

## Warum manchmal ein Crashkurs völlig reicht

---

Wir müssen unser Knowhow im Travelmanagement professionalisieren, entschied Dentsply Sirona – und ging den harten Weg: Ein dreitägiger Intensivkurs beleuchtete die wichtigsten Prozesse. Das Ergebnis hilft auch im globalen Geschäft.

Wer mit Produkten von Dentsply Sirona in Kontakt kommt, hat meist nicht die Muße, Gestaltung und Funktion auf sich wirken zu lassen. Das Unternehmen mit Zentralen im Salzburg (Österreich) und York (Pennsylvania, USA) stellt im südhessischen Bensheim ein komplettes Sortiment von Produkten für die Zahn- und Mundgesundheit her: Verbrauchsmaterialien, Ausstattungen, Technologien und Spezialprodukte.

Während Patienten die Qualität der Hardware ohne Weiteres als gegeben voraussetzen, schaut die Fachwelt genau hin. In der Dentalbranche hat das Unternehmen, das im Februar 2016 aus der Fusion zwischen Sirona Dental Inc. und DENTSPLY International Inc. hervorging, einen herausragenden Ruf und ist nun der „weltweit größte Hersteller von Dentalprodukten und -technologien für Zahnärzte und Zahntechniker“.



Der Investitions- und Dienstleistungs-Einkauf in Bensheim, größter Produktionsstandort von vormals Sirona, steht mitten dazwischen. Um den Entwicklungen gerecht zu werden, setzte er sich das Ziel, in der komplizierter werdenden Welt der Geschäftsreise die Prozesse stärker zu professionalisieren. Also suchte das Unternehmen nach externer Beratung.

Andrea Zimmermann wurde im Sommer 2015 engagiert. Fünf Berater waren angefragt, btm4u erfüllte die Anforderungen am besten. „Sie hat über die reine Beratung hinaus viel Erfahrung als Trainerin und Coach, das waren wichtige Kriterien bei der Auswahl“, so Matthias Platzdasch aus dem Einkauf bei Dentsply Sirona. „Außerdem kennt sie das operative Geschäft sehr genau und schafft die Verknüpfung zwischen Tagesgeschäft und Strategie.“

„btm4u schafft die Verknüpfung aus operativem Geschäft und Strategie.“

Weiteres Ziel war es, das bestehende Knowhow gezielt auszubauen. Gemeinsam mit seinem Team ging Matthias Platzdasch auf den Vorschlag von Andrea Zimmermann ein – hier brauchte es keine klassische Beratung, sondern eine praxisorientierte Lösung: Analyse und Crashkurs, kompakt in sechs Tagen.

Die ersten drei Tage umfassten die präzise Planung: Sichtung der Unterlagen, der Verträge, Richtlinien und Prozessbeschreibungen sowie erste Reports, die das (damals noch) Sirona-Team unter Anleitung von Andrea Zimmermann für die Analysen erstellte. Ein Workshop mit den Assistenzen der beiden Standorte Bensheim und Salzburg ermittelte die aktuellen Erfahrungen, Wünsche und Probleme der Buchenden. An den drei Praxistagen ging es um Reisebüros, Reporting, Analyse von Flugumsätzen und Buchungswege – vermittelt in einer Mischung aus Seminar, Training on the Job und Workshop.

„Das hat viel gebracht. Wir haben unsere Prozesse angepasst und abgestimmt und haben sofort davon profitiert“, sagt Matthias Platzdasch rückblickend. Das gelte auch für die Assistenzen, die 70 bis 80 Prozent des Flugvolumens buchen und jetzt präzise Richtlinien an der Hand haben, wann sie zum Beispiel über das Reisebüro zweite Angebote einholen sollen und nach welchen Kriterien dann die Entscheidung fällt. Das Ergebnis: spürbare Einsparungen. Die Investition in die Beratung hat sich kurzfristig mehrfach ausgezahlt, und die Wirkung führt nachhaltig zu weiteren langfristigen Einsparungen.

Ganz wichtig war auch die Vorbereitung des nächsten Flugeinkaufs, insbesondere bei den großen deutschen Airlines. „Wir sind sehr gut vorbereitet und haben die richtigen Zahlen an der Hand“, sagt Einkäufer Platzdasch – und hier kommt die Fusion mit DENTSPLY ins Spiel. Der Zusammenschluss mit den US-Amerikanern wurde nämlich konkret, kurz nachdem das Einkaufsteam das Projekt „Crashkurs“ erfolgreich abgeschlossen hatte. Und nun? Alles auf Null und von vorn?

Keineswegs. Das Einkaufsteam von vormals Sirona, das schon immer auch Reisen zu zwei Standorten in den USA verantwortet hatte, fühlt sich jetzt besser ausgerüstet, um weltweite Prozesse zu steuern. Zum Beispiel, weil Airlines immer in dem Markt verhandeln, in dem die Tickets gekauft werden. In die Verhandlungen gehen gemeinsame Teams, und der Einkauf wird in die Weiterentwicklung des Travel Managements auf der neuen Konzernebene eingebunden. Matthias Platzdasch: „Unser erweitertes Wissen können wir auch unter den veränderten Bedingungen bestens anwenden.“



Behandlungseinheit TENO von Dentsply Sirona Treatment Centers

## Das Projekt in Stichworten

Branche:	Ausstattung und Verbrauchsmaterialien für Zahnärzte und Zahntechniker
Standorte:	Globaler Hauptsitz in York (Pennsylvania, USA), internationaler Hauptsitz in Wals bei Salzburg (Österreich), Hauptproduktions-Standort in Bensheim (Deutschland); 20 Niederlassungen weltweit
Umsatz:	3,4 Mrd. US-Dollar
Mitarbeiter:	ca. 12.000 (vormals Sirona)
Websites:	<a href="http://www.sirona.com">www.sirona.com</a> , <a href="http://www.dentsplysirona.com">www.dentsplysirona.com</a>
Reisende:	800–1000 pro Jahr (Sirona)
Reisevolumen:	ca. 3 Mio. Euro, davon 1,5 Mio. Euro Flug (Sirona)
Auftrag:	Crashkurs Travel Management
Projektlaufzeit:	Sechs Tage: drei Tage analysierende Vorarbeit und drei Tage Workshops / Training on the Job vor Ort im Sommer 2015

