

Unternehmerisches Handeln im Labor

| H. David Koßmann

Anlässlich der IDS 2007 veranstaltete der Verband der Deutschen Zahntechniker-Innungen VDZI am Messesfreitag sein traditionelles „dentechnica-forum“. Die Situation der Branche gab den inhaltlichen Rahmen vor: Marketing-Ausrichtung.

Man darf nie so viel zu tun haben, dass man zum Nachdenken keine Zeit mehr hat. – Mit dem Thomas Jefferson, dem dritten Präsidenten der USA, zugeschriebenen Zitat begrüßte Jürgen Schwichtenberg, Präsident des VDZI, die Gäste des 2007 erstmalig einträgigen dentechnica-forums im Europa-Saal der Koelnmesse. Er lud die Anwesenden ein, sich einen Vormittag lang Zeit zu nehmen und von den eingeladenen Referenten Anstöße zu holen, um den aktuellen Marktentwicklungen positiv, kreativ und aktiv zu begegnen. Diesem Anspruch entsprechend breit gefächert waren Herkunft und Inhalte der folgenden sechs Vorträge.

| Die Marke Meisterlabor

Zum Einstieg stellte Prof. Dr. Norbert Meiners, Betriebswirtschaftler an der FH in Vechta, Funktionsweise und Nutzen von Marken und deren Bildung vor. Eindrücklich verdeutlichte er, wie Marken in unser aller Köpfe entstehen und arbeiten. Wie in sämtlichen Bereichen der Wirtschaft können auch Labore durch geschicktes Balancieren von Profil, Gestaltung, Inhalt und sensibler Dynamik jene Emotionalität erschaffen, die Patienten zur nachhaltigen Identifikation mit der Marke Meisterlabor bewegen kann.

Damit war ein perfekter Grundstein für den zweiten Vortrag gelegt. Erneut bewarb Walter Winkler, Generalsekretär des VDZI, Q_{AMZ}, die Dachmarke des Verbandes, und stellte die Möglichkeiten heraus, durch bundesweite Marktpräsenz Markttransparenz zu schaffen und derart die Wahrnehmung sowie auch die Qualität selber entscheidend zu beeinflussen.

Mögliche Wege, die Versprechen jener besonderen Qualität auch zu fundieren,

zeigte ihm folgend Marcus Angerstein auf. Der Versicherungskaufmann und Fachjournalist für Marketing stellte eingangs die Unterschiede zwischen Gewährleistung und Garantie klar und erläuterte anschließend die Vorteile einer freiwilligen Garantiezusage sowie die Sicherheit, die dieses Marketinginstrument Laboren und ihren Kunden, aber auch Patienten bietet.

| Beziehungsmanagement und Betriebswirtschaft

Dass Stammkunden mithilfe cleveren Beziehungsmanagements auch im globalen Markt die Existenz des Labors sichern, erklärte Gesundheitsökonom und Coach Mathias Hoffmann. Auch Praxen müssten sich auf den veränderten Markt einstellen und suchten deshalb nach Kompensationsmöglichkeiten wie Kooperationen mit an-

deren Praxen oder Laboren. Für Labore sei es insofern wichtig, mittels einer Kundenstruktur und -motivationsanalyse individuell und konsequent zu handeln – zur eigenen und des Kunden Zufriedenheit.

Einen immensen Anteil an der Analyse des eigenen Unternehmens liefern betriebswirtschaftliche Kennzahlen, wie der nächste Referent, Dipl.-Kfm. Patrick Hartmann vom VDZI, aufwies. Mit ihrer Hilfe sei ein kompakter und umfassender Einblick in den wirtschaftlichen Status quo und die zu erwartende Entwicklung des Betriebes zu erlangen. Hartmann erläuterte das Zusammenspiel der Faktoren Liquidität, Eigenkapitalquote und Rentabilität im Vergleich zur Branche, um zuverlässig die Potenziale des Unternehmens auszuloten. Als letzter Redner stellte Werner Hörmann, Geschäftsführer der LVG Labor-Verrechnungs-Gesellschaft mbH, das Factoring, also den Verkauf der Zahlungsforderungen an Kunden, vor. Finanzunternehmen wie das seine verhalfen Laboren zu permanenter Liquidität, indem sie die teils mangelhafte Zahlungsmoral der Praxen kompensieren und so regelmäßige Zahlungseingänge auf dem Kundenkonto garantieren. Den anwesenden knapp 80 Laborinhabern wurden so bis zum Mittag gleichermaßen reichhaltige wie wertvolle Ratschläge zur Hand gegeben, die zu nutzen nicht wenige von ihnen sehr bereit erschienen: Die Referenten wurden nach dem dentechnica-forum noch länger von den Besuchern zu detaillierten Informationen befragt. |



Prof. Dr. Norbert Meiners, Betriebswirtschaftler a. d. FH in Vechta.



Walter Winkler, Generalsekretär des VDZI.



Versicherungskfm. und Fachjournalist Marcus Angerstein.



Gesundheitsökonom und Coach Mathias Hoffmann.



Dipl.-Kfm. Patrick Hartmann vom VDZI.



Werner Hörmann, GFd. LVG Labor-Verrechnungs-Gesellschaft mbH.

Fotos: VDZI