

Kompetenz in Silikon



Abb. 1: Das Firmengebäude der Unternehmensgruppe Regneri in Ettlingen

Die Detax Dental GmbH & Co. KG gilt als eines der ersten Unternehmen, das in Deutschland erfolgreich die Dental-Silikone etablierte. Heute bietet die Firma neben ihrem Kerngeschäft weitere Produkte an, die allesamt dem Systemgedanken und dem Kundennutzen verschrieben sind. Die ZMK besuchte das in Ettlingen ansässige Unternehmen und schaute hinter die Kulissen der erfolgreichen Firmengeschichte.

Die Anfänge des Unternehmens Detax Karl Huber reichen zurück in das Jahr 1956, als Karl Huber die seither stetig wachsende Firma gründete. Als Pionier brachte er 1958 die C-Silikone aus den USA mit und spezialisierte sich in der Folge auf deren Produktion, die bis heute mit den weiterentwickelten Produkten „silaplast®“ und „silasoft®“ zu den Kernkompetenzen des mittelständischen Unternehmens zählt. Seit 1972 gehört Detax Dental zur Unternehmensgruppe Regneri, die sich aus den Tochterunternehmen OTW – Organotherapeutische Werke – und Naturarzneimittel Regneri zusammensetzt (Abb. 1). Diese stellen vorwiegend homöopathische und Naturarzneimittel her und basieren in ihren Ursprüngen auf die im Jahre 1742 entwickelten Aktivitäten der Apothekerfamilie Regneri.

Kundennutzen prägt Produkte

Zum Sortiment gehören neben den C- und A-Silikonen, den Zahnfleischepithesen- und Unterfütterungsmaterialien sowie den Materialien zur temporären Versorgung die Dentalzemente, Desinfektionsmittel und verschiedene Hilfsmittel rund um die Abformung. Für den Zahntechniker bietet die Produktpalette u. a. Knet- und Isoliermassen, Materialien aus dem Bereich der Epithetik und Unterfütterungsmaterialien.

Die Kernkompetenz des Unternehmens liegt heute nach wie vor bei den Silikonen. Mit dem Zukauf von Molloplast 1982 hat man sich zusätzlich den Bereich der weichbleibenden Unterfütterung erschlossen. Weiterhin legt man in Ettlingen seit 1997 im zahnärztlichen Bereich besonderen Wert auf die Entwicklung von lichterhärtenden Kunststoffen und Kompositen. Bereits 1999 konnte man so auf der damaligen IDS „tempofit“ – ein Komplettsystem für Kurz- und Langzeitprovisorien, vorstellen. Das zur Produktgruppe der Bis-Akrylate zählende „tempofit“ bietet in der 2:1 Kartusche 75 g Inhalt und einen Systemvorteil mit abgestimmten Materi-

alkomponenten, Reparatur-Set und Automix2-System. An diesem Produktbeispiel lässt sich auch die Philosophie veranschaulichen, die das Unternehmen mit der Produktentwicklung verfolgt. Oberstes Ziel aller Entwicklungen, so Geschäftsführer Peter Regneri, sei der Kundennutzen. Dazu müssten die Materialien nicht nur höchsten materialspezifischen Anforderungen genügen, sondern dem Zahnarzt wie auch dem Patient zusätzlichen Nutzen bieten. Beim Beispiel „tempofit“[®] bleibend sind dies z. B. eine umweltfreundliche Kartonverpackung mit einer der Komponentengröße entsprechenden Einteilung im Packungsinneren, die übersichtlich gegliederte, mehrsprachige Gebrauchsanweisung und im Intro-Kit ein feucht abwischbares Flowchart, das die einzelnen Verarbeitungsschritte in Wort und Bild erläutert. Aufgrund der minimalen Polymerisationstemperatur, Geschmacksneutralität sowie Biokompatibilität ohne Irritationen von Pulpa und Gingiva zeige sich das Material patientenfreundlich. Dem Zahnarzt werde hohe Wirtschaftlichkeit besonders dadurch gegeben, dass „tempofit“[®] in der 2:1 Kartusche auch in der Standardpistole für 1:1 Kartuschen einsetzbar ist und so eine zusätzliche Pistole wie bei anderen Kronen- und Brückenmaterialien nicht mehr erforderlich ist. Aufgrund der kurzen Mundverweildauer von ca. 2 Minuten lasse sich das Provisorium frühzeitig entnehmen, beschneiden und ohne Zeitverzögerung beschleifen wie auch Hochglanz polieren. Das passende Reparaturmaterial ist mit Applikationsspritzen und austauschbaren Nadeln ausgerüstet, sodass sich das Material punktgenau applizieren lasse. An „tempofit“[®] wird nach Aussagen von Peter Regneri deutlich, dass ein gut durchdachtes System mit Kundennutzen für den Erfolg eines Produktes entscheidend sei und man sich nur so langfristig vom Wettbewerb abheben könne.

Um Kunden- bzw. Produktnutzen möglichst praxisnah umsetzen zu können, steht Detax in ständigem Austausch mit der eigens gegründeten alpha-Gruppe, einem Team aus 12 niedergelassenen

Zahnärzten aus der Region Ettlingen. Sie testen in Arbeitstreffen Produkte aus der Entwicklungsabteilung des Hauses und setzen durch ihre Wünsche und Anregungen an ein Produkt Impulse für die Forschung. In diesem Sinne integriert man jeweils projektbezogen auch Universitäten in die Produktentwicklung. Derzeit läuft beispielsweise an der Universität Jena eine Studie zum Thema "Klinische Erfahrungen und mikrobiologische Untersuchungen mit dem weichbleibenden Prothesenunterfütterungskunststoff „MOLLOSIL[®] plus".

Alle Produkte, Abläufe und Ergebnisse werden bereits seit 1994 gemäß der Zertifizierung DIN ISO 9001 ständigen und intensiven Qualitätskontrollen unterzogen. Im Herstellungsprozess zeigt sich die Geschäftsführung investitionsfreudig und bringt den Maschinenpark permanent auf den neuesten Stand der Technik (Abb. 2 und 3).

Die konsequente Weiterentwicklung bestehender Produkte fasst man im Hause Detax unter den Begriff des dynamischen Entwicklungsprozesses. So wurde z. B. bei dem bereits 1997 eingeführten MOLLOSIL, plus, einem auf A-Silikon basierenden, weichbleibenden Direkt-Unterfütterungsmaterial, inzwischen der Primer durch einen Farbindikator ergänzt. Dieser gewährleistet die flächendeckende Benetzung der Prothesenbasis bei der Applikation und ist nach der Verarbeitung völlig unsichtbar. Auch wurden die Fräs- und Hilfswerkstoffe, die in der Materialpackung mit enthalten sind, 2x den neuesten Erkenntnissen folgend ausgetauscht.



Abb. 2: Abfüllmaschine eines A-Silikons im Kartuschensystem



Abb. 3: Beim Anmischen einer Silikonmasse

Trotz der hohen Bedeutung der neuen Fertigungstechnologie von lichthärtenden Materialien und den damit verknüpften Umsatzzahlen vergisst man in Ettlingen nie die eigentliche Kernkompetenz und baut die Palette der A-Silikone permanent aus. Zudem sind alle Materialien sowohl in der neueren als auch in der älteren Kartuschenform lieferbar. Als jüngstes Produkt der Reihe wird seit August das neue A-Silikon „onetime perfect“ vermarktet, ein für die einzeitige Doppelmischtechnik thermogesteuertes Material.

und Firmenstruktur

Wie aber implementiert ein Unternehmen den Gedanken der Kundenorientierung in den eigenen Reihen? Ursula Juretzki, Prokuristin und Marketingleiterin, berichtet uns von einem gerade verjüngten Team mit 80 Mitarbeitern, in dem sich jeder mitverantwortlich fühlt. Die Mitarbeiter sind in alle Betriebsabläufe eingebunden, die auch in den regelmäßig stattfindenden Audits vorgestellt werden. Aufgrund einer äußerst geringen Fluktuationsrate binde man innerbetriebliches Know-how, das man zudem durch die interne Mitarbeiterschulung und externe Fortbildung stärke. Die flache Hierarchie begünstige das gute Betriebsklima und auch der Geschäftsführer sei für alle Mitarbeiter direkt ansprechbar. Dadurch sei man sehr flexibel und könne jederzeit schnell auf den Markt reagieren, wie bei-

spielsweise in der Vergangenheit bei der MOLLOSIL[®] plus-Einführung im Bereich der weichbleibenden Unterfütterungsmaterialien.

Den wachsenden Erfolg führen unsere beiden Gesprächspartner auch darauf zurück, dass in den letzten 5 Jahren das Sortiment komplett überarbeitet wurde, alte Produkte konsequent vom Markt genommen wurden, neue dafür hinzukamen. Mit Marketingtools unterstützt man heute den Fachhandel mit Werbung, Produkt-Schulungen etc.. Stolz ist man im Hause Detax auf die firmeneigene S+H-Werbeagentur, deren Graphiker den werblichen Auftritt der ganzen Unternehmensgruppe kreieren.

Weichen auf Expansion gestellt

International arbeitet Detax mit Distributoren im Ausland und einem fast geschlossenen Händlernetz. Dabei richtet der Vertrieb sein Hauptaugenmerk auf Europa, Asien und Nordamerika, aber auch der südamerikanische Markt soll in der Zukunft verstärkt betreut werden. Die Produktion für alle Länder erfolgt in dem 1994 neu erbauten Gebäude in Ettlingen, von wo aus ein logistisch ausgefeiltes System den weltweiten Versand übernimmt. Dabei ist es auch ein Verdienst des engen Vertriebsnetzes sowie der intensiven Zusammenarbeit mit den einzelnen Ländervertretern, dass sich der Exportanteil der Firma Detax heute auf 47 Prozent beläuft.

Getreu dem Motto aus dem aktuellen Produktkatalog "auch in Zukunft wollen wir immer besser werden" kündigt das Unternehmen Detax Dental für die IDS 2001 drei interessante Neuentwicklungen an. Auch für diese und zukünftige Produkte wird wieder die Unternehmensphilosophie "zum Nutzen des Kunden" gelten. Besonders von der lichthärtenden Kunststoff- und Kompositstechnologie verspricht man sich in Ettlingen zukunftsweisende Produkte.

O.-D.