

Stabil und stark – der richtige „Klebstoff“ macht

Forscher attestieren CompeDent hohen Nutzen durch gemeinsame Netzwerküter

Gemeinsam erfolgreich sein: Stabile Netzwerke wie die CompeDent-Gruppe (Coburg) machen es vor. Doch was ist das Geheimnis des seit mehr als zehn Jahren bestehenden Verbunds? Wodurch entstehen die ökonomisch messbaren Kooperationsgewinne? Das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung und von der EU geförderte Forschungsprojekt „Kreanets“ wollte dies genauer wissen und nahm im Rahmen einer Fallstudie die Zusammenarbeit der 28 bundesweit ansässigen Labore unter die Lupe.

„Stabilität und dauerhafte Zusammenarbeit schaffen wichtige Voraussetzungen für einen gemeinsamen Erfolg“, steht für Gerfried Scharl, den turnusmäßigen Aufsichtsratsvorsitzenden des Laborverbands CompeDent, fest. Genau dieser Punkt interessierte die Wissenschaftler um Prof. Johannes Glückler vom Geographischen Institut der Universität Heidelberg besonders.

Innerhalb eines Jahres untersuchten die Wissenschaftler des Forschungsprojektes das Netzwerk der CompeDent. Sie führten in einem eigens für das Forschungsprojekt entwickelten Untersuchungsprozess Gespräche mit ausgewählten Netzwerkmitgliedern durch. Mittels eines Onlinefragebogens befragten sie alle Netzwerkmitglieder zu zentralen Fragen der Zusammenarbeit: Welchen Nutzen schaffen die gemeinsam erarbeiteten Konzepte wie Trainerwerkstatt, Betriebsvergleich und ProWell? Was verleiht der CompeDent trotz des Konfliktpotenzials, wie es in vergleichbaren Zusammenschlüssen üblicherweise besteht, die entscheidende Stabilität? Denn nach Erfahrung der Experten gestaltet es sich häufig außerordentlich schwierig, in Netzwerken ausreichend Stabilität herzustellen und nachhaltig zusammenzuarbeiten.

Arbeitsgruppen für Material, Internet und Software

Die Wissenschaftler suchten deshalb nach dem „Klebstoff“, der alle Unternehmen miteinander fest verbindet. „Als innovativer und sehr produktiver Zusammenschluss arbeiten wir in vielen verschiedenen Bereichen zusammen“, berichtet Geschäftsführer Rüdiger Feibel. Es gibt etwa Arbeitsgruppen für Marketing und Vertrieb, Materialwirtschaft, Digitale Fertigung und Innovation, Qualitätsmanagement, Intranet und die *CompeDent-PRO-32-Software*.

In der Kreanets-Studie wurde ein Indikator für den Nutzen der einzelnen Arbeitsgruppen für die Mitglieder erhoben. Der Einkauf wird teilweise gemeinsam durchgeführt, in einer Datenbank stehen Referentenempfehlungen, es gibt Anzeigen und Veranstaltungstipps sowie eine Lern- und Trainerwerkstatt, mit der die erklärt hohe Qualität durch die Arbeit der Einzelnen zuverlässig gesichert wird.

Nach Auswertung der durchgeführten statistischen Tests kamen die Forscher zu dem Ergebnis, dass der Verbund besonders von den gemeinsam entwickelten Netzwerkütern profitiert – laut Kreanets ist dies der Klebstoff von CompeDent, der alle Investitionen der Mitglieder wie etwa Arbeitszeit und Beiträge rentabel werden lässt. Dabei ist hervorzuheben, dass die Ergebnisse der Arbeitsgruppen allen Mitgliedsunternehmen der CompeDent zur Verfügung stehen.

Es konnte in der Studie gezeigt werden, dass die Trittbrettfahrer das Nachsehen haben. Besonders belohnt werden diejenigen, die aktiv mitmachen: Ihr Nutzen der gemeinsam geschaffenen Güter ist be-

sonders hoch. Eine Erkenntnis, die ohne das besondere Untersuchungskonzept der „Sozialen Netzwerkanalyse“ im Forschungsprojekt Kreanets nicht möglich gewesen wäre. Die Soziale Netzwerkanalyse bietet die Chance, die ganzheitliche Struktur der Zusammenarbeit von Netzwerken zu erfassen. „Güter, in deren Erstellungsprozess wir uns direkt einbringen, kommen unseren Bedürfnissen häufig optimal entgegen. Wir können sie also besonders wirkungsvoll einsetzen“, ist auch die Erfahrung des Aufsichtsratsvorsitzenden Scharl.

Langjährige Mitglieder, gewachsene Strukturen

Er stuft die gewachsenen Strukturen innerhalb der CompeDent ebenfalls als hilfreichen Beitrag zum guten Zusammenwirken ein. Die Laborinhaber kennen sich schon

Erfolgreiche Vernetzung: Laborverbund CompeDent

Im Jahr 1997 als Marketinggemeinschaft von 16 inhabergeführten Betrieben gegründet, vernetzten sich die Labore bereits zwei Jahre später zur „CompeDent – Zähne zum Anbeißen“. Mittlerweile nutzen bundesweit 28 Labore die Vorteile der starken Gemeinschaft und forcieren so Qualität und Leistungsfähigkeit. Das Ziel der Mitglieder ist es, sich gegenseitig zu inspirieren und zu informieren, über den eigenen Tellerrand zu schauen und vom jeweils Besten eines Bereiches zu lernen.

Die Unterstützung und Stärkung der Zahnärzte spielt ebenfalls eine wichtige Rolle, dazu gibt es umfangreiche Serviceleistungen, Fortbildungen, persönliche Ansprechpartner und professionelle Marketingpakete.



Laborverbund CompeDent:

ein bundesweites Netzwerk starker Dentallabore



lange, viele sind von Anfang an dabei. Auch die Haltung zu grundsätzlichen Fragen ist ähnlich, gefertigt wird beispielsweise ausschließlich in den Laboren vor Ort. Die Betriebe verstehen sich als regionale Anbieter mit umfangreichen Serviceleistungen. Das Angebotsspektrum umfasst alle Bereiche moderner Zahntechnik, die damit sowohl den Wünschen im unteren Preissegment gerecht werden, als auch höchästhetischen Ansprüchen. Eine solche Bandbreite kann ein mittelständisches Unternehmen in einem so angespannten Markt nur durchhalten, wenn es starke Partner hat.

Nur gemeinsam möglich: Servicepaket „ProWell“

„Die CompeDent lässt allen Betrieben viel Spielraum, jeder kann seine Schwerpunkte set-

zen, wie es für ihn richtig ist“, erläutert Feibel. Dadurch profitiere jeder von den Vorteilen einer engagierten Gemeinschaft, könne schnell und individuell auf Kundenwünsche reagieren, gleichzeitig aber auch Risiken und Unwägbarkeiten mit anderen teilen und damit minimieren.

Ein besonders gutes Beispiel für Netzwerküter ist für ihn „ProWell“, der Premium-Zahnersatz der CompeDent-Labore mit umfassenden Serviceleistungen. Zahnärzten steht beispielsweise als Beratungshilfe ein attraktiv gestaltetes Fotobuch mit gut verständlichen, emotional ausgerichteten Patienten-Informationen zur Verfügung.

Das Beratungsgespräch wird damit wesentlich erleichtert: Der Patient erfasst schnell die Vorteile der vorgeschlagenen Therapie und findet durch den ansprechenden Inhalt zahl-

reiche Identifikationsmöglichkeiten. Anschließend kann er sich anhand der ProWell-Faltblätter zu verschiedenen Versorgungsformen wie auch im Internet unter www.meinprowell.de noch einmal informieren. „Für ein Labor alleine wäre die Entwicklung eines solchen Premium-Angebots und des dazu passenden patientenorientierten Marketings viel zu kostspielig – gemeinsam lässt es sich dagegen hervorragend realisieren“, sagt Feibel. ■