Unternehmenswerte und den stetigen Blick nach vorn?

Die Unternehmenskultur hat bei uns schon immer ein gutes Niveau, dies lässt sich an Zahlen wie der Personalfuktuation festmachen, die bei uns sehr gering ist. Kommt ein Unternehmen in eine schwierige Situation, zeigt sich dann, ob die Mitarbeiter mit Herzblut dabei sind oder die Firma nur als Arbeitsplatz betrachten. Unsere Mitarbeiter haben sich beim Großbrand unglaublich eingesetzt. Der Vorfall ereignete sich an einem Samstagmorgen und eine Vielzahl an Mitarbeitern, die das Unglück über das Radio mitbekommen hatte, kam ganz selbstverständlich zum Firmengelände und bot Hilfe an. Ein enormes Zeichen der Verbundenheit, das mich stolz macht. Dieser positive Unternehmensgeist kam auch bei der Sanierung eines Gebäudeabschnitts bei laufender Produktion zum



Lutz V. Hiller (Vorstand der OEMUS MEDIA AG) im Interview mit Martin Dürrstein (Vorstandsvorsitzender der DÜRR DENTAL AG).

meiner Meinung nach aber nicht nur für die Dentalindustrie. Bezogen auf die Brüder Karl und Wilhelm Dürr hatten diese sicherlich nicht das primäre Ziel, in die Zahnheilkunde zu gehen, sondern betrieben eine mechanische Werkstatt, in der jede Art von Mechanik repariert werden konnte. Als die Frau von Wilhelm Dürr beim Zahnarzt nicht mehr

Angebot. In der Zahnheilkunde gehören derartige Zufälle heute nicht mehr unbedingt zum Tagesablauf. Vielmehr geschieht es, dass wir feststellen, dass für den Dentalbereich entwickelte Produkte auch in anderen Segmenten Einsatz finden können. So haben unser digitales Röntgen und die Bildspeicherfolie eine so feine und gute Auflösung,

Lutz V. Hiller
Infos zum Autor



Ausdruck, welcher ebenfalls beim Brand beschädigt wurde. Rund 3.600 Quadratmeter Dachfläche mussten repariert bzw. ausgetauscht werden, sodass die Mitarbeiter über Monate hinweg unter erschwerten Bedingungen arbeiteten. Temperaturbelastungen, Lärmbelastungen, arbeiten auf beengtem Raum – sicherlich kein ideales Umfeld, aber allen war klar: Wir meistern diese Phase gemeinsam und wir werden gestärkt aus ihr herausgehen.

Im Juli 2012 wurde der Aufsichtsrat der DÜRR DENTAL AG neu gewählt. Wie hat sich die neue Struktur bislang ausgewirkt?

Wir haben im Unternehmen altersbezogene Statuten, in denen wir Positionen altersbedingt ersetzen wollen. Mein Onkel 2. Grades, Walter Dürr, hat dann mit 73 Jahren die Möglichkeit ergriffen, aus dem Gremium auszuscheiden. Gleichzeitig ist mit Matthäus Niewodniczanski (Geschäftsführer Bitburger Holding GmbH) seit ihrem Einstieg als Minderheitsaktionär 2011 die Bitburger Gruppe vertreten. Den bisherigen Vorsitz von Walter Dürr hat Joachim Loh (Joachim Loh Unternehmensgruppe) übernommen, ein herausragender Unternehmer. Neu in den Aufsichtsrat wurde Prof. Dr.-Ing. Peter Post (Leiter der Forschung bei Festo AG & Co. KG) berufen. So haben wir einen Aufsichtsrat aus sehr unterschiedlichen Blickwinkeln und Qualifikationen, der aus verschiedenen beruflichen Prägungen auf das Unternehmen schaut und der Aufgabe des Aufsichtsrates in hervorragender Art und Weise gerecht wird. Ich bin sehr froh darüber, dass wir das haben. Und ich bin sehr zufrieden mit unserem Aufsichtsrat.

Stichwort Innovationen – hier hat sich in den letzten Monaten besonders in den Produktbereichen Druckluft und Absaugung sowie Röntgen einiges getan. Bitte geben Sie uns einen aktuellen Einblick in diese Produktkompetenzen!

Auf der Wiener Dentalausstellung haben wir kürzlich eine ganz neue Produktlinie vorgestellt – die Tyscor-Linie. Das ist eine Produktlinie mit hocheffizienten Geräten, die über eine Drehzahlregelung verbrauchsgesteuert sind. Voll netzwerkfähig ist die Linie von der Praxis über den PC vernetzt und überwacht, die Auslieferung begann Ende Juli. Dies ist unserer Meinung nach ein bedeutender Schritt in Richtung Zukunft, denn die Praxisversorgung wird dadurch vernetzt und visualisiert. Auch im Segment der Bildgebung haben wir jüngst einiges vorgestellt, die Produkte werden sehr gut angenommen. Wir sind ein Premiumanbieter und unsere Kunden haben den Anspruch, dass sie qualitative Produkte mit langer Haltbarkeit erhalten. Diesem Bedürfnis kommen wir gerne nach!

Im April wurde Ihr Online-Innovationsportal gelauncht. Wie kam es zur Idee des Portals für Ideengeber und wie ist die bisherige Resonanz?

Zahnärzte werden in ihrem Alltag oftmals mit Störfaktoren konfrontiert bzw. sehen in Dingen Potenzial,

DGOI

DEUTSCHE
GESELLSCHAFT
FÜR ORALE
IMPLANTOLOGIE

11. Jahreskongress der DGOI

10 Jahre DGOI

3. und 4. Oktober 2014

Print Media Academy Heidelberg



Workshop-Tag Geburtstagsparty und Mainpodium

Die DGOI wurde vor 10 Jahren in Heidelberg gegründet und kann auf eine überaus erfolgreiche Entwicklung zurückblicken. Den 11. Jahreskongress mit renommierten Referenten in den Workshops und im Mainpodium verbinden wir deshalb mit einer schwungvollen Geburtstagsparty. Herzliche Einladung zu diesem ganz besonderen Kongress!

Bis zu 18Fortbildungspunkte
(gem. BZÄO/BZÄNG)

DGOI · Bruchsaler Straße 8 · 76703 Kraichtal
Tel. 07251 618996-0 · mail@dgoi.info · www.dgoi.info

die wir als Unternehmen vielleicht gar nicht wahrnehmen. Deshalb wollten wir den Anwendern eine Plattform zum Dialog bieten, um ihre Ideen, Sorgen und Nöte darstellen zu können. Dass dies gelungen ist, zeigen uns die Rückmeldungen, die wir bisher über das Portal erhalten haben – einige interessante Gedanken sind bereits dabei.

Wie wichtig sind Ideen von „außen“ für einen Technologieführer Ihrer Größe?

Wir haben allein hier am Standort über 100 Ingenieure in der Entwicklung und geben sieben Prozent des Umsatzes für Forschung und Entwicklung aus, rund 15 Prozent unserer Belegschaft ist in diesem Bereich tätig. Folglich ist dies ein ganz klar definierter Schwerpunkt unserer täglichen Arbeit. Zudem haben wir sehr gute Kooperationen zu Hochschulen und Zahnärzten, mit denen wir schon lange Zeit zusammenarbeiten. Meiner Meinung nach sollte man als Unternehmen nie stillstehen und sich über möglichst viele Kanäle weiterentwickeln. Das tun wir mit dem Innovationsportal, denn gute Ideen kann es nie genug geben.

Unter den Zahnmedizinern finden sich immer mehr Frauen. Inwiefern beeinflusst dieser Trend Sie in den Bereichen Produktentwicklung und Kundenansprache?

Diesem Thema stellen wir uns vollumfänglich. So integrieren wir beispielsweise weibliche Meinungsbildner bereits in den frühen Produktentwicklungsphasen. Oft stellen sich Fragen der Handhabung: Sind die Geräte zu groß für Frauenhände? Sind sie zu klein? Oder zu schwer? Das sind wichtige Entscheidungsprozesse, die früh getroffen werden müssen, um allen Nutzeranforderungen gerecht zu werden.

Die Vielzahl an Awards und Auszeichnungen – besonders im Bereich Design – bestätigen, dass die Produkte eines deutschen Herstellers dem internationalen Vergleich mehr als gewachsen sind. Wie wichtig ist das Qualitätsmerkmal „Made in Germany“ für Unternehmenserfolg und Außenwirkung in Ihren Augen?

„Made in Germany“ ist ein weltweit anerkanntes Qualitätsmerkmal, dem

wir zu Recht nachkommen mit unserer Produktion an drei deutschen Standorten. Das Label steht für Qualität, Langlebigkeit, Beständigkeit und Präzision. Neben einem technisch hohen Stand ist es mir außerdem sehr wichtig, dass auch ein ästhetischer Anspruch hinter den Produkten steht. Deshalb verfolge ich mit einer gewissen Konsequenz, dass wir uns beispielsweise für den Red Dot Award, den IF Award oder den Good Design Award bewerben. Schließlich darf ein gutes Produkt mit gutem Inhalt auch eine gute Verpackung haben.

Im Juni haben Sie den n-tv Mittelstandspreis Hidden Champion 2014 in der Kategorie „Gesellschaftliche Verantwortung“ gewonnen. Wie geht es Ihnen mit dieser Ehrung und welchen Stellenwert hat soziales Engagement in Ihrer Unternehmenskultur?

Das soziale Engagement von Dürr Dental hat bereits mit der Gründung begonnen, denn die Brüder Dürr hatten eine christliche Einstellung und haben diese in der Unternehmenskultur gelebt. So liegt es uns heute noch immer am Herzen, diese Werte zu transportieren und auszubauen. Man sollte motiviert sein Gutes zu tun und nicht nur wertsteigernde Ziele verfolgen. Das sind wir und unterstützen verschiedene Projekte, wie zum Beispiel örtliche Sportvereine. Wir leben und arbeiten hier in der Stadt, sind Teil der Region und wollen umgekehrt auch etwas zurückgeben. Da wir in der Zahnheilkunde ansässig sind, haben wir meiner Meinung nach aber auch eine Verantwortung gegenüber Regionen und Menschen, die medizinisch weniger gut aufgestellt sind. Deshalb haben wir in Mercy Ships eine starke Partnerschaft gefunden, und ich selbst war in Westafrika, um mich über die Situation zu informieren. Mit ihrem Engagement setzen die Freiwilligen vor Ort Maßstäbe. Sie nehmen Urlaub für den Einsatz, zahlen die Flüge selbst, kommen für ihren Aufenthalt finanziell auf und arbeiten Vollzeit. Das ist der höchste Einsatz, den man erbringen kann, und dieses Miteinander spürt man allumfänglich. Für den n-tv Mittelstandspreis hätte ich mich vermutlich nicht beworben, wenn mich nicht ein Mitarbeiter darauf

aufmerksam gemacht hätte. So haben wir eine Bewerbung abgegeben und letztendlich hat es geklappt.

Als Vorstandsvorsitzender zeichnen Sie bei Mercy Ships Deutschland e.V. verantwortlich. Bitte geben Sie uns einen Einblick in aktuelle Geschehnisse dieser Hilfsorganisation und die Kooperation mit Dürr Dental.

Mercy Ships Deutschland ist ein Teil des weltweit agierenden amerikanischen Hauptwerkes. Gegründet wurde es in der Schweiz, aber heute ist es in Texas ansässig. In den Regionalbüros wird versucht, die Arbeit bekannt zu machen. Ärzte werden motiviert und geworben, Spendengelder akquiriert. Mit dem Schiff werden verschiedene medizinische Bereiche abgedeckt, neben der Zahnheilkunde beispielsweise auch Augenheilkunde, Orthopädie und Frauenheilkunde. Ein Schiff muss seetüchtig sein. Medikamente müssen vorrätig sein. Das alles kostet Geld. Dürr Dental versucht dabei auf breiter Front zu unterstützen. So stellen wir neben Geräten auch finanzielle Förderungen zur Verfügung. Zudem geben wir Mitarbeitern die Möglichkeit, vor Ort zu reisen und zu helfen. Wir versuchen, an der Front zu unterstützen und als WIR zu agieren, denn die ganze Belegschaft steht hinter dem Projekt. Und ich glaube – um noch einmal auf den n-tv Mittelstandspreis zurückzukommen – dieser Fakt hat die Jury schlussendlich überzeugt.

Auch im Bereich Studentenmarketing ist Dürr Dental aktiv. Welche aktuellen Projekte werden hier verfolgt?

Mike Layer (Marketingleiter): Wir beteiligen uns aktuell an der Zahni-Campus Uni-Roadshow, die es so in dieser Form noch nicht gab, durchgeführt vom Bundesverband der Zahnmedizinischen Alumni (BdZA). Unter anderem organisiert vom Vorsitzenden des BdZA, Jan-Philipp Schmidt, auch in Zusammenarbeit mit dem BdZM. Innerhalb von rund zwei Jahren werden alle Zahnkliniken deutschlandweit besucht. Durch den BdZA und BdZM wurden Partner gesucht, und wir sind einer dieser fünf Partner, der dieses Vorhaben jetzt unterstützt. So sind wir jeweils einen Tag direkt vor Ort bei den Uni-

versitäten präsent. Jeder Student erhält eine Informationstasche mit dem Material der Partner und den jeweiligen Kammern des Bundeslandes. Auch Informationen zu Mercy Ships werden unsererseits beigelegt. Dabei steht in der Ansprache kein direktes Bewerben von Produkten im Vordergrund, sondern es gilt erst einmal, bei den Studenten überhaupt bekannt zu werden.

Wie sehen die wirtschaftlichen Entwicklungen der letzten sechs Monate aus und welchen Ausblick können Sie uns für das zweite Halbjahr 2014 geben?

Im ersten Halbjahr 2014 hatten wir natürlich mit einigen Sondersituationen zu kämpfen. Zum einen war das erste Halbjahr 2013, bedingt durch den Brand, ein schwaches halbes Jahr, so dass 2014 auf dem Papier natürlich herausragend gut aussieht. Das hängt damit zusammen, dass wir eben im Vergleich zum Vorjahr durch den Brand eine sehr viel bessere Situation haben. Diese Dynamik versuchen wir bis zum Jahresende durchzuhalten. Wir sind zufrieden und kämpfen natürlich damit, dass uns immer noch eine Halle fehlt. Das heißt, wir haben einen etwas höheren Logistikaufwand. Aber wir haben uns an den neuen Ablauf gewöhnt, insofern sollte der uns nicht mehr im Wege stehen. Ich denke, 2014 wird für Dürr Dental ein gutes Jahr werden.

Stichwort Herbstmesse – wo wird Dürr Dental in diesem Jahr den Fokus setzen und wie gestaltet sich die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel?

Wie bereits erwähnt, wird die neue Tyscor-Linie fokussiert werden. Zudem wird das gesamte Thema Energieeffizienz einen hohen Stellenwert haben. Wir können Produkte anbieten, die einfach mit der Hälfte der Energie zu-recht kommen – das sind schon Quantensprünge, für die wir die Zahnärzte sicherlich begeistern können. Nach wie vor sind wir ganz klar handelsstreu ausgerichtet, denn wir sind Partner vom Handel und froh über diese Partnerschaft, die beidseitig sehr gut funktioniert. Wir sind ein verlässlicher Partner. Und der Handel ist für uns ein verlässlicher Partner. Das ist eine sehr positive Situation!

Beim Thema Fachhandel sind wir auch beim Thema Eigenmarken. Wie stehen Sie als markenherstellendes Unternehmen zu diesem „Trend“?

Wenn der Handel als unser Partner Eigenmarken hat, mit denen er zum Wettbewerber wird, ist das natürlich eine schwierige Situation. Das kann man sicherlich nicht anders beschreiben. Dennoch ist es uns bis jetzt gelungen, zu vernünftigen Vereinbarungen zu kommen. Ich bin zuversichtlich, dass wir in dem Spannungsfeld auch in Zukunft miteinander lösungsorientierte Wege finden, auf denen beide miteinander gehen können. Mittelfristig ist sicherlich davon auszugehen, dass auch die Eigenmarken eine Positionierung haben werden, so wie wir mit unseren Produkten unsere haben, denn Dürr Dental hat sehr hochwertige Desinfektionspräparate mit breiteren Leistungsspektren. Die Qualität einer Desinfektion ist natürlich schwerer für einen Anwender zu prüfen, weil er im Prinzip das Erfolgserlebnis der Nichterkrankung natürlich nur sehr bedingt sofort zu Gesicht bekommt. Aber wir haben Präparate, die mit Abstand das breiteste Wirkungsspektrum haben und auch in der Einwirkzeit relativ kurz sind. Und ich glaube, das ist das, worauf es ankommt. In der Zahnarztpraxis geht es um Sicherheit, um Zeit, um Geschwindigkeit. Und diese Themen haben wir im Griff. Da sind wir stark drin. Und deshalb bereitet mir diese Situation eigentlich keine Sorge.

Vielen Dank für das Gespräch!



DÜRR DENTAL AG
Infos zum Unternehmen

kontakt.

DÜRR DENTAL AG

Höpfheimer Straße 17
74321 Bietigheim-Bissingen
Tel.: 07142 705-0
info@duerr.de
www.duerrdental.com



EverClear™

der revolutionäre Mundspiegel!

Die Spiegelscheibe von EverClear™ rotiert, angetrieben von patentiertem Mikromotor, mit 15.000 U/min. Bohrstaub und Spraynebel werden einfach weggeschleudert.



EverClear™ ist ausbalanciert und handlich und selbstverständlich 100 % autoklavierbar.

EverClear™ – und Sie haben die Präparation immer klar im Blick!

Sie sehen, was Sie sehen wollen – immer!

IDENT Vertrieb Goldstein
Käferbaurstr. 60
32049 Paderborn

tel. +49 39 79 36 71 78
fax +49 39 79 36 71 79

info@ident-dental.de
www.i-ident-dental.com