

Wir sind nicht elitär, sondern vielmehr familiär und seit 22 Jahren sehr detailverliebt

Aktueller denn je oder schon ein bisschen in die Jahre gekommen? Bereits seit 1988 steht der Name Creation für hochwertige und ästhetisch anspruchsvollste Dentalkeramik. Richtungweisend für viele Zahntechniker weltweit, zählt das meisterhafte Konzept von Willi Geller heute zu den maßgebenden Verblendkeramiken. Aber sind exklusive Keramiksyste me und aufwändigere Schichttechniken wirklich noch zeitgemäß? Über das Gestern, das Heute und die Zukunft von Creation sprachen wir vor einiger Zeit mit Dr. Jürgen Eberlein, Präsident von Creation Willi Geller (Meiningen, Österreich), der seit Anfang Januar 2011 nicht mehr im operativen Geschäft tätig, aber weiterhin für die Unternehmensgruppe GC aktiv ist, und warfen mit ihm dabei auch gleichzeitig einen Blick in die zahntechnische Zukunft.

QZ: Herr Dr. Eberlein, 1988 hat Creation mit der Einführung der Metallkeramik Creation CC Furore gemacht. 22 Jahre ist eine lange Zeit. Liegt Creation noch im Trend?

Dr. Jürgen Eberlein: Creation ist ein Klassiker und aktueller denn je, denn gute Dinge mit hoher Qualität haben immer ihren Platz – nicht nur in der Zahntechnik. Mir fällt da der Vergleich mit Coca Cola ein. Es gab einmal den Versuch der Firma, das klassische Produkt abzuwandeln und neue Geschmacksrichtungen auf den Markt zu bringen. Das hat nicht funktioniert, die klassische Coca Cola ist nach wie vor das Flaggschiff und das meistgetrunkene Cola-Getränk auf dem Markt.

Wir können uns sicher nicht mit dieser Weltmarke vergleichen, aber auch wir haben seit vielen Jahren einen festen Platz in der internationalen Zahntechnik – einige sprechen sogar vom „Rolls Royce unter den Keramiken“. Und wer erst einmal auf den Creation-Geschmack gekommen ist, der wechselt nicht so schnell wieder die Fläschchen. Das zeigen auch unsere Statistiken. Kurz: Eine herausragende Qualität ist immer modern, und daher liegt Creation auch nach 22 Jahren garantiert weiterhin im Trend. Gerade in der heutigen Zeit wollen sich Zahntechniker

von ihrem Mitbewerber durch Qualität abheben, um nicht dem Preiskampf beizuwohnen.

QZ: Welche Marktposition nehmen Sie aktuell auf dem deutschsprachigen Markt bzw. in Europa ein?

Dr. Jürgen Eberlein: Wir sind mit all unseren Keramiksyste men sehr gut auf dem deutschen bzw. auf dem europäischen Markt aufgestellt. Creation ist in den vergangenen Jahren gewachsen.

Mit Creation CC haben wir am Anfang eine konventionelle Feldspat-Verblendkeramik für Metall angeboten. Heute offerieren wir dem Zahntechniker weltweit Schichtkeramiken für Metall-, Aluminiumoxid-, Zirkonoxid- und Titangerüste, aber auch für die Presskeramik. Durch die neuen Systeme haben wir nicht nur in Europa enorme Marktzugewinne erzielt, auch wenn die klassische Metallkeramik nach wie vor unser Flaggschiff ist und als Markenklassiker nicht wegzudiskutieren ist.

Creation hatte in den vergangenen 22 Jahren immer wieder Nachahmer, die versucht haben, an unsere Philosophie und somit an unseren Erfolg anzuknüpfen. Aber das Konzept von Creation ist im wahrsten Sinne des Wortes vielschichtiger und komplexer, als dass es sich einfach kopieren ließe. Wir bieten den Zahntechnikern sehr hochwertige und bewährte Keramikmassen für eine aufwendigere individuelle Schichttechnik. So haben es die Massenanbieter eigentlich nie wirklich geschafft, unseren Highend-Bereich einzunehmen.

QZ: Was glauben Sie, wie wird Ihre Firma derzeit auf dem Dentalmarkt wahrgenommen?

Dr. Jürgen Eberlein: Es gibt wohl kaum einen Zahntechniker, der die Marke Creation nicht kennt, auch wenn wir mit unseren Fläschchen nicht in jedem Dentallabor



Dr. Jürgen Eberlein, Präsident von Creation Willi Geller

stehen. Der Name Creation steht nach wie vor für hochwertige und ästhetisch anspruchsvolle Dentalkeramik mit Kontinuität, die zuverlässig im Handling, ausdrucksstark in der Farbwirkung und brillant im Ergebnis ist.

Wir sind ein kleines, aber feines Unternehmen mit einem guten Ruf und wollen mit den Großen der Branche nicht in breiten Wettbewerb treten. Sicherlich gibt es dort viel mehr Möglichkeiten über das klassische Marketingsegment Marktanteile bzw. Kunden zu gewinnen. Der Massenmarkt ist jedoch nichts für uns. Wir beschränken uns mit unserer Premiummarke lieber auf den Nischenmarkt, wo es nur wenige Anbieter gibt, aber wo das zahntechnische Handwerk und die Persönlichkeit noch im Vordergrund stehen. Wir sind nicht elitär, wir sind eher familiär. Das mag vielleicht einige abschrecken, für viele bietet Creation jedoch die Chance, ihren Anspruch an sich und die Arbeit umzusetzen und eine klare Position zu beziehen – gerade in dieser wirtschaftlich unsicheren Zeit.

QZ: Für einige Zahntechniker hat Creation dennoch einen elitären Beigeschmack. Sind die Keramiksyste me denn nur etwas für Kenner und Kö nner?

Dr. Jürgen Eberlein: Nein, so kann man das nicht sagen. Das hängt vielmehr von der Ausrichtung und der Philosophie jedes einzelnen Zahntechnikers ab. Wenn ich ein Apotheker, ein Frisör oder ein Bankangestellter bin, der das bloße Ziel hat, etwas zu machen, was der Kunde akzeptiert, dann lasse ich mich gar nicht auf ein vermeintlich besseres System ein. Wer sich jedoch mit der Keramik und ihren Möglichkeiten auseinandergesetzt hat und den Anspruch hat, natürliche Zähne nachzubilden bzw. so nah wie möglich an die Natur heranzukommen, dem bietet die Creation-Keramik ungeahnte Vorteile und Möglichkeiten – u. a. durch die große Auswahl der perfekt aufeinander abgestimmten Materialien, die sich zudem seit vielen Jahren klinisch bewährt haben.

Als Unternehmer muss man sich überlegen, wie und wo man sich auf dem Markt positionieren möchte: Will ich für den normalen 0815-Markt arbeiten und dort „preisgünstige Ware“ anbieten? Oder will ich mich weiter oben platzieren und individuelle Versorgungen im Highend-Bereich fertigen? Dadurch, dass man mit Creation so präzise schichten und jeden Effekt gezielt nachahmen kann, ist der Zahntechniker in der Lage, eine herausragende und vor allem naturanaloge Restauration herzustellen. Ent-

scheidend sind also zunächst der eigene Anspruch und dann die Qualität des Produkts. Wer weiß, was die einzelne Keramikmasse von Creation leisten kann, der kann diese Eigenschaften gezielt einsetzen. So veranstalten wir auch unter dem Motto „Neues entdecken, Wissen teilen, Techniken verfeinern“ regelmäßig und weltweit Hands-on-Schulungen und (Meister-)Kurse mit renommierten Zahntechnikern und Opinion Leadern, die nun schon zum Teil aus der zweiten Creation-Generation stammen. Nur wer Creation selber ausprobiert hat, kann darüber urteilen und unsere Keramik und ihre Möglichkeiten richtig einschätzen – und das gilt sowohl für Keramikkenner als auch für -anfänger.

Unser Anspruch ist also nicht elitär, sondern vielmehr eine strategische Positionierung für mehr Individualität in der Zahntechnik.

QZ: Gibt es einen „typischen“ Creation-Anwender?

Dr. Jürgen Eberlein: Nein, den gibt es sicherlich nicht. Was die meisten aber vielleicht auszeichnet, ist ihre Individualität, ihre Emotionalität, ihr Streben nach Perfektion und ihre Begeisterungsfähigkeit für die Sache. In vielen Fällen sind es Zahntechniker mit einem eher kleineren Labor. Diese Keramik ist gewachsen über Mund-zu-Mund-Propaganda, von daher verstecken sich die Creation-Anwender sicherlich nicht schüchtern in ihrem Labor, sondern kommunizieren gern und viel mit ihren Kollegen.

QZ: Sie sagten eben, dass Creation eine Premiummarke ist. Wodurch hebt sie sich von anderen Keramiksyste men ab?

Dr. Jürgen Eberlein: Wir sind nie den breiten Weg des klassischen Marketings gegangen, sondern haben den Weg über Empfehlungen von Kollegen, von Willi Geller und von Oral Design-Mitgliedern eingeschlagen. Wir treten nach außen also eher bescheiden auf, dafür aber auch sehr zuverlässig. Und unsere stetig nach oben verlaufende Erfolgskurve spricht dafür, dass wir in den vergangenen 22 Jahren den richtigen Weg eingeschlagen haben. Welche Firma kann schon für sich beanspruchen, dass sie über einen solch langen Zeitraum ohne all die „Schickimicki“-Marketingmaßnahmen weiterhin so gut im Markt ist wie Creation?

Wodurch wir uns von anderen Keramiksyste men abheben, ist sicherlich unsere konstant hohe Qualität, die

langjährigen Erfahrungswerte, unser vielseitiges und praxisbezogenes Kurs- und Schulungswesen sowie unsere eher konservativen Aspekte im positiven Sinne. So haben wir zum Beispiel die Nomenklatur unserer Keramikmaschinen seit 22 Jahren nicht verändert und Neuprodukte stets in das vorhandene Konzept integriert. Diese systemübergreifende Kontinuität ermöglicht dem Zahntechniker ein auf Vertrautheit und Erfahrung basiertes Schichten – ein sehr wichtiger und nachhaltiger Wert in dieser schnelllebigen Zeit!

Wir schreien nicht lauthals, wie gut wir sind und was wir im Einzelnen schon wieder verbessert haben; wir schreiten unseren Erfolgsweg zielorientiert weiter und lassen uns dabei vom Engagement der Zahntechniker dieser Welt inspirieren, beeinflussen und mitreißen, aber auch immer wieder selbst beeindrucken. Das heißt: Wir sind seit mehr als zwei Jahrzehnten mit Herz und Verstand und einem hohen ästhetischen Anspruch bei der Sache.

QZ: Welche Strategie verfolgen Sie heute – gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten, in denen anscheinend weniger die ästhetische Meisterschaft, sondern vor allem Einfachheit und Effizienz gefragt sind?

Dr. Jürgen Eberlein: Wenn wir uns als Creation den modischen Dingen des Marktes anpassen würden, dann würden wir auf Dauer nicht zu den Gewinnern gehören, sondern zu den Verlierern. Es gibt andere, größere Unternehmen, die mit diesen Dingen besser und schneller, aber auch finanzkräftiger umgehen können als wir.

In Zukunft wird es einen noch stärker gespaltenen Markt geben: den Highend-Bereich, zu dem Creation gehört, und den Massenmarkt, der mehr oder weniger von den Importen aus Asien bewerkstelligt wird, der aber auch durch neue, weniger kosten- und arbeitsintensive Techniken aus dem europäischen Raum bedient wird. Zwangsläufig gehen solche „einfachen“ Techniken jedoch immer zu Lasten der Qualität und der individuellen Ästhetik. Hier wollen wir definitiv nicht mitmischen.

Wir bieten dem Zahntechniker sicherlich ein recht anspruchsvolles System, aber das ist ja nicht von Nachteil, wenn man ästhetische Ergebnisse erzielen will. Die Natur zu imitieren ist anspruchsvoll. Daher lautet unsere Strategie: Qualität ist kein Zufall, sie verlangt Einsatz und Engagement und sie liegt im Detail. Und wir bei Creation sind, wenn Sie so wollen, sehr detailverliebt (lacht).

QZ: Hat sich die Finanzkrise auf Ihre Geschäfte ausgewirkt? Sehen Sie positive Signale?

Dr. Jürgen Eberlein: Nein und Ja. Die Finanzkrise hat mehr den Massenmarkt als unseren Nischenbereich betroffen – wenn man mal vom Implantatbereich absieht. An Umsatz haben wir in den vergangenen zwei, drei Jahren nichts eingebüßt. Und das Jahr 2010 ist für uns ausgezeichnet angelaufen, wir sehen deutlich positive Marktsignale und investieren derzeit bewusst in eine noch breitere internationale Aufstellung.

QZ: Willi Gellers Name ist unweigerlich mit Creation verbunden. Seine Ideen haben viele Entwicklungen im Werkstoffbereich und im Berufsfeld der Zahntechniker erst möglich gemacht. Wie viel ist von Willi Geller heute noch drin in den Massen?

Dr. Jürgen Eberlein: Ganz einfach: Wo Creation Willi Geller drauf steht, ist auch Willi Geller drin. So ist sein Grundsystem in den vergangenen 22 Jahren nahezu unverändert geblieben, das Flaggschiff Creation CC trägt nach wie vor seine Handschrift, und jedes neue Produkt bzw. jede noch so kleine Weiterentwicklung bei Creation geht grundsätzlich über seinen Tisch und profitiert so von seiner großen Erfahrung und seinem Know-how als Meisterkeramiker. Das werden wir auch in Zukunft so halten.

QZ: Aber Creation gehört doch auch zur japanischen Firmengruppe GC, deren Direktor Sie ja auch sind, und die haben selber ein hochwertiges Keramiksystem im Programm.

Dr. Jürgen Eberlein: Zunächst einmal ist Creation viel älter als die vor ca. sieben Jahren neu entwickelte GC-Keramik. GC hat damals ganz unabhängig von Creation mit seinen eigenen Beratern ein Keramiksystem entwickelt, mit dem sich hochwertige Versorgungen herstellen lassen. Dessen Weg, also wie der Zahntechniker eine gelungene Ästhetik erzielt, ist im Vergleich zur Geller-Keramik jedoch ein komplett anderer. Um es deutlich zu sagen: Die Töpfchen sind definitiv nicht austauschbar; aber das haben einige Zahntechniker ja auch schon längst ausprobiert bzw. festgestellt. Der Unterschied beider Systeme liegt also einerseits in den einzelnen Bestandteilen der Massen und andererseits in ihrer Verarbeitbarkeit.

Dass es von einem Hersteller für dieselbe Indikation sogar mehrere Produkte gibt, ist in der Dentalbranche nicht

neu – wie zum Beispiel bei den Abformsystemen: Der eine Zahnarzt bevorzugt das Produkt A, der andere das Produkt B vom selben Hersteller. Bei den Zahntechnikern ist das ähnlich: Jeder Anwender hat seine persönlichen Präferenzen in Bezug auf Material und Verarbeitbarkeit.

Und wenn Sie auf die mögliche Konkurrenzsituation im eigenen Haus anspielen: Ich glaube, der Prozess der „Kannibalisierung“ hat – wenn überhaupt – nur in ganz geringem Umfang stattgefunden, er ist für uns zumindest nicht spürbar geworden. Die Creation- und die GC-Keramik begegnen sich im Markt, aber das stört keinen von beiden. Beide Systeme sind hochwertig, in sich geschlossen und haben einen eigenen Anspruch; sie können prima nebeneinander existieren. Vielleicht stören sich da eher die Wettbewerber dran ... (lacht)

QZ: Was glauben Sie: Wie wird die Zukunft aussehen? Wird sich das Berufsbild des Zahntechnikers vom handwerklichen Künstler hin zum Computerfachmann ändern? Und wo wird dann Creation stehen?

Dr. Jürgen Eberlein: Um noch einmal aus der Branche herauszugehen: Vor Jahren hatte man für den Buchhandel schon das Begräbnis bestellt. Und wo steht er heute? Dem Buchhandel geht es besser denn je – obwohl oder

trotz des nach wie vor boomenden elektronischen Medienmarkts. Nennen Sie es Nostalgie, wie bei den Schallplatten, aber in den nächsten 20 Jahren wird es garantiert immer noch dentale Abformmassen geben, auch wenn man ihnen schon lange den Gnadenstoß geben will und die digitale Abformung in den Himmel lobt.

Und auch wenn sich die Zahntechnik wie alles andere in Zukunft verändern wird, so wird es doch immer einen handwerklichen Bereich geben – auch wenn dieser vielleicht kleiner werden wird.

Für die nächsten 20 Jahre mache ich mir um das zahntechnische Handwerk jedenfalls keine Sorgen. Und Creation wird mit seiner Keramikklaviatur dafür sorgen, dass es auch weiterhin eine gute Zukunft hat. Wir gehen nicht mit jeder Mode mit. Wir gehen jedoch mit der Zeit und denken langfristig. Wer mit Creation arbeitet, ist kein Herdentier, sondern ein Individualist, der bewusst und gerne mit seinen Händen arbeitet!

QZ: Herr Dr. Eberlein, vielen Dank für dieses interessante und sehr offene Gespräch.

Das Gespräch führte Marion Güntzel, Frechen