

Executive Talk

„Neues vorantreiben und Bewährtes noch weiter verbessern“

Viel hat sich getan bei Shofu: Über seine neue Rolle als europäischer Geschäftsführer und die zukünftige Strategie des Unternehmens sprach Martin Hesselmann, Geschäftsführer von Shofu Dental, bei einem Executive Talk mit dem Verleger und Geschäftsführer der Unternehmensgruppe Deutscher Ärzte-Verlag, Norbert A. Froitzheim.



Martin Hesselmann (rechts), Europa-Geschäftsführer bei Shofu Dental im Gespräch mit Norbert A. Froitzheim, Verleger und Geschäftsführer der Unternehmensgruppe Deutscher Ärzte-Verlag.

Foto: Englert

Herr Hesselmann, seit dem 1. April des letzten Jahres sind Sie neuer europäischer Geschäftsführer von Shofu Dental. Welche Pläne und Ziele haben Sie für Ihr neues Amt, was hat sich bereits getan?

Ich bin seit nunmehr zwölf Jahren für Shofu Dental in leitender Funktion tätig, also schon recht lange im Unternehmen und kenne daher sowohl viele Anwender als auch die Prozesse und Produkte der Firma sehr gut. Ob rotierende Instrumente, Dentalkeramik, Komposit, Zähne oder unsere Füllungs- und Befestigungsmaterialien: Von der hohen Qualität und Zuverlässigkeit unserer Produkte bin ich seit Jahren überzeugt; umso mehr freue ich mich darauf, die Vertriebs- und Marketinginteressen des japanischen Mutterkonzerns in Europa zu verantworten. In erster Linie geht es für mich darum, die hervorragende Marktposition von Shofu in Europa, die mein Vorgänger Akira Kawashima in

den vergangenen Jahren mit viel Engagement geschaffen hat, deutlich auszubauen. Einen hohen Stellenwert werden für mich in Zukunft die Nähe zum Kunden und zum Fachhandel, der Ausbau von regionalen Fortbildungsangeboten sowie enge Kooperationen mit Universitäten und Forschungsinstituten haben.

Mit der Digitalkamera EyeSpecial C-II ist Shofu nun auch im Bereich der Dental fotografie unterwegs. Wie schlägt sich die Kamera im klinischen Einsatz?

Ehrlich? Mit diesem Ansturm auf unsere Dentalkamera haben wir nicht gerechnet. Sowohl die Zahnärzte als auch die Zahn techniker sind begeistert. Wir kommen mit der Produktion zeitweise kaum hinterher. Viele Anwender beschreiben die Kamera als ultraleicht und ultraeinfach und dabei äußerst komfortabel, kompakt und kompatibel.

Die Erwartungshaltung gegenüber der Kamera ist hoch – immerhin begibt sich Shofu damit auf neues Terrain. Doch wenn das Gerät dann zum ersten Mal zum Einsatz kommt, sind die Anwender durchweg begeistert, wie gut und gestochen scharf die Fotos letztlich sind. Einige unserer Kunden haben sich schon eine Zweitkamera zugelegt, weil sie sie nicht mit ihren Kollegen teilen möchten ... Und dass die EyeSpecial C-II 2015 mit dem Technologiepreis „Best of Class“ des amerikanischen Pride Instituts ausgezeichnet worden ist, erfreut uns natürlich auch.

Welche Strategie verfolgen Sie perspektivisch für den europäischen Markt?

Meine Strategie: Ich möchte Shofu in Europa noch zukunftsorientierter und innovativer aufstellen. Der Kontakt zu Meinungsbildnern ist mir daher besonders wichtig; nur so können wir Trends bewerten und Hinweise für neue Technologien und Dentalmaterialien erhalten. Unser Fokus liegt dabei auf der Weiterentwicklung und dem Ausbau unserer klinischen Produktpalette und auf dem „MiCD-Konzept“. Der Ansatz der minimalinvasiven kosmetischen Zahnheilkunde vereint minimalinvasive Behandlungsmethoden mit ästhetischer Zahnmedizin.

Zur Ausweitung unsere Angebots: Unsere neue Kamera ist ein großer Erfolg und mit der zur IDS erstmals vorgestellten fräsbaren Hybridkeramik, Shofu Block HC, haben wir gerade erst begonnen, uns auf dem CAD/CAM-Markt zu positionieren. Kurz: Wir möchten Neues vorantreiben und Bewährtes noch weiter verbessern. Die Zahnärzte und Zahn techniker dürfen also gespannt sein, was wir in den nächsten Jahren noch an Neuheiten und Verbesserungen herausbringen werden!

DZZ