



Auch hochqualifizierte Frauen mit langjähriger Erfahrung montieren die Geräte.

Wenn der Zahnarzt das Altersheim besucht

BPR stellt **mobile Behandlungseinheiten** in kleinen Serien her und ist damit **weltweit erfolgreich**.

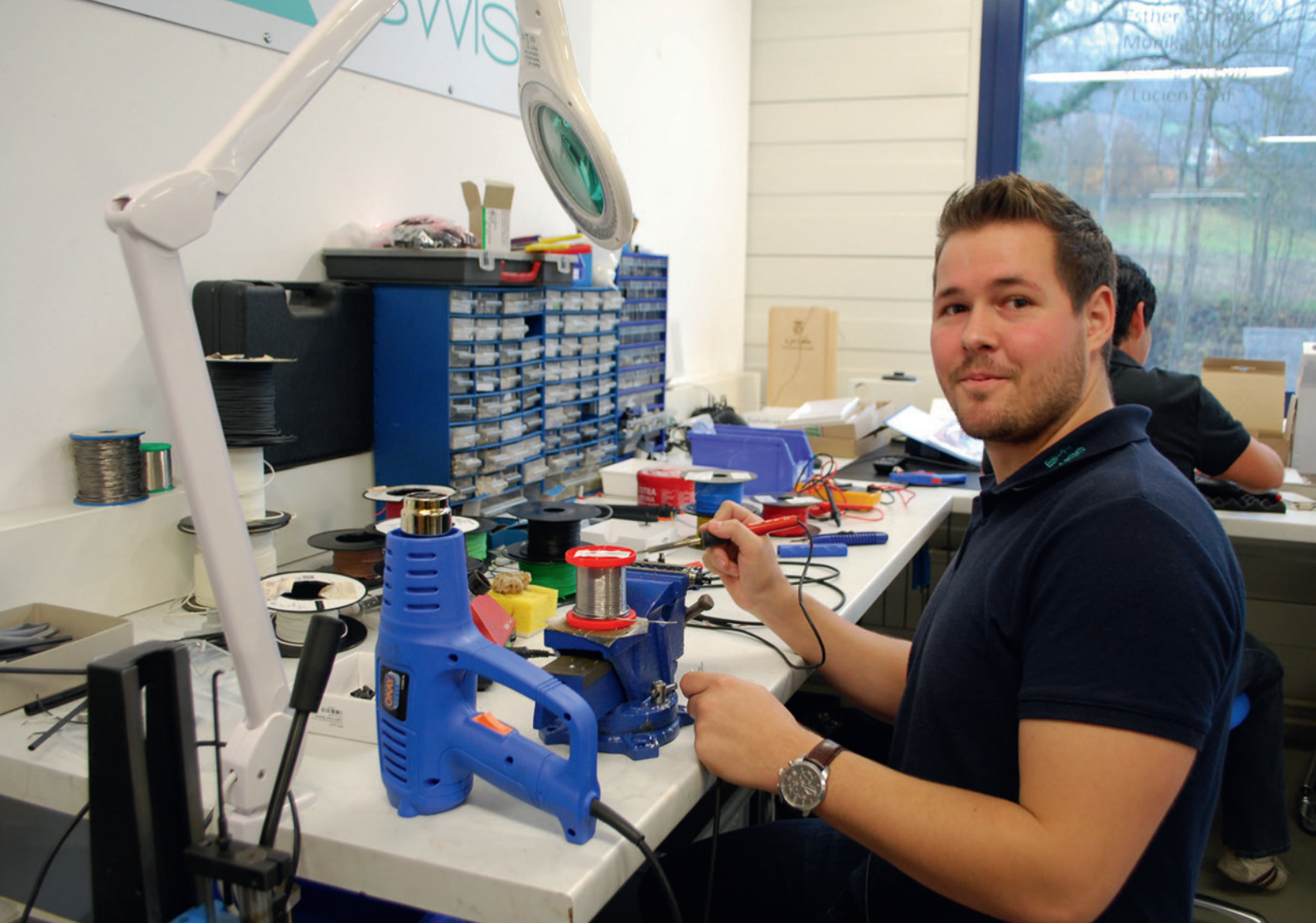
Text und Fotos: Werner Catrina

Oberdiessbach bei Thun als Domizil einer international erfolgreichen Dentalfirma scheint eher ungewöhnlich. Berner Bauernhäuser mit ausladenden Walmdächern, Kühe, ein schmucker Dorfplatz prägen das Bild, und dann am Dorfrand entlang der Weststrasse ein kleines Industriegebiet. BPR ist hier erst seit knapp zwei Jahren in einem schmucklosen Gewerbebau einquartiert, weil das alte Domizil im Nachbardorf Linden zu klein wurde. Kein pompöses Firmenschild signalisiert den Sitz des Unternehmens, Understatement pur. Zum Gespräch empfangen uns Dr. Marc Maurer, der junge Commercial Director und stellvertretende Vorsitzende der Geschäftslei-

tung, und sein Onkel Marcel Maurer, zuständig für die Technik und Vorsitzender der Geschäftsleitung. Mobile und portable Behandlungseinheiten für Zahnärzte und Ärzte sind das Kerngeschäft des Unternehmens, weiter sind Laborturbinen und -motoren für Zahntechniker, verschiedene Behandlungsleuchten für Ärzte und Zahnärzte im Produktionsprogramm sowie «Plug and play»-Behandlungsstühle und diverses Zubehör. Alles leistungsfähige Geräte mit gutem Design, samt und sonders «made in Switzerland». «Das Schweizer Kreuz hilft uns im Export, denn es steht weltweit für Qualität», erklärt Marc Maurer. Im Besprechungszimmer hängt eine

Weltkarte mit vielen Punkten. Sie markieren Länder oder Städte, wo BPR mit Handelspartnern zusammenarbeitet, die aus dem Werk Oberdiessbach beliefert werden.

20 Mitarbeiter, viele Schweizer Zulieferer Gleich zum Auftakt des Gesprächs eine weitere Überraschung: Das Unternehmen beschäftigt nur gerade knapp 20 Mitarbeitende und stellt dennoch im Jahr Hunderte von mobilen Behandlungseinheiten und weitere Produkte für Zahnärzte, Ärzte, Dentalhygienikerinnen und Zahnärzte her. Wie schafft ein KMU eine solche Produktion mit einer so knappen Belegschaft? «Unsere Prozesse sind sehr



Aufmerksam und dennoch entspannt wird gearbeitet.

effizient strukturiert, nicht nur intern, sondern auch in der Zusammenarbeit mit unseren Zulieferern. Wir arbeiten mit vielen Schweizer Unternehmen zusammen, oft sind es kleine und mittlere Betriebe aus der Umgebung», erklärt der Leiter Technik (CTO) Marcel Maurer, «Spezialfirmen, die für uns Komponenten produzieren und mit denen wir gemeinsam die Bestandteile neuer Generationen von Geräten entwickeln.»

Marcel Maurer hat sein Handwerk als Feinmechaniker erlernt und arbeitete dann in der Entwicklungsarbeit einer anderen Dentalfirma. Er erinnert sich: «Wir begannen 1989 in einer Garage, die Gründung von BPR fand dann 1997 statt.» Die drei Buchstaben sind im Übrigen eine Abkürzung für «Bern Productions», ein eher farbloser, wenig eingängiger Name, doch das Unternehmen floriert dank guten Nischenprodukten mit weltweitem Absatzpotenzial.

Mobile Einheiten, eine gefragte Nische

Von Anfang an konzentrierte man sich auf die mobilen «Plug and play»-Geräte, eine Nische mit wenigen Anbietern und

hohen technischen Anforderungen. Blättert man im Produktbrevier mit dem Titel «Grenzenlose Mobilität – die mobilen Einheiten von BPR Swiss», sieht man eine ganze Reihe mobiler Carts in der Preisspanne von rund 10 000 bis circa 20 000 Franken und portabler Behandlungseinheiten zwischen circa 27 000 und 40 000 Franken. In den meisten Praxen

sind die Behandlungseinheiten fest verankert, doch es kommt immer wieder vor, dass man den Boden in der Praxis nicht aufreissen will und deshalb die nicht fest installierten, flexiblen Behandlungseinheiten wählt.

Die portablen Behandlungseinheiten kommen in der Regel ausserhalb der Praxen zum Einsatz. Der Zahnarzt kann sie

zum Beispiel zur Behandlung der Pensionäre ins Alterszentrum transportieren, ja sogar zu Schwerkranken mit Zahnproblemen nach Hause bringen. Die mobilen Geräte eignen sich auch zur Schulzahnpflege, zur dentalmedizinischen Versorgung abgelegener Gebiete und vom Betrieb in der Armee bis zum Einsatz bei Hilfswerken in Drittweltländern.

«Hier könnte evtl. noch ein Quote stehen»

Immer leiser, immer leichter

Die Devise bei der Entwicklung der Geräte: Immer leiser, immer leichter! Seit Anfang 2015 ist die neueste Generation des Smart-Port auf dem Markt, inklusive Kompressor im eleganten Gehäuse noch ganze elf Kilo schwer und nur noch 48 Dezibel leise. Das neuartige zum Patient angemeldete Absaugsystem kann



Dr. Marc Maurer, der junge Commercial Director und stellvertretende Vorsitzender der Geschäftsleitung (links), und sein Onkel Marcel Maurer, zuständig für die Technik und Vorsitzender der Geschäftsleitung.

auch ein Luft-Wasser-Gemisch problemlos absaugen. Zielpublikum sind Zahnärzte und Zahnhygienikerinnen im Hauptmarkt Europa. «Um dieses Gerät zu transportieren, benötigen sie keinen VW-Bus», lacht Commercial Director Marc Maurer, «da genügt ein Smart». Marketing ist ein wichtiger Faktor in der BPR-Erfolgsgeschichte. Das Vertriebsteam um Marc Maurer besucht jährlich rund vierzig Messen in dreissig Ländern. «Messen und Kongresse für Zahnärzte sind unsere Schaufenster», erklärt er. «Hier treffen sich die lokalen Wiederverkäufer mit den Direktkunden, auch Veranstaltungen für Dentalhygienikerinnen sind für uns wichtig.» Es kann schon einmal passieren, dass das Team in zwei Wochen an fünf Messen ausstellt. Oft sind die Informationen der Messestände in Englisch abgefasst; in Ländern wie Italien oder Rumänien erreicht man die Kunden jedoch besser mit der lokalen Sprache. «Auf Messen erleben wir immer wieder, dass Besucher unsere Marke nicht kennen», erklärt Marc Maurer. «Sobald sie aber das Schweizer Kreuz sehen, kommen wir rasch ins Gespräch, denn das Wappen signalisiert weltweit Qualität.» Auch Inserate in Fachzeitschriften und Mailings machen die BPR-Produkte bekannt.

Schweizer Qualität, 90 Prozent Export

Die mobilen PBR-Behandlungseinheiten mit den leistungsfähigen Laborturbinen und Fräsgeräten für Zahntechniker, die LED-Leuchten und die weiteren Produkte werden zu 90 Prozent im Ausland verkauft, weil der Schweizer Markt zu klein wäre für die Nischenprodukte. Hierzu-lande bringt man die Geräte ähnlich wie im Export grossteils über den Fach-

handel, namentlich über Kaladent und Demadent, zu den Kunden.

Weitere wichtige Märkte sind: 40 Prozent Europa, 25 Prozent Fernost und 25 Prozent naher Osten. Manchmal kommen Retailer aus fernen Ländern zum Firmensitz in Oberdiessbach und staunen über ein «Switzerland» wie auf einem Kalenderblatt, mit grünen Wiesen, gefleckten Kühen, dem blauen Thunersee und der weissen Kulisse von Eiger, Mönch und

Jungfrau im Hintergrund. Am Firmensitz in Oberdiessbach gibt es auch eine Service- und Reparaturabteilung, wo kürzlich eine fast zwanzigjährige portable Behandlungseinheit angeliefert wurde, die seit dem Kauf einwandfrei arbeitete und nach einer kurzen Reparatur wieder in Betrieb gehen konnte.

Auf dem Rundgang durch den Fertigungsbetrieb sehen wir, wie die hochpräzisen Komponenten aus Biel, dem Jura, aus Lausanne oder dem Kanton Bern zu Geräten zusammengesetzt werden. Einige Bestandteile kommen schon vormontiert aus dem Lager zur individuellen Konfiguration in die Endmontage. Man produziert nicht auf Halde; kommt eine Bestellung herein, wird das Gerät mit einer Lieferfrist von rund zwei Wochen gebaut. Die Mitarbeitenden sind alles Einheimische, und die meisten zogen vom früheren Standort im Nachbardorf ins neue Domizil mit. Es wird konzentriert, aber nicht verbissen gearbeitet in einer Produktionskette, wo am Schluss Geräte mit Namen wie Denta-Cart Clinic, Combi-Port-Premium oder Denta-Boy entstehen. Für jeden Mobile Cart und jede portable Behandlungseinheit gibt es eine preisgünstigere, vielleicht etwas lautere,



Langjährige Mitarbeiter bürgen für Qualität.

aber qualitativ einwandfreie Variante und ein Edelgerät mit allen Schikanen, das entsprechend teurer ist. Die BPR-Angebotspalette ist offensichtlich marktgerecht, denn die Umsätze des Unternehmens steigen kontinuierlich, wie wir erfahren, Verkaufs- und Gewinnzahlen gibt das Familienunternehmen jedoch nicht bekannt.

Gewarnt vor Kopisten und wichtige Mund-zu-Mund-Reklame

Die BPR-Fertigungsstätte ist kein öder Fließbandbetrieb, sondern eine lebendige Manufaktur, wo auch Frauen im Einsatz stehen. Alle können an verschiedenen Punkten der Produktion eingesetzt werden, niemand ist zu steter monotoner Arbeit verdonnert.

Fotografieren ist hier generell nicht erwünscht, obwohl die Mitarbeitenden in die Kamera lachen; immerhin einige wenige Bilder dürfen wir schießen. BPR hat wie viele Schweizer Firmen schon schlechte Erfahrungen mit chinesischen oder südkoreanischen Produktpiraten gemacht. CTO Marcel Maurer berichtet von einem von Südkoreanern schlecht abgekupferten Gerät, wo man sogar das BPR-Firmenlogo leicht abgeändert auf



Das Unternehmen beschäftigt nur gerade knapp 20 Mitarbeitende.

die Verpackung druckte. «In Asien, namentlich aber in China, gelten Patente nichts», sagt Marcel Maurer resigniert, «da kann man wenig machen. Deshalb geben wir keine Anhaltspunkte über unsere Know-how in Entwicklung und Produktion, über unsere Prozesse und unsere Zuliefererpreise.»

BPR ist gut gefahren mit seiner Nischenstrategie, mit der hochwertigen Produktion auf Bestellung und nach Mass, mit den einheimischen Zulieferern und Mit-

arbeitenden. Daran will man auch in Zukunft nichts ändern. Wer so langlebige Geräte herstellt, muss immer wieder neue Kunden gewinnen, was man in der Schweiz mit der Beteiligung an Messen und Kongressen, mit Mailings und namentlich in Zusammenarbeit mit den Retailern Kaladent und Demadent erreicht. Commercial Director Marc Maurer: «Die beste Werbung allerdings ist immer noch, wenn ein Zahnarzt unser Gerät seinem Kollegen empfiehlt.»



Die Arbeit bei BPR erfordert hohe Konzentration.