

DENTAL ZEITUNG

extra

Fachhandelsorgan des Bundesverbandes Dentalhandel e.V.

New Generation

Unternehmensnachfolgen gesichert

DIE NÄCHSTE GENERATION



Auf die Frage nach den Maßnahmen für eine erfolgreiche Fortführung von Unternehmen, unabhängig von deren Größe und Branche, mag es vielfältige Antworten geben. Dabei geht es nicht nur um Nachfolgen an der Unternehmensspitze, sondern auch um die Nachfolgen in Schlüsselpositionen großer Betriebe. Nicht selten allerdings kommt die gezielte Frage nach Nachfolgeregelungen und Nachfolgern von relevanten Positionen zu kurz oder sie wird zu spät gestellt.

Diese Entwicklung habe ich vielfach in den verschiedensten Bereichen beobachten müssen, nicht immer mit positivem Ausgang. Als BVD-Präsident halte ich es für wichtig, das Thema Nachfolgeregelung und Nachfolge aufzugreifen und im Bedarfsfall zu einer Auseinandersetzung zu ermutigen. Wir haben deshalb diese Fragestellung an unsere Mitglieder weitergegeben. Die Rückmeldungen zu diesem Thema waren so positiv, dass ein Sonderheft der *DENTALZEITUNG* entstanden ist, das Ihnen vorliegende *DZ extra*. Deshalb danke ich allen Mitwirkenden, den Mitgliedsunternehmen und der Redaktion der *DENTALZEITUNG* sehr herzlich.

Die hier veröffentlichten Beiträge können als Anregung und Ermutigung angesehen werden. Sie zeigen Unternehmen, die sich aktuell, zurückliegend oder zukünftig mit dem Thema Nachfolgeregelung und Nachfolgern befassen. Es zählt zu den wichtigen und dringenden Aufgaben der langjährig Verantwortlichen, nicht nur frühzeitig die Weichen zu stellen, um einen reibungslosen Übergang und die Übertragung von Verantwortung einzuleiten, sondern sich ebenfalls mit den zukunftsweisenden Impulsen auseinanderzusetzen, die von den vorgesehenen Personen ausgehen. Dabei offenbaren sich historisch gereifte Werte und Unternehmensidentitäten, die von der nächsten Generation aus echter Überzeugung und mit neuen Akzenten fortgesetzt werden. Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre mit der ein oder anderen Anregung für vielleicht auch Ihre Nachfolgesituation.

Jochen G. Linneweh
BVD-Präsident



EIGENERFAHRUNG MACHT DEN UNTERSCHIED: Über den Mut, eine Übernahme frei und gut durchdacht zu entscheiden

ANTON KERN // Die Anton Kern GmbH mit Hauptsitz in Würzburg feiert in diesem Jahr ihren 100-jährigen Geburtstag. Begonnen als Zahnwarenhandlung innerhalb der Apotheke von Herrn Anton Kern, wurden über Jahrzehnte neben dem Dentalhandel praxisnahe Dienstleistungen entwickelt, welche bis heute das Leistungsspektrum des modernen Dentaldepots ergänzen. Christian Kern ist Inhaber und leitet die Anton Kern GmbH in vierter Generation – auch die fünfte steht bereits in den Startlöchern. Warum sich dennoch ein Plan B im Hinterkopf lohnt, erklärt Christian Kern im Interview.

Herr Kern, welche Nachfolgeregelungen bestehen in Ihrem Unternehmen und inwieweit greifen Sie hierfür auf Familienangehörige oder auch erprobte Mitarbeiter zurück?

Die Nachfolgeregelung der Firma Anton Kern Dental in Würzburg ist ein wichtiges Thema für die Zukunft des Unternehmens. Deshalb wurde in der Satzung verankert, dass der aktuelle Geschäftsführer spätestens bei Erreichen des Renteneintrittsalters seine Dienste aufgeben muss. Außerdem ist festgelegt, dass die Nachfolge nicht zwingend von einem Familienmitglied angetreten werden muss. Umso mehr freut es mich, dass der Sohn meiner Frau Tanja Kern, Yannic Maier, großes Interesse daran zeigt, nach seiner Ausbildung in das

Unternehmen einzusteigen und möglicherweise die Firma in der Zukunft zu übernehmen. Aktuell studiert Yannic Maier an der Julius-Maximilians-Universität in Würzburg Wirtschaftswissenschaften.

Es ist sehr erfreulich zu sehen, dass die nächste Generation bereits ein starkes Interesse an der Fortführung des Familienunternehmens zeigt. Yannic Maier wird durch sein Studium eine solide Grundlage in den Bereichen Wirtschaft und Management erwerben, die ihm helfen werden, die Herausforderungen einer Führungsposition zu meistern.

Die Übernahme eines Unternehmens ist eine komplexe Aufgabe, die sorgfältige Planung und Vorbereitung erfordert. Yannic möchte sich nach seinem Studium darauf konzen-



*„ICH BIN STOLZ DARAUFG, DIESES UNTERNEHMEN
IN SEINE KOMMENDEN HUNDERT JAHRE
FÜHREN ZU DÜRFEN.“
CHRISTIAN KERN, INHABER UND
GESCHÄFTSFÜHRER DER ANTON KERN GMBH*

trieren, wertvolle Erfahrungen und Kenntnisse in der Dentalbranche zu sammeln, um seine Fähigkeiten und sein Verständnis für die Abläufe und Bedürfnisse eines Unternehmens zu erweitern.

Diese Erfahrungen wird er auch außerhalb des eigenen Unternehmens sammeln, um sein Wissen und sein Potenzial weiterzuentwickeln. Praktika oder Tätigkeiten in anderen Unternehmen helfen ihm, neue Perspektiven zu gewinnen und in Bereichen wie Marketing, Vertrieb oder Finanzen seine Kompetenzen zu stärken.

Im Unternehmen selbst wird parallel eine Nachfolgestrategie entwickelt, um einen reibungslosen Übergang zu gewährleisten. Unser großartiges Team, bestehend aus erfahrenen Führungskräften, wird beratend hinzugezogen, um bei der Planung und Umsetzung der Nachfolgeregelung zu unterstützen. So steht Yannic Maier ein kompetentes Netzwerk für ein internes Mentoring zur Verfügung.

Es ist ermutigend zu sehen, dass Yannic das Potenzial hat, in meine Fußstapfen zu treten und Kern Dental in der Zukunft zu übernehmen. Mit der richtigen Vorbereitung und Unterstützung wird er dazu beitragen, das Unternehmen erfolgreich in die nächste, die fünfte Generation zu führen.

Mit welchen etwaigen Herausforderungen rechnen Sie?

Die Nachfolgeregelung in einem Familienunternehmen ist kein leichtes Unterfangen. Allein die Entscheidung, wer die Nachfolge antritt, kann schon zu Spannungen und Konflikten innerhalb der Familie führen. In unserer Familie hat sich die Frage der Nachfolge zum Glück unspektakulär gelöst. Mein Neffe, Anton Kern, entschied sich nach seinem Abitur für das Studium der Pharmazie und tritt somit in die Fußstapfen unseres Gründers, Anton Kern, der ebenfalls Apotheker

war. Nachdem sich der Sohn meiner Frau ambitioniert zeigte, die Firma zu übernehmen, ist aktuell die Frage der Nachfolge bei Kern Dental geklärt.

Ich habe mich bewusst nie emotional mit dem Thema Nachfolger auseinandergesetzt und immer den Standpunkt vertreten, dass es kein MUSS, keinen ZWANG geben sollte und eine Nachfolge eine freie und gut durchdachte Entscheidung sein soll. Mit dieser Haltung kann ich eine rationale und objektive Entscheidung treffen und Fehler einer emotionalen Nachfolgersuche umgehen.

Eine Herausforderung stellt die Planung und das Timing dar. Eine gute Nachfolgeplanung erfordert Zeit und eine sorgfältige Vorbereitung, um eine unsichere Übergangsphase zu vermeiden. Die eigentliche Herausforderung liegt darin, dies in den Alltag zu integrieren und nicht aus den Augen zu verlieren. Alles in allem kann ich sagen, das Thema Nachfolge in einem Familienunternehmen erfordert Fingerspitzengefühl und idealerweise geht man das Thema mit wenig emotionaler Bindung an.

Ein weiterer Aspekt, welchen ich berücksichtige: Die Entscheidung eines jungen Menschen kann sich in seiner Entwicklung auch ändern. Daher behalte ich im Hinterkopf einen Plan B. Dieser beinhaltet, junge, motivierte Mitarbeiter in Führungspositionen zu setzen und deren Fähigkeiten und Erfahrungen so zu stärken und zu fördern, dass ein solides Fundament im Unternehmen entsteht, um eine Nachfolge gegebenenfalls auch von außerhalb der Familie zu planen.

Unternehmen sind „nur“ so erfolgreich und stark wie ihr Wertesystem – welche Werte machen im Kern Ihr Business aus und wie garantieren Sie, dass diese Werte von lang-

jähig Verantwortlichen an die neue Generation weitergegeben werden?

Unsere Unternehmenswerte sind klar definiert und kommuniziert. Damit diese über Generationen hinweg weitergegeben werden, sind sie in unserer Unternehmenskultur verankert. Wir leben unsere Werte vor: Werte wie Freundlichkeit, Hilfsbereitschaft und Ehrlichkeit sind traditionelle Werte bei Kern Dental und werden tagtäglich gelebt. Diese Werte werden seit Generationen durch den Umgang miteinander weitergegeben. Zuverlässigkeit, Rechtschaffenheit und Loyalität sind ebenfalls fest in unserem Unternehmen verankert.

Eine wichtige Rolle spielen unsere Unternehmenswerte auch bei unserem Einstellungsprozess. So ist neben der fachlichen Kompetenz genauso wichtig, ob der neue Mitarbeiter unsere Werte teilen kann und mitträgt.

In all unseren Unternehmensprozessen sind die Unternehmenswerte mit integriert und ein fester Bestandteil. So machen wir regelmäßig deutlich, wie wichtig uns diese Werte sind.

Meines Erachtens ist der wichtigste Aspekt jedoch die Vorbildfunktion. Wenn ich nicht hinter meinen eigenen Unternehmenswerten stehe, mit gutem Beispiel vorangehe und diese in meinem täglichen Handeln verkörpere, so kann ich dies auch nicht von meinen Mitarbeitenden erwarten.

Statement

In der Welt der Konzerne und der Exit-Strategien hat das eigentümergeführte, mittelständische, regionale Unternehmen einen ganz besonderen Wert. Genau diese Wertigkeit sollten mittelständige Unternehmen viel mehr hervorheben und damit kokettieren. Die Menschlichkeit

ist in der Zeit von Zahlen und Schnellebigkeit eine wichtige Konstante.

Ja, wir sind klein, ja wir haben keine unbegrenzten Mittel zur Verfügung. Dafür können wir schnelle Entscheidungen treffen und müssen keine Vorgaben des Konzerns erfüllen. Ein mittelständisches Unternehmen ist nah an der Region und dadurch auch nah am Kunden. Wir sind hier aufgewachsen, groß geworden und kennen die Menschen, die hier leben. Wir sind persönlich für unsere Kunden da, wir können direkt entscheiden und handeln.

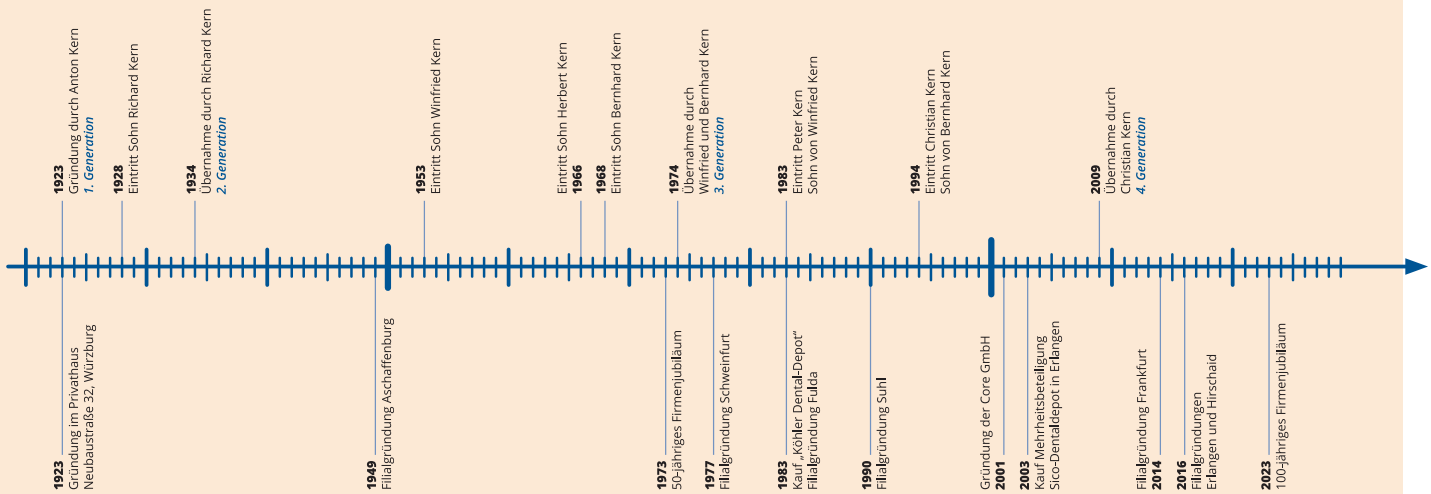
Als Mittelständler tragen wir eine große Verantwortung und kämpfen jeden Tag mit neuen Herausforderungen. Oft ist die ganze Familie am und im Unternehmen beteiligt, auch das ist Verantwortung, die getragen werden muss. Meine Mitarbeitenden sind keine Personalnummern, sondern echte Menschen, die ich zum Teil schon kannte als ich noch zur Schule ging. Ich kenne die Namen meiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und ihre Familien, wir sind wie eine Familie. Wir sind füreinander da und helfen uns, auch wenn es mal nicht so gut läuft. Genauso gehen wir auch mit unseren Kunden um. Das ist die Kraft eines mittelständischen Unternehmens.

Kern Dental ist seit 100 Jahren in Würzburg, immer unternehmergeführt, immer familiengeführt, und wir haben als Familie alle Höhen und Tiefen durchlebt. Das macht uns nur noch stärker und besser.

Umso erfreulicher ist es für mich, dass diese Tradition weiterlebt. Dass das Familienunternehmen Kern Dental durch ein Familienmitglied weitergeführt wird, mit den Werten, wie es nur in einer Familie weitergegeben werden kann.

Die Herausforderungen werden in der Zukunft sicher nicht weniger. Konzerne, Onlineanbieter und politische Fehlscheidungen beschäftigen uns heute schon. Doch 100 Jahre zeigen mir, es ist möglich und es ist richtig, was und wie wir es tun.





Von 1923 bis heute: 100 Jahre KERN DENTAL

Unter dem Motto „Tradition trifft Innovation“ entwickelte sich die Anton Kern GmbH mit Hauptsitz in Würzburg innerhalb der vergangenen 100 Jahre von einer Zahnwarenhandlung innerhalb einer Apotheke zum überregionalen Händler und Dienstleister in der Dentalmedizin von heute; zum All-round-Dentalleister. An vier Standorten stehen mehr als 60 Mitarbeitende ihren Kunden aus der Dentalmedizin neben dem Produkthandel auch mit praxisnahen, bedarfsorientierten Dienstleistungen durch Rat und Tat zur Seite.

Christian Kern führt das älteste durchgehend in Familienhand geführte Dental-Depot Deutschlands nun in vierter Generation.

Der klassische **Produkthandel** mit über 139.000 Artikeln – von **Verbrauchsmaterial** über Gerätschaften bis hin zu **Praxis-Einrichtungsgütern** – bildet nach wie vor die Basis im Leistungsspektrum von Kern Dental. Die Zugehörigkeit zur Dental Union sichert hohe Verfügbarkeit und schnelle Lieferung sowie die Auswahl zwischen Marken- und Eigenmarkenprodukten. Ebenso zählt die **dentale Technik** zu den grundlegenden Kern-Leistungen im Angebot. Erfahrene Servicetechniker montieren, warten, reparieren und prüfen alle technischen Geräte einer Zahnarztpraxis (wie beispielsweise Sterilisatoren), um sie auf dem neuesten Stand zu halten.

Auf dem neuesten Stand ist die Anton Kern GmbH dank der hauseigenen Innovationskraft ebenfalls: Seit über 20 Jahren gibt es ein **internes IT-Systemhaus**. Das Spezial-Team aus

Röntgentechnikern und IT-Fachkräften unterstützt Dentalmediziner in sämtlichen digitalen Belangen (wie zum Beispiel der Datensicherung oder auch den digitalen Diagnosesystemen).

Bei **Praxisneugründungen** oder -Umbauten kommen hingegen Projektplaner der Kern-Planungsabteilung zum Zug. Sie stellen auf der Basis ihrer Planung sicher, dass die jeweiligen Gewerke koordiniert und termingerecht die neue Praxis errichten. Nicht minder spezialisiert ist die hauseigene **Marketingabteilung**, die die Außendarstellung ihrer Kunden konzeptioniert und umsetzt. Kurzgefasst lässt das leistungsfähige Kern Dental-Angebot – nicht zuletzt dank seiner professionellen Teams in jedem Unternehmensbereich – keinen dentalmedizinischen Kundenwunsch offen.

ANTON KERN GMBH

Unterdürnbacher Straße 200
97080 Würzburg
Tel.: +49 931 90888-0
info@kern-dental.de
www.kern-dental.de

„IN EINEM FAMILIENUNTERNEHMEN WÄCHST MAN IN DIE AUFGABEN HINEIN“

DENTAL BAUER // Jörg Linneweh ist geschäftsführender Gesellschafter der dental bauer GmbH mit Sitz in Tübingen und verantwortet insbesondere die Bereiche Einkauf, Logistik, Personal, IT und E-Com. Nach seinem Studium zum Wirtschaftsingenieur sammelte er mehrere Jahre Erfahrungen bei BASF und stieg 2014 in das durch seinen Vater Jochen G. Linneweh aufgebaute Familienunternehmen ein. Von jetzt auf gleich zum Geschäftsführer – ein mutiger, arbeitsintensiver Schritt, der sich für alle Beteiligten als beste Entscheidung herausgestellt hat.

Herr Linneweh, welche Nachfolgeregelungen haben Sie in Ihrem Unternehmen getroffen?

Ich bin seit 2014 Geschäftsführer im elterlichen Unternehmen, an der Seite meines Vaters und gemeinsam mit Heiko Wichmann. Als Jugendlicher habe ich bereits im Unternehmen gejobbt und war immer sehr nah dran. Es gab für mich nie einen Zwang oder eine Erwartungshaltung, unbedingt zu dental bauer kommen zu müssen. Mir war es persönlich wichtig, ein Studium im Bereich Ingenieurwesen zu absolvieren, danach berufliche Erfahrungen außerhalb der Dentalbranche zu sammeln, um dann zu entscheiden, wohin mein persönlicher Weg gehen soll. Selbstverständlich war es aber auch immer eine Herzensangelegenheit, die beruflichen Erfolgsgeschichten innerhalb unserer Familie fortzuführen: meine Großväter waren Unternehmer, mein Vater ist es bekanntlich und so wächst man in eine solche Aufgabe hinein. Zusätzlich überzeugend für mich war, dass dental bauer immer ein sehr fortschrittliches Unternehmen war, mit starker Historie und viel Potenzial für die Zukunft. Bemerkenswert finde ich bis heute die Menschen, die in unserem Unternehmen arbeiten. Genau das bringt am Ende Spaß und Erfolg. Das war die Basis – auch für meine persönliche Entwicklung.

Können Sie unseren Lesern etwas zu den besonderen Herausforderungen berichten, die Sie beim Eintritt in das Familienunternehmen erwartet haben?

Für mich war es nach dem Studium wichtig, nicht direkt einzusteigen. Ich suchte mir zunächst bewusst ein Unternehmen außerhalb der Dentalbranche. Folglich habe ich drei Jahre bei der BASF gearbeitet und konnte mich dort, nennen wir es „selbst beweisen“. Danach kam der Schritt ins Unternehmen, und das direkt in die Geschäftsführung. Natürlich musste ich mich behaupten, natürlich wurde ich auch herausgefordert. Für mich war aber von Anfang an klar, dass es für mich nur diese Position sein konnte. Ich konnte mir nicht

vorstellen, neben einer Person oder Position nur mitzulaufen oder zuzuarbeiten. Ich wollte von Beginn an selbst gestalten, und das auch mit dem erforderlichen Einfluss. Kurz zuvor war auch Heiko Wichmann in das Unternehmen eingetreten, so hat von Beginn an auch die Aufgabenteilung zwischen uns dreien gut funktioniert. Mein Vater ist bis heute noch in gewisser Weise Mentor. Ihm war daran gelegen, die Voraussetzungen zu schaffen, dass der Start gut gelingt. Rückblickend bestand die größte Herausforderung darin, Akzeptanz zu erhalten und ein Netzwerk innerhalb der Firma sowie innerhalb der Dentalbranche aufzubauen. Und natürlich darin, auch mit Ideen und eigenen Überlegungen einen Mehrwert für das Unternehmen zu schaffen. Die Motivation, nicht nur eine Position zu haben, sondern einen relevanten Beitrag für dental bauer zu leisten.

Herr Linneweh, gibt es auch Entscheidungen und Ideen, wo Sie sagen, diese wollten Sie unbedingt verwirklichen, obwohl Ihr Vater das so nicht gemacht hätte? Und wo Sie mit Heiko Wichmann dann gesagt haben, okay, das probieren wir jetzt einfach mal aus?

Wir haben in allen wesentlichen Punkten ziemlich Konsens. Es gab immer mal in Nuancen Punkte, wo wir eine unterschiedliche Sicht auf Dinge hatten. Aber bei den wesentlichen Fragen liegen wir immer auf einer Linie. Wir waren uns immer einig, maximalen Fokus auf unseren Technischen Service und den Dienstleistungsgedanken zu legen. Für uns war und ist immer klar, dass wir für eine erfolgreiche Geschäftsbeziehung mit allen Mitarbeitern emotional und geografisch nahe an unseren Kunden sein müssen. Auch die Entscheidung, nicht alles über unseren Onlinebereich abzubilden oder zu viele Prozesse zu zentralisieren, war eine gemeinschaftliche. Uns war und wird es immer wichtig sein, lokal zu handeln. Das schafft nachhaltig vertrauensvolle Beziehungen zu unseren Kunden, und das werden wir uns bewahren.



Eine Zwischenfrage, wie kann man sich bei Ihnen große Entscheidungsprozesse vorstellen? Ist das jetzt eine Aufgabe, die Sie sich mit Heiko Wichmann teilen, oder inwieweit ist Jochen Linneweh hier weiterhin involviert?

Es ist grundsätzlich so, dass jeder von uns seine Aufgaben im Unternehmen hat. Wenn aber jemand der Meinung ist, eine Entscheidung ist wesentlich und hat Auswirkungen auf das gesamte Unternehmen, dann muss ein Austausch her und ein Konsens gefunden werden. Wir telefonieren regelmäßig auf Geschäftsführungsebene und treffen uns außerhalb des täglichen Geschäfts in regelmäßigen Abständen – auch pflegen wir privat ein sehr gutes Verhältnis zueinander. Dann schließen wir uns wortwörtlich für mindestens einen Tag ein und treffen gemeinsam Grundsatzentscheidungen. Im Tagesgeschäft gibt es auch viele Dinge auf Zuruf. Diese liefen von Anfang an auf Augenhöhe ab. Dazu gehört auch die Perspektive, dass sich mein Vater Ende dieses Jahres inhaltlich von seiner Aufgabe her verändern wird. Er wird die Geschäftsführertätigkeit abgeben, gleichzeitig dann eine Beiratsfunktion für die gesamte dental bauer Gruppe übernehmen. Operativ wird er weiterhin für die Schweiz und Österreich verantwortlich sein. Hieraus resultiert, dass zukünftig Entscheidungen anders getroffen werden. Hinzu kommt, dass wir uns bereits vor über zwölf Monaten bewusst entschieden hatten, die Nachfolge vorzubereiten und vier langjährige Kollegen in den Kreis der Geschäftsleitung aufgenommen haben.

Was zeichnet dental bauer als dentales Handelsunternehmen aus? Was sind die Werte, die für die Geschäftsführung, aber auch für die Mitarbeiter gelten? Was ist die Message, die Sie damit in Ihrer täglichen Arbeit transportieren wollen?

An erster Stelle die Glaubwürdigkeit – egal, ob gegenüber Mitarbeitern, Kunden oder Lieferanten. Ich kann mir nur vor-

stellen, ein Unternehmen zu führen, in dem ich an die Menschen glaube, die für eine gemeinsame Sache arbeiten. Wenn ich von etwas überzeugt bin, glaube ich daran und bin dann in meiner Sache erfolgreich. Für mich ist wichtig, dass wir als Geschäftsführung und Unternehmen verlässlich sind und man uns vertrauen kann. Nur dann können wir auch authentisch unseren Kunden und Partnern gegenüber, aber auch zu uns selbst sein. Authentizität ist ohnehin vor allem in der heutigen Zeit eine wichtige Eigenschaft und Basis, auf der Vertrauen gebildet werden kann. Ein weiterer wichtiger Unternehmenswert ist Loyalität. Das erwarten wir im Gegenzug auch von unseren Partnern, denn so verhalten wir uns auch. Wie man mit diesem Wert umgeht, entscheidet am Ende aber jeder für sich. Innovativ zu sein, ist uns wichtig. Ich sehe unsere Aufgabe als Unternehmen darin, Innovationen zu entwickeln, um unseren Kunden dadurch einen Mehrwert zu bieten. Dazu gehört auch Mut. Unternehmertum heißt für mich auch, mutig zu sein. Jeden Schritt, den wir in den letzten Jahren gemacht haben, haben wir vorher abgewogen, aber wenn wir eine Entscheidung finalisiert haben, dann sind wir auch mutig vorangegangen. Ich glaube, das ist in der heutigen Zeit wichtig: diese Verantwortung dann auch anzunehmen.

dental bauer GmbH

Ernst-Simon-Straße 12
72072 Tübingen
Tel.: +49 7071 9777-0
Fax: +49 7071 9777-50
info@dentalbauer.de
www.dentalbauer.de

DER FRÜHE VOGEL FÄNGT DEN BOHRER

Leidenschaft für gute Produkte in vierter Generation

HORICO // Auf langjährige Kundenbeziehungen und Fachhändler in über 80 Ländern blickt das Familienunternehmen in der mittlerweile vierten Generation. Dabei galt es eine Nachfolgeregelung unter den insgesamt vier Geschwistern zu finden: Zwei fingen Feuer, zwei schlugen andere berufliche Wege ein. Über Firmengeschehen am heimischen Abendbrottisch, Ferienjobs in der Produktion und die erste Messeluft mit gerade einmal 16 Jahren sprechen die Geschäftsführerinnen Sonja Hopf-Heller und Dr. Susanne Hopf.

HORICO wurde 1918 von unserem Urgroßvater Paul Hopf gegründet, wir sind also ein Familienunternehmen in vierter Generation. HORICO ist Hersteller von hochwertigen rotierenden Instrumenten und Separierstreifen für Zahnärzte und Zahn-techniker.

Die Übergabe an uns fiel unserem Vater nicht leicht, schließlich ging es um sein „Baby“, sein Lebenswerk. Offen gesagt fand er es befremdlich, dass wir manche Dinge anders machen wollten als er, und da krachte es auch mal. Letztlich fanden wir aber eine gute Lösung: Um den Übergang leichter zu machen, war unser Vater nach seinem Ausscheiden noch als Berater bei HORICO angestellt. Dadurch konnte er uns noch begleiten und beraten, stand aber nicht mehr in der Verantwortung, was ihn ruhiger machte. Und wir hatten bei einer Tasse Kaffee einen wunderbaren Ansprechpartner zur Verfügung.

Unserem Vater war es wichtig, dass wir schon als Kinder mit HORICO in Kontakt kamen. Am heimischen Abendbrottisch erzählte er zwischen Graubrot und Schinken von Produkten und vom Fachhandel oder fragte, wie wir manche Probleme lösen würden. Als Kinder durften wir ihn zum Geschäftsessen mit ausländischen Kunden begleiten und – ziemlich holprig

und sehr aufgeregt – unser Schulenglisch ausprobieren. Schön waren auch unsere Stippvisiten in der Firma: Dort nahmen sich die meisten Mitarbeiter Zeit und hatten eine Süßigkeit für uns. Wer wollte, konnte auch in den Ferien sein Taschengeld aufbessern und in der Produktion mitarbeiten. Dabei lernten wir: Zum einen ist das viel Arbeit, zum anderen ist HORICO präzisionsverliebt bis in die Bohrspitze. Mit 16 Jahren standen wir das erste Mal an dem HORICO-Stand auf der IDS. Zwar noch sehr grün hinter den Ohren, aber hoch motiviert. Die vielen Bilder von Mundinnenräumen und Zahnbehandlungen fanden wir zwar etwas merkwürdig, aber der herzliche Umgang in der Dentalfamilie und mit unseren Kunden gefiel uns sofort!

Ganz anders war es, als wir die Schule abgeschlossen hatten. Jetzt galt das Motto: „Mach erstmal selbst etwas.“ Es war komplett unerwünscht, nur als „Tochter-von“ in das Unternehmen einzusteigen. Vielmehr war es unserem Vater wichtig, dass seine Kinder eine Ausbildung oder ein Studium machen, gerne auch im Ausland, um dann mehrere Jahre bei verschiedenen Arbeitgebern Berufserfahrungen zu sammeln. Es ging darum, „gestärkt“ zu HORICO zurückzukehren und Impulse von außen mitzubringen. So kam es, dass wir beide schon weit in unseren 30ern waren, als wir bei HORICO einstiegen. Dass wir Geschwister mal so gut zusammenarbeiten würden, hätten wir als Kinder übrigens nicht gedacht, denn damals fanden wir uns gegenseitig eher nervig. Wir sind immer noch ziemlich verschieden, aber das gegenseitige Vertrauen ist ein Goldschatz. Der frühe Kontakt mit HORICO hat uns positiv geprägt, denn alle vier Kinder unseres Vaters haben daraufhin später mal in der Firma gearbeitet. Und uns beiden hat es so gut gefallen, dass wir das Lebenswerk nun fortführen.



Dr. Susanne Hopf (links) und Sonja Hopf-Heller

Hopf, Ringleb & Co. GmbH & Cie.

Gardeschützenweg 82

12203 Berlin

info@horico.de

Kompetenz und Vertrauen



IPS e.max[®]
ZirCAD Prime
ZirCAD Prime Esthetic

Verlassen Sie sich auf IPS e.max[®] ZirCAD Prime, wenn es um Qualität, Langlebigkeit, Stabilität und vor allem Ästhetik geht.



Mehr
erfahren



„LEARNING ON THE JOB“ als Garant für erfolgreiche Nachfolgeprozesse

IVOCLAR VIVADENT // Die Ivoclar Vivadent GmbH in Ellwangen (Deutschland) ist Teil der Ivoclar Gruppe mit Hauptsitz in Schaan, Liechtenstein. Die Ivoclar Gruppe zählt weltweit zu den führenden Anbietern von integrierten Lösungen für qualitativ hochwertige dentale Anwendungen. Neben der Deutschlandvertretung befindet sich am Standort Ellwangen auch das Global Distribution Center der Ivoclar Gruppe und beliefert von dort aus mehr als 130 Länder weltweit. Ivoclar Deutschland ist eine von 47 Tochtergesellschaften der Ivoclar Gruppe und beschäftigt am Standort Ellwangen rund 300 Mitarbeitende. Norbert Wild, Geschäftsführer der Ivoclar Vivadent GmbH, gibt Einblicke in das interne Talent- und Nachwuchsförderprogramm.

Herr Wild, welche Nachfolgeregelungen bestehen in Ihrem Unternehmen und inwieweit greifen Sie hierfür auf Familienangehörige oder auch erprobte Mitarbeiter zurück?

Um operativ die Kontinuität bestehender, effektiver Abläufe zu garantieren, Wechsel für die jeweiligen Teams so reibungslos wie möglich zu gestalten und im Unternehmen vorhandenes Wissen zu erhalten, setzt Ivoclar auf eine strategische, langfristig angelegte Nachfolgeplanung. Diese folgt einem klaren, globalen Prozess und wird durch regelmäßige Mitarbeitergespräche initiiert. In diesen Gesprächen werden

nicht nur aktuelle Leistungen besprochen, sondern auch Ziele für das kommende Jahr sowie langfristige Entwicklungsziele festgelegt. Daraus entwickelt sich dann auch die Grundlage für unsere Nachfolgeplanung sowie die Talentförderung.

Darin bieten wir Mitarbeitenden mit Potenzial unter anderem externe und interne Weiterbildungsmöglichkeiten. Diese reichen von formellen Schulungen bis hin zu informellen Lernmöglichkeiten und werden durch Mentoring-Programme ergänzt, bei denen erfahrenere Kolleginnen und Kollegen ihr Wissen und ihre Erfahrungen teilen. „Learning on the Job“

„UNSER ANSATZ FÖRDERT DIE MÖGLICHKEIT FÜR MITARBEITENDE, IM TALENT- UND NACHFOLGEPROZESS GRENZÜBERSCHREITEND UND IN VERSCHIEDENEN BEREICHEN ODER ABTEILUNGEN ERFAHRUNGEN ZU SAMMELN.“



mit Ausprobieren, Feedback geben und einholen sowie Selbstreflexion sind zentral für unseren Nachfolgeprozess.

Welchen Herausforderungen sind Sie bisher im Nachfolgeprozess begegnet oder, wenn das Thema erst zukünftig auf Ihrer Agenda steht, mit welchen etwaigen Herausforderungen rechnen Sie?

Eine umfassende Perspektive auf die diversen Unternehmensbereiche ist entscheidend, um als Führungskraft später Prozesse ganzheitlich zu verstehen, Entscheidungen sorgfältig zu prüfen und letztendlich zum Vorteil des Unternehmens sowie seiner Belegschaft zu fällen. Unser Ansatz fördert daher die Möglichkeit für Mitarbeitende, im Talent- und Nachfolgeprozess, grenzüberschreitend und in verschiedenen Bereichen oder Abteilungen Erfahrungen zu sammeln. Um dies zu ermöglichen, werden individuelle Entwicklungspläne benötigt. In diesen Plänen werden verschiedene Lern- und Entwicklungsfelder identifiziert, die auf die spezifischen Bedürfnisse und Potenziale jeder und jedes Einzelnen zugeschnitten sind. Im Prozess gilt es, Entwicklungsziele zu eruieren, wirksame Maßnahmen zu definieren und die Umsetzung auch im bisweilen hektischen Arbeitsalltag sicherzustellen. Angesichts der hohen Komplexität stellt dies im Talent- und Nachfolgeprozess die wohl größte Herausforderung für uns dar.

Unternehmen sind „nur“ so erfolgreich und stark, wie ihr Wertesystem – Welche Werte machen im Kern Ihr Business aus und wie garantieren Sie, dass diese Werte von langjährig Verantwortlichen an die neue Generation weitergegeben werden?

Unsere Verantwortung erstreckt sich natürlich über das Erzielen von wirtschaftlichem Erfolg hinaus und beinhaltet die Bewahrung der natürlichen Ressourcen für zukünftige Generationen sowie die Förderung eines gerechten und solidarisches Zusammenlebens. Als ein familienbetriebenes Unternehmen ist unser Denken und Handeln naturgemäß auf die Zukunft ausgerichtet und wird in Form von fünf Grundwerten auch an künftige Generationen weitergegeben: Der **respektvolle** und wertschätzende Umgang mit allen Menschen; **Lächeln**, das nichts kostet, aber Wunder wirken kann; das **Fokussieren** auf das Wesentliche, um Ziele zu erreichen; zu **handeln**, statt abzuwarten; und nicht zuletzt: über das Engagement jeder und jedes Einzelnen zu **wachsen**. Als verantwortungsbewusste Arbeitgeberin legen wir großen Wert auf Gleichstellung und Diversität, fördern die Arbeitszufriedenheit durch entsprechende Programme und unterstützen die Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

Ivoclar Vivadent GmbH

Dr.-Adolf-Schneider-Straße 2
73479 Ellwangen
www.ivoclar.com/de_de



MEHRWERT- EXPERTIN

TYPISCH VERTRIEBSLEITERIN IM DENTAL-
HANDEL: IM VERBAND WIRD SIE NOCH BESSER.

Für die Vertriebsleitung und Geschäftsführung der im BVD organisierten Dentalhandels-Unternehmen ist der Verband Thinktank und Netzwerk zugleich. In Arbeitskreisen und bei Fortbildungen wird Fachwissen aktualisiert. Im Austausch mit den Marktpartnern werden Produkte und Lösungen optimiert. Unabhängig und kompetent. Eine sichere Bank für Zahnarzt und Labor.

Einer der vielen Vorteile Ihres BVD.
Mehr darüber hier: bvdental.de

DENTALE ZUKUNFT BEGINNT HEUTE!





Gelungene Übergabe bei MELAG Medizintechnik: Dr. Steffen Gebauer und seine Söhne Dr. Niklas Gebauer (links) und Sebastian Gebauer

SEIT DREI GENERATIONEN NAH AM KUNDEN

Familienunternehmen aus Überzeugung und Leidenschaft

MELAG // Dr. Steffen Gebauer führt das Familienunternehmen MELAG aus Berlin in zweiter Generation seit über 50 Jahren. Er übernahm den 1951 gegründeten Hersteller von Produkten für die Instrumentenaufbereitung damals selbst von seinem Vater. In 2019 wurde MELAG nun mit dem Einstieg von Dr. Niklas und Sebastian Gebauer in die Geschäftsführung um die dritte Generation erweitert.

Herr Dr. Niklas Gebauer, Herr Sebastian Gebauer, seit wann war klar, dass Sie in das Unternehmen einsteigen?

Es gab keinen genauen Zeitpunkt, aber spätestens im Studium hat sich abgezeichnet, dass wir das Interesse sowie den Mut und Ehrgeiz haben, uns der unternehmerischen Verantwortung zu stellen. Der Startzeitpunkt war aber nicht minutiös geplant, sondern wir wollten uns zuerst in anderen Unternehmen im Inland und auch im Ausland beweisen und Erfahrungen sammeln.

Wie wurde der Generationswechsel vorbereitet?

Als Unternehmerfamilie haben wir schon immer viel über die MELAG gesprochen. Zwar haben wir unseren Vater schon als Kinder zu wichtigen Messen begleitet, aber wichtig war uns und vor allem auch unserem Vater, dass kein Druck erzeugt wird, sondern die Motivation zu einem Einstieg in das Unternehmen intrinsisch entsteht.

Als gute Idee von unserem Vater erwies sich, dass schon im Jugendalter die E-Mails, die an ihn gesendet wurden, auch automatisch an uns gingen. So konnten wir, sofern uns das Thema zu diesem Zeitpunkt schon interessierte, immer informiert bleiben. Wir konnten dadurch auch einen guten Einblick in den Unternehmeralltag mit all den positiven Themen aber auch den Problemen und Diskussionen gewinnen.

Als während des Studiums für uns beide absehbar war, dass wir uns eine Zukunft als dritte Unternehmerngeneration bei MELAG vorstellen können, wurde die Arbeit intensiviert. Parallel zum Studium nahmen wir bereits an vielen Meetings im Unternehmen teil, brachten Ideen ein und leiteten erste Projekte, ohne allerdings eine offizielle Position im Unterneh-

men zu haben. So konnten wir frei von zu viel Verantwortung schon viele Berührungspunkte mit Themen und Personen im Unternehmen knüpfen und die MELAG noch besser kennenlernen.

Uns war es dann wichtig, gleichzeitig in das Unternehmen einzusteigen, damit nicht die andere Person schon länger dabei ist und „gefühl“ in der Hierarchie über dem anderen steht. So kam es dann zu dem gemeinsamen Start als geschäftsführende Gesellschafter am 1.1.2019.

Wie liefen die ersten Wochen und Monate ab?

Der Vorteil war, dass wir im Unternehmen bereits gut vernetzt waren, unsere Fachhandelspartner kannten und schon ein solides Marktwissen hatten. Der Fokus in den ersten Wochen bestand trotzdem darin, mit jedem Team aus der MELAG separate kleinere Meetings abzuhalten, um die Arbeitsweise, die Aufgaben und vor allem die Personen noch besser kennenzulernen. In diesen Meetings haben wir auch die Chance genutzt, uns noch detaillierter selber vorzustellen und allen mitzuteilen, wohin wir die MELAG steuern möchten und was unsere Schwerpunkte für die kommenden Jahre sein werden.

Diese „Kennenlernrunden“ waren ein wichtiges und positives Signal und die Meetings und das Mitwirken in den einzelnen Abteilungen haben auch viel Spaß gemacht, weil wir dadurch bereits viele Ideen generieren konnten, wie wir einzelne Verbesserungen umsetzen können.

Essenziell war für uns insbesondere in den ersten Monaten eine umfangreiche Kommunikation an alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, dass wir keine disruptiven Veränderungen



vorantreiben möchten, sondern dass die MELAG nachhaltig gut auf Kurs ist und wir unserem bisherigen Fokus auf Instrumentenaufbereitung und Qualität „100% made in Germany“ treu bleiben werden.

Was raten Sie anderen Unternehmerfamilien, die vor einem Generationswechsel stehen?

Das wichtigste ist eine ehrliche und offene Kommunikation darüber, ob Unternehmertum überhaupt etwas ist, das die folgende Generation glücklich macht. Für uns war das recht klar, aber es gibt leider viele Beispiele auch in unserem Freundeskreis, bei denen die nachfolgende Generation in das Unternehmen einsteigt, ohne wirklich Freude daran zu haben. Da tut sich weder die übergebende Generation noch die übernehmende Generation einen Gefallen. Daneben ist es ebenso wichtig, darüber zu sprechen, wie ggf. Aufgaben und Verantwortlichkeiten innerhalb der Familie aufgeteilt werden sollen, wie die Zusammenarbeit gestaltet werden soll – und die nachfolgende Generation sollte mit der älteren Generation darüber sprechen, welche Veränderungen sie einbringen möchte. Denn es ist für ein harmonisches Miteinander innerhalb der Familie entscheidend, dass die ältere Generation der jüngeren Generation ausreichend Vertrauen schenkt. Das hat bei uns in der MELAG glücklicherweise sehr gut funktioniert, aber es ist keine Selbstverständlichkeit in anderen Unternehmen.

MELAG Medizintechnik GmbH & Co. KG

Geneststraße 6–10
10829 Berlin
Tel.: +49 30 757911-0
info@melag.de

DENTALDESIGN FÜR INDIVIDUALISTEN MADE BY DENTAL BAUER



ERLEBEN SIE
MASSGESCHNEIDERTE
PRAXISPLANUNG UND
AUSDRUCKSSTARKE
DESIGNKONZEPTE
JENSEITS DER STANDARDS.



INDIVIDUALITÄT UND EXKLUSIVITÄT

Wir unterstreichen das Einzigartige Ihrer Räume und schaffen eine unverwechselbare Atmosphäre, die Ihrer Praxis ein Alleinstellungsmerkmal verleiht.

DESIGN TRIFFT FUNKTION

Wir konzipieren für Sie Lösungen, die alle funktionalen Bedürfnisse der Dentalwelt erfüllen und zugleich den hohen Ansprüchen an ein wirkungsvolles, stilvolles Design gerecht werden.

LEBEN SIE IHREN STIL IN DEN RÄUMEN IHRER PRAXIS.



DENTALBAUER.GMBH



DENTALBAUER

Für eine persönliche Beratung kontaktieren Sie uns bitte
per E-Mail unter: designkonzept@dentalbauer.de

DESIGNKONZEPT^{db}



DREI GENERATIONEN – ein gemeinsamer Weg

ULTRADENT // Die Marke ULTRADENT ist bekannt für komfortable, individuell konfigurierte Behandlungsplätze, die bei Zahnärzten, Kieferorthopäden, Kieferchirurgen und in der Prophylaxe zum Einsatz kommen. Mit Ludwig Ostner, dem Neffen des Gründers Hans Ostner, und seinem Sohn Ludwig Johann Ostner agieren heute zwei Geschäftsführer-Generationen Seite an Seite, um das Beste aus handwerklicher Herstellung mit modernem Hightech zu verbinden. Ludwig Johann Ostner ist dabei der strategische Kopf des Unternehmens und setzt die entscheidenden Impulse, während sich Johann Ostner neben seiner Tätigkeit als Geschäftsführer insbesondere der Produktentwicklung widmet. Ein Unternehmen über Generationen hinweg Seite an Seite erfolgreich lenken? ULTRADENT zeigt, wie dies gelingt.

Ludwig Ostner und Ludwig Johann Ostner setzen auf Sparring und Teamgeist in allen Bereichen der Geschäftsführung.

Ganze drei Generationen umfasst die Geschichte von ULTRADENT, der Manufaktur für Behandlungseinheiten, bis heute. Als mittelständisches Familienunternehmen blickt es auf eine lange Erfolgsgeschichte zurück, die 1924 begann und das Unternehmen nächstes Jahr in sein 100-jähriges Firmenjubiläum führt. Damals gründete Hans Ostner mit viel Pioniergeist sein Dentalunternehmen, das sich mit der Fertigung von Hand-Warmluftbläsern, Mundlampen und Kautern bis hin zu transportablen Schalttafeln schnell einen Namen machte.

„Mein Onkel“, so betont Ludwig Ostner, „war ein brillanter Techniker sowie ein großer Unternehmer und Kaufmann, einer, wie es ihn heute kaum noch gibt, der den Mut und Ehrgeiz mitbringt, auf eigenes Risiko ein Unternehmen aufzubauen.“ Bereits 1946 nahm Hans Ostner mit seinen elektrodentalen Erzeugnissen an der Internationalen Dentalschau, der heutigen IDS, in Berlin teil. Es folgt die Entwicklung zahlreicher Innovationen, wie das erste Dentostat-Gerät. Die Weiterentwicklung daraus, das Modell U 100, wird das erfolgreichste Nachkriegsmodell. Es folgen die Modelle U 200/300/400 mit eigener Produktion und Herstellung der Bohrantriebe und Kompressoren. Das Gerät Typ U 500 ist das erste fahrbare Gerät der damaligen Zeit auf dem Markt und leistet einen wichtigen Beitrag zur Ergonomie in der Zahnarztpraxis.

Diese Errungenschaften reicht Hans Ostner an seinen Nefen Ludwig Ostner weiter, als dieser die Montageabteilung 1968 übernimmt und schließlich Betriebsleiter und Teilhaber wird. Die von seinem Onkel etablierten Werte bleiben verbindlich: die technischen Entwicklungen durch Qualität und funktionale Optimierung beständig auf ein immer neues Niveau zu bringen. Ein Generationenwechsel, dessen war man sich in der Familie immer bewusst, ist eine Bereicherung, da sich über die Jahrzehnte die Kriterien der Technik, Elektronik und Wirtschaftlichkeit verändern. Die technische Weiterentwicklung der Produkte wachse mit den Generationen.

Und noch ein Aspekt rückt mit der Zeit in den Fokus: der intensive Kontakt zu den Zahnärzten, Kieferorthopäden und Kieferchirurgen. Denn ihre fachlichen Bedürfnisse sollen nun im Mittelpunkt aller Entwicklungen stehen. Das habe er, so sagt Ludwig Ostner, bereits von seinem Onkel gelernt, der ihm mit auf den Weg gab, stets auf die Bedürfnisse der Kunden einzugehen und zu versuchen, dies im Produkt umzusetzen, auf Qualität zu achten und einen guten Kundenservice zu gewähren. Damit wird von Anfang an dem künftigen Alleinstellungsmerkmal von ULTRADENT – die Konfigurierung der Behandlungseinheiten nach individuellen Praxisbedürfnissen – der Weg geebnet.

Die Entwicklungen nehmen weiter ihren Lauf: Eigenständige, wegweisende Produkte entstehen.

Ab 1980 kommen mit den Geräten U 3000 und U 4000 die bis heute erfolgreichsten Modelle des Unternehmens auf

den Markt. Komfort, Effizienz und Sicherheit – diese Attribute werden immer fester mit dem Namen ULTRADENT verbunden. Zur Jahrtausendwende geht es auch personell weiter in Richtung Zukunft: Der Sohn von Ludwig Ostner, Ludwig Johann Ostner, beginnt seine Lehre im Familienunternehmen und macht seinen Meister. Die Lehre im familieneigenen Betrieb sieht Ludwig Johann Ostner noch heute als Vorteil: „Man ist mit seinem Lehrmeister, in diesem Fall mein Vater, in vielen Dingen vertraut und bekommt schneller einen unternehmerischen Einblick.“ „Der Nachteil ist allerdings“, fügt er mit einem Augenzwinkern hinzu, „dass man sich mit mehr Fleiß und Engagement gegenüber den Kollegen und Mitarbeitern beweisen muss.“ Seine Entscheidung, in das Familienunternehmen einzutreten, ist nach bestandener Meisterprüfung sofort klar, und auch für ihn bilden Kontinuität und Werteorientierung wesentliche Parameter im stetig wachsenden Unternehmen. Als Ludwig Johann Ostner 2016 Teilhaber und Geschäftsführer wird, übernimmt er auch die Aufgabe, Produktentwicklung, handwerkliche Vervollkommnung, Vertrieb, Kundenservice und Werkskundendienst weiter in die Zukunft zu führen. Dabei beherzigt er den Rat des Vaters, ein stabiler Partner für den Fachhandel zu bleiben, mit einer nachhaltigen und konstanten Strategie am Markt aufzutreten und die Produkte stets weiterzuentwickeln.

Viele Innovationen sind bis heute hinzugekommen, wie ein umfassendes Multimediasystem, die E-matic, zwei Design-Editionen und natürlich entscheidende Schritte in Richtung Nachhaltigkeit. „Nachhaltigkeit“, so betonen die Ostners, „bedeutet für uns vor allem, Kundenzufriedenheit, eine lange Lebensdauer und hohe Reparaturfreundlichkeit der Produkte.“



Als Hans Ostner das Unternehmen ULTRADENT im Jahr 1924 in München gründete, folgte er Werten, die für das Unternehmen bis zum heutigen Tag verbindlich sind: Technische Errungenschaften auf Basis von Tradition und Erfahrung mit dynamischem Erfindergeist auf ein immer neues Innovationsniveau zu bringen.



oben:

1957 bringt ULTRADENT als Pionier Elektronik und Dentalbehandlung zusammen: Die Einheit U 300 mit elektronisch gesteuerter Drehzahlstabilisierung.

unten:

Die erfolgreiche Design-Edition ODEOO U 1302.

Wir versorgen auch noch 20 Jahre alte Geräte mit Ersatzteilen, und die Kunden danken es uns, indem sie noch mal ein neues ULTRADENT Gerät bei uns kaufen.“ So bestimmen Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft gleichermaßen das Unternehmen, das Tradition & Innovation, Qualität & Nachhaltigkeit, Handwerk & Hightech, Spezialisierung & Konfiguration in seinen Produkten vereint.

Heute ist die Manufaktur für Behandlungseinheiten, unter der Geschäftsführung von Vater und Sohn, seit 2010 mit einer Produktionsfläche von derzeit 6.000 Quadratmetern im Münchner Süden angesiedelt und stolz auf die Erfolge, die es gemeinsam mit seinem qualifizierten, perfekt eingespielten Team erzielt. Man blickt gemeinsam auf ein stabiles wirtschaftliches, gesundes Unternehmen, das aus eigenen Mitteln finanziert werden kann.

Auf die Frage, ob sich Vater und Sohn also stets in allem einig sind, antworten beide mit einem Lächeln, dass es in Fragen des Designs schon mal Diskussionen gebe. In allen unternehmerischen Entscheidungen aber sei man ein starkes Team. Und das sei auch wichtig in einem so großen Unternehmen, denn neue Herausforderungen seien über die Generationen hinzugekommen – Stichwort Digitalisierung und Investitionssicherheit beispielsweise.

So ist es auch klar, dass beide Generationen einen gemeinsamen Wunsch haben: ein stabiles wirtschaftliches Umfeld und bessere Aussichten in diesen krisengeschüttelten Zeiten, damit Investitionen wieder Freude machen.

Denn der Innovationsgedanke bildet weiter den Motor für die Kontinuität, so wie es bereits Hans Ostner, der Gründer von ULTRADENT, formuliert hat und wie es vom Onkel zum Neffen, vom Vater zum Sohn weitergereicht wurde. Immer in Richtung Zukunft.

„Wir können uns glücklich schätzen, dass über die Generationen hinweg jeder seinen Teil dazu beigetragen hat, dass das Unternehmen auf diesem Weg die 100 Jahre erreicht hat und für die nachfolgenden Generationen ein Ansporn ist“, sagt Ludwig Ostner.

Dass man die gesamte Produktion über die vielen Jahre stets in Deutschland belassen hat, stand übrigens nie zur Debatte. Man sei nie auf den Gedanken gekommen, irgendwo anders als in Bayern zu produzieren, sagen die beiden Unternehmer. Schließlich habe „made in Germany“ schon bei der Gründung als Garant für Qualität gegolten. Und deshalb heißt es auch heute noch bei ULTRADENT: *Individualität gefertigt in Deutschland.*

ULTRADENT

Dental-Medizinische Geräte GmbH & Co. KG
Eugen-Sänger-Ring 10
85649 Brunenthal
Tel.: +49 89 420992-70
www.ultradent.de



infotage 2024 **FACHDENTAL**

total dental. regional. persönlich.

*Die wichtigsten Fachmessen für Zahnmedizin
und Zahntechnik in den Regionen.*

01. - 02.03.2024
Leipzig

15. - 16.03.2024
München

18. - 19.10.2024
Stuttgart

08. - 09.11.2024
Frankfurt





Seit 65 Jahren befindet sich W&H im Besitz der Familie Malata. Im Bild Viola (h. l.), Helene (h. r.), Peter und Daniela Malata. © W&H

65 JAHRE FAMILIENUNTERNEHMEN

Mit Mut zur Veränderung

W&H // Die Feinmechaniker Jean Weber und Hugo Hampel gründeten 1890 das W&H Dentalwerk. Seit der Gründung schreibt W&H Pioniergeschichte. Erfindungen wie das erste Druckknopfspannsystem für Turbinen, die 360 Grad-Drehkupplung „Roto Quick“ und das weltweit erste Reinigungs- und Ölpflegegerät – die „Assistina“ – machen den Erfolg des Unternehmens sichtbar. Heute ist die internationale Unternehmensgruppe in über 130 Ländern vertreten und aus der Dentalbranche nicht mehr wegzudenken.

Generationswechsel: Klappe, die Erste!

Seit 65 Jahren befindet sich W&H in Familienbesitz. Peter Malata Senior wird 1946 von den Alliierten als Verwalter des Unternehmens eingesetzt, 1958 erwerben er und seine Frau Hilde Malata das Dentalwerk Bürmoos. 1996 übernimmt Peter Malata junior, der heutige Eigentümer, den Betrieb: *„Meine Eltern haben mich zweimal gefragt, ob ich das wirklich machen will. Nachdem ich zweimal ‚Ja‘ gesagt habe, war es klar.“* Mit Peter Malata kommt frischer Wind ins Unternehmen. W&H wird zu einer schlagkräftigen und zukunftsweisenden Teamorganisation umgebaut, die flexibel auf Kundenbedürfnisse reagiert: *„Meine Idee war, dass kleine, eigenverantwortliche Gruppen effizienter, schneller und besser arbeiten als ein Unternehmen, das vom großen Leitstand aus – über viele hierarchische Entscheidungsebenen hinweg – geführt wird.“*

Generationswechsel: Klappe, die Zweite?

Gemeinsam mit Daniela Malata leitet Peter Malata die heutige W&H Gruppe mit über 1.300 Mitarbeiter:innen, vier Produktionsstandorten in Europa und 28 Vertriebsunternehmen weltweit: *„Meine Frau ist seit 2012 mit dabei. Man braucht in einem Familienunternehmen auch die weibliche Seite. Ein Unternehmen wird von Menschen geführt und gestaltet.“* Helene (20 Jahre) und Viola (15 Jahre), ihre beiden Töchter, zeigen schon jetzt Interesse am Familienunternehmen. Helene Malata absolviert aktuell ein Trainee-programm bei W&H in den Bereichen Marketing, Human Resources und Finance und schnuppert erste Unternehmensluft. Aufzwingen möchten Daniela und Peter Malata ihnen die Firmenübernahme aber nicht. *„Wir versuchen unseren Töchtern vorzuleben, was Unternehmertum bedeutet. Wir würden uns freuen, wenn sie Teil des Unternehmens werden wollen – stellen es ihnen aber frei“,* so Daniela Malata.

„Wir möchten unser Unternehmen in die nächsten Generationen bringen und dabei wollen wir etwas weitergeben“, ergänzt Peter Malata.

Es bleibt folglich spannend – die richtigen Weichen in puncto Zukunft sind bereits gestellt.



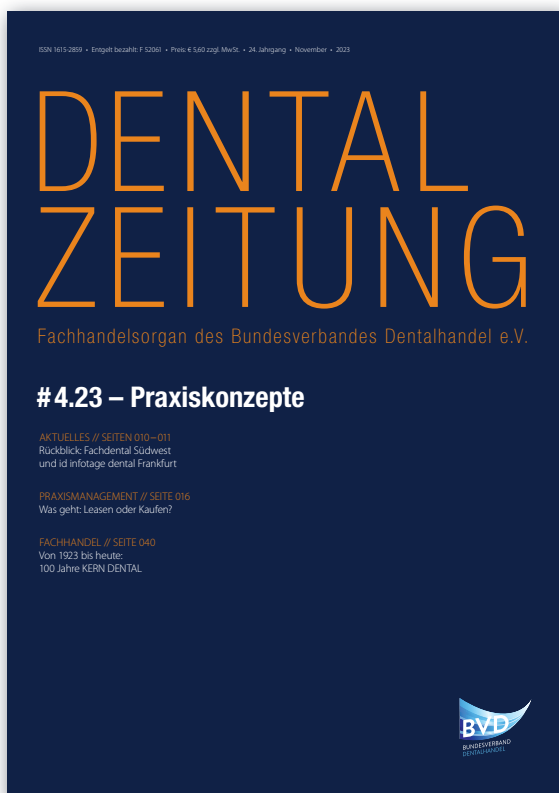
Das Headquarter der internationalen W&H Gruppe liegt in Bürmoos (Österreich).

W&H Deutschland GmbH

Ludwigstraße 27
83435 Bad Reichenhall
Tel.: +49 8651 904244-0
www.wh.com

DENTALZEITUNG

Fachhandelsorgan des Bundesverbandes Dentalhandel e.V.



ABONNIEREN SIE JETZT!

**BESTELLUNG AUCH ONLINE MÖGLICH UNTER:
WWW.OEMUS-SHOP.DE**

DENTALZEITUNG • OEMUS MEDIA AG • OEMUS.COM • DENTALZEITUNG.COM

Praxis _____

Name _____

Straße _____

PLZ/Ort _____

Telefon _____

Fax _____

E-Mail _____

Ja, ich abonniere die **DENTALZEITUNG** für 1 Jahr zum Vorteilspreis von 25,- Euro inklusive gesetzl. MwSt. und Versandkosten. Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, wenn es nicht 6 Wochen vor Ablauf des Bezugszeitraumes schriftlich gekündigt wird (Poststempel genügt).

Datum _____

Unterschrift _____

OEMUS MEDIA AG

Abonnement-Service
Holbeinstraße 29
04229 Leipzig
Tel.: +49 341 48474-200
Fax: +49 341 48474-290
j.panke@oemus-media.de
www.oemus.com

Widerrufsbelehrung: Den Auftrag kann ich ohne Begründung innerhalb von 14 Tagen ab Bestellung bei der OEMUS MEDIA AG, Holbeinstraße 29, 04229 Leipzig schriftlich widerrufen. Rechtzeitige Absendung genügt.

Unterschrift _____

