

Interview mit Dr. Volker Dreve, Geschäftsführer der Dreve-Firmengruppe

## 75 Jahre Dreve: Viel mehr als Otoplastiken

Zum Firmenjubiläum blickt Geschäftsführer Dr. Volker Dreve auf die Anfänge des Unternehmens zurück, schildert die Entwicklungen als Innovationstreiber und gibt einen Ausblick in die Zukunft. In der Heimat Unna verwurzelt, aber immer offen für Neues, hat sich Dreve zu einem wichtigen Player im Bereich Otoplastik entwickelt.

**Hörakustik:** Erst einmal herzlichen Glückwunsch zum 75-jährigen Jubiläum Ihres Unternehmens. Der Anfang dieser Erfolgsgeschichte liegt im Jahr 1949, als Ihre Eltern Wolfgang und Inge Dreve in der Innenstadt von Unna ein Dentallabor gründeten. Können Sie uns ein wenig über die Anfänge und die Entwicklung der Dreve-Firmengruppe erzählen?

**Dr. Volker Dreve:** Mein Vater hat 1949 ein zahntechnisches Labor in Unna eröffnet und meine Mutter als Auszubildende eingestellt und waren dann also zu zweit. Gemeinsam haben sie nach den Gründerjahren den Betrieb weiter entwickelt und viele Produkte erfunden. Als mein Vater 1996 verstarb, hatte er in der Branche bereits viel bewegt, da er ja sehr innovativ tätig war. Das Unternehmen hat sich über die Jahre stark vergrößert auf heute etwas mehr als 400 Mitarbeitende. Wir haben eine Betriebsfläche von 30 000 m<sup>2</sup>.

**Hörakustik:** In welchen Bereichen ist Ihr Unternehmen jetzt aktiv und wie haben Sie die Unternehmensgruppe organisatorisch aufgestellt?

**Dr. Volker Dreve:** Die ProDiMed GmbH ist unsere Produktionsgesellschaft, die Otoplastik GmbH, die Dentamid GmbH und die Innovation MediTech GmbH sind die Vertriebsgesellschaften. Die Innovation MediTech vertreibt neuerdings auch 3D-Kunststoffe im Bereich Orthopädie. Den Markt haben wir vielleicht zu lange vernachlässigt, aber das wird unser drittes Standbein werden. Unter der Innovation MediTech ist auch die Dreve America angesiedelt, eine erfolgreiche Firma in Minneapolis. Sie betreut dort Starkey und andere große Kunden.



Für jeden Geschmack etwas dabei: Otoplastiken von Dreve

Fotos: Dreve

**Hörakustik:** Wie würden Sie den „Spirit“ beschreiben, den Dreve und seine Belegschaft im Besonderen auszeichnen?

**Dr. Volker Dreve:** Innovativ und zielstrebig in der Sache, aber familiär in der Umsetzung. Ich bin unheimlich stolz auf diese 75 Jahre und dass wir Familieninhaber sind. Es gibt kein Private Equity – das ist ja schon was ganz Besonderes in der Branche. Und wir sind sehr standorttreu.

**Hörakustik:** Wie würden Sie die Beziehung von Dreve zur „Heimatstadt“ Unna und zur Region beschreiben? Inwiefern prägt das Ruhrgebiet auch den Charakter von Dreve und seinen Mitarbeitern?

**Dr. Volker Dreve:** Unna ist unser Zuhause. Der Standort hat wirklich viele Vorteile für uns. Auch Bewerber sind immer sehr positiv überrascht. Unna hat einen sehr netten Stadtkern mit Fachwerkhäusern. Wir haben drei Gymnasien und zwei große Krankenhäuser, d. h., für Familien wird hier alles getan, bei relativ preiswerten Lebenshaltungskosten.

**Hörakustik:** Dreve hat nicht nur das erste Otoplastik-Labor in Deutschland gegründet, auch der Begriff der Otoplastik für ein Ohrpassstück wurde von Ihren Eltern „erfunden“, wenn ich richtig informiert bin. Können Sie unseren Lesern diese Anekdote kurz schildern?

**Dr. Volker Dreve:** Der Begriff stammt tatsächlich von uns, und zwar wollte mein Vater ein neues, interessantes Fachwort erfinden. Oto ist das Ohr. Plastik war damals nach dem Weltkrieg Kunststoff. Heute ist eine Plastik ein Körperteilersatz, Otoplastik wäre also ein Ersatz eines Ohres. Aber damals bezeichnete das ein individuelles Teil aus Kunststoff fürs Ohr, eben die „Otoplastik“, und das hat sich dann so weltweit etabliert.

**Hörakustik: Wie würden Sie die Unterschiede zwischen der Dental- und der Otoplastik-Sparte beschreiben, was die Silikonprodukte betrifft? Gibt es da überhaupt Gemeinsamkeiten?**

**Dr. Volker Dreve:** Das sind tatsächlich komplett andere Applikationen, Konfektionen und Einsatzmöglichkeiten. Es ist bei uns eine Produktionsstätte, aber die Rezepturen unterscheiden sich signifikant. Es gab immer mal wieder Dentalfirmen, die nach unserem Beispiel versucht haben, sich in der Hörakustik zu etablieren. Die meisten sind aber gescheitert, weil das Produkt sehr verschieden ist.

**Hörakustik: Mit der Einführung der Stereolithographie, einem industriellen 3D-Druckverfahren, haben Sie den Markt für Otoplastiken auf neue Füße gestellt. Wie sahen die Rahmenbedingungen damals aus, als Sie diese Entscheidung getroffen haben?**

**Dr. Volker Dreve:** Das muss 2001, 2002 gewesen sein. Meine Mutter saß damals noch jeden Tag im Labor und hat händisch die Otoplastiken angefertigt. Die benötigten Acrylate wurden im Labor aus Pulver und Flüssigkeit manuell angemischt. Dann kam Siemens mit einer riesengroßen, millionenteuren Maschine für 3D-Druck auf die EUHA-Messe. Aus diesem riesigen Schrank kam dann so eine kleine Otoplastik heraus. Das war damals Lasersintern, hat aber nicht funktioniert, weil der verwendete Kunststoff zu porös war. Das ganze Cerumen ist da hineingewandert. Die Otoplastiken fingen deshalb an, sehr schnell und sehr stark zu riechen. Es war einfach der falsche Werkstoff. Als ich das damals gesehen habe, habe ich angefangen zu überlegen: Entweder ist



Inge und Wolfgang Dreve haben das Unternehmen 1949 gegründet.

jetzt unser Laborgeschäft obsolet oder wir machen da voll mit. Und dann gab es natürlich nur Option B, und so bin ich mit unserem damaligen Vertriebsleiter, Dino Marchetti, und unserem Chemiker, Dr. Rainer Altmann, damals nach Stockholm geflogen zu Jan Tøpholm, Chef von Windex. Er hatte nämlich damals schon für die Herstellung von Otoplastiken im 3D-Druck ein Patent, obwohl es noch gar keinen speziellen Drucker dafür gab. Ich habe ihm gesagt, wir machen jetzt das Material dafür, und zwar auf Acrylatbasis. Wir mussten ihm eine Lizenz bezahlen, 50 Cent pro Otoplastik. Dann haben wir angefangen, haben den ersten 3D-Drucker gekauft für 180.000 D-Mark. Nach acht Monaten hatten wir den ersten Werkstoff für Otoplastiken fertig – eine Rekordzeit. Das ist heute noch die Basis. Wir brauchten Software, damit unsere Kunden modellieren können. So kam 3Shape dazu. Und so hat das alles angefangen. Heute fertigt unser Labor 100 % digital und konnte dadurch die Qualität stark verbessern und Kunden in ganz Europa gewinnen.

**Hörakustik: Wo wird die technologische Entwicklung in der Fertigung von Otoplastiken und In-dem-Ohr(IdO)-Schalen hingehen?**

**Dr. Volker Dreve:** Wir arbeiten an einem 3D-Drucker mit Flüssigkristall(LCD)-Tech-

nologie. LCD-Panels, die in Fernsehern verwendet werden, kommen extrem billig aus Asien und die kann man nutzen. Unser Problem im Moment: Man kann noch nicht alle Kunststoffe für diese spezielle Indikation damit aushärten, die transparenten nämlich nicht – und die machen im Otoplastik-Geschäft 50 % des Volumens aus. Aber wir arbeiten daran und werden das vielleicht als Erste knacken.

**Hörakustik: Für einen Ohrabdruck benötigt man, bitte korrigieren Sie mich, wenn ich da falsch liege, um die fünf Gramm. Wie viele Kilogramm Silikonprodukte produziert Dreve im Jahr?**

**Dr. Volker Dreve:** Wir produzieren pro Tag durchschnittlich 1,5 Tonnen Silikonmaterialien, das sind industrielle Ausmaße. Alles, was wir verkaufen, stellen wir in Unna her, also Silikone, Kunststoffe und Geräte.

**Hörakustik: Im Zuge der Coronakrise stieg der Marktanteil von In-dem-Ohr(IdO)-Hörgeräten deutlich an. Derzeit geht der Marktanteil wieder etwas runter – ein „Zwischenhoch“ für Dreve oder sehen Sie einen bleibenden höheren Marktanteil für den IdO-Bereich?**

**Dr. Volker Dreve:** Wir rechnen eher mit einer Abschwächung. Wir glauben, dass



Die dritte Generation ist in die Firma eingestiegen: Victoria Dreve mit ihrem Vater Dr. Volker Dreve.

der Ex-Hörer aufgrund der audiologischen Qualitäten Vorteile hat. Als Otoplastiker sagen wir: Ob in dem Ohr oder hinter dem Ohr, es soll eine individuelle Anpassung haben, also eine Otoplastik und kein Schirmchen oder Dome. Ich freue mich, dass wir im Moment so hohe Stückzahlen haben, aber daraus ergeben sich Probleme mit der Lieferzeit, weil man Otoplastiken nicht so wie andere Produkte skalieren kann. Da haben wir ein Problem, das wir personell lösen müssen und werden. Wachstum ist immer schön, aber muss auch gemanagt werden. In Amerika haben wir einen anderen Trend. Da wird viel mit Schirmchen verkauft.

**Hörakustik: Neben den wirtschaftlichen Erfolgen gab es aber auch tragische Einschnitte, wie den plötzlichen Tod Ihres langjährigen Vertriebsleiters und Geschäftsführers der Dreve Otoplastik GmbH, Dino Marchetti, im November 2019. Wie sind Sie damals mit diesem Schock im Unternehmen umgegangen?**

**Dr. Volker Dreve:** Herr Marchetti hat für die Firma unheimlich viel getan, ist viel gereist, hat die Internationalisierung sehr stark nach vorne gebracht. Ich weiß es noch genau: 2019, morgens um acht Uhr, ich wollte gerade ins Büro fahren, stand

mein Personalchef vor der Tür und hat mir die Nachricht überbracht. Herr Marchetti wurde nur 52 Jahre alt. Wir haben dann eine Betriebsversammlung gemacht, auf der ich es verkünden musste. Sein Tod hat auch in der Branche ein großes Echo ausgelöst. Herr Marchetti war sehr bekannt und sehr beliebt. Alle fragten, wer als Nachfolger kommen würde? Ich hatte etwas Angst, einfach jemanden von extern in die Firma zu holen, weil wir eine familiäre Struktur haben. Deshalb habe ich dann kommissarisch den Vertrieb geleitet und meine Frau stärker in die Firma eingebunden. Sie ist Rechtsanwältin und hat sehr viele verwaltende Dinge erledigt, die Verträge geschrieben und das Personalwesen unterstützt. Das hat mir sehr geholfen und zusammen hat das sehr gut geklappt. Die Firma ist weiter gewachsen. Seit diesem Jahr haben wir aber wieder einen Vertriebsleiter, David Bockhorn, ein junger, sehr engagierter Mann. Es hat ein paar Jahre gedauert, die Stelle zu besetzen, denn ich nehme mir die Zeit, jemanden zu finden, der dann auch richtig ist.

**Hörakustik: Seit 2008 ist Dreve auch mit einer eigenen Niederlassung in den USA vertreten. Welche Produkte und Dienstleistungen vertreiben Sie dort und wie hat sich dieser Auslandsmarkt für Sie entwickelt?**

**Dr. Volker Dreve:** Wir hatten dort ein Otoplastik-Labor mit 100 Mitarbeitern. Aber aufgrund der Entwicklungen in der Coronapandemie und dem Trend hin zur Schirmchenversorgung, den wir in den USA sehen, haben wir das Labor geschlossen. Jetzt haben wir in Minneapolis noch 40 Leute im Vertrieb. Interessant wird es, sollte Trump wieder gewählt werden. Dann stehen vermutlich Strafzölle an. Und wir müssen uns überlegen, welchen Weg wir dann einschlagen.

**Hörakustik: Welche Auswirkungen haben Regelungen wie die Medizinprodukteverordnung Medical Devices Regulation (MDR) auf Ihr Unternehmen? Gibt es Regelungen, auf die Sie gern verzichten würden?**

**Dr. Volker Dreve:** Angefangen hat das Qualitätsmanagement bei uns 1997 mit der Norm der Internationalen Organisation für Normung (ISO-Norm). Die hat uns damals sehr geholfen, die Firma zu strukturieren, um gewisse Projekte voranzubringen. Das war gut für uns. Mittlerweile, mit den Auswüchsen der MDR, ist es über das Ziel hinausgeschossen. Wir sind MDR-zertifiziert und haben die ganze Firmengruppe zertifizieren lassen. Es heißt, dass wir jetzt zwölf bis 18 Monate für eine neue Registrierung eines Produkts brauchen. Das ist heutzutage für einen Produktzyklus sehr lange. Ein Silikon oder Kunststoff kann in 18 Monaten mehrfach



Neuer Vertriebsleiter: David Bockhorn

verbessert werden. Das darf man aber nicht verkaufen, weil das Ursprungsprodukt zertifiziert worden ist. Es hat also auch Nachteile für den Patienten.

**Hörakustik: Wie würden Sie Ihr Selbstverständnis als Unternehmer beschreiben?**

**Dr. Volker Dreve:** Ich bin ein sehr positiv eingestellter Mensch. Viele sagen, früher sei alles besser gewesen, ich finde das nicht. Nehmen wir die künstliche Intelligenz (KI): Viele fragen mich, was jetzt mit KI sei. Ich meine, KI sollten wir natürlich einsetzen. Davor kann man doch keine Angst haben. Es gibt ein paar Regeln, wie man das nutzt und wie nicht. Meine Frau hat das in einer Betriebsanweisung zusammengefasst. Das sollte man natürlich seinen Mitarbeitern vorgeben. Auch die 3D-Drucker nutzen in Zukunft natürlich KI und teilweise jetzt schon. Der Mensch muss das zusammenführen, und KI wird niemals den Menschen ersetzen. Also keine Angst: Man muss mit offenem Visier neue Technologien für sich nutzen. Im Hörgerätebereich wird KI sicherlich die neuen Hörgeräte beeinflussen und besser machen.

**Hörakustik: Mit Ihrer Tochter Victoria arbeitet bereits die dritte Generation im Unternehmen. Wie bereiten Sie Ihre Tochter darauf vor, später einmal das Unternehmen fortzuführen?**

**Dr. Volker Dreve:** Ich bin sehr stolz darauf, dass wir als Mittelständler schon eine dritte Generation in der Firma haben. Victoria ist seit zwei Jahren im Betrieb. Mit ihren 24 Jahren hat sie mit International Business und Finanzen bereits zwei Studiengänge absolviert. Durch die beiden Studiengänge hat Victoria eine sehr gute betriebswirtschaftliche Grundlage. Es wird natürlich ein paar Jahre dauern, bis sie die Firma leitet. Derzeit ist Learning by doing angesagt. Erste eigene Projekte, wie unsere Ecozert-Nachhaltigkeitsauszeichnung, hat sie erfolgreich abgeschlossen.

**Hörakustik: Was treibt Sie an, die Geschichte von Dreve als Familienunternehmen weiterzuschreiben und nicht**

## Meilensteine der Firmengeschichte

Dreve ist heute ein international agierender Produzent von additionsvernetzenden Silikonen und lichthärtenden Kunststoffen für den 3D-Druck in der Hörakustikbranche und ein unabhängiges vollständig digitalisiertes Otoplastik-Labor mit Sitz in Unna, Deutschland, und Minneapolis, USA.

- 1949: Gründung als Dentallabor
- 1955: erste individuelle „Otoplastik“ aus Acrylat, heute weltweit ein Begriff
- 1964: weichbleibende Otoplastik aus Nylon
- 1965: kondensationsvernetzendes Silikon zur Ohrabformung (Otoform Kc)
- 1977: Doppelkolbenabdruckspritze
- 1982: weichbleibende Silikon-Otoplastiken (Biopor), Lärm- und Schwimmschutz (DLO)
- 1984: additionsvernetzendes Silikon zur Ohrabformung (Otoform Ak), Doppelkartusche zur Ohrabformung
- 1985: lichthärtende Kunststoffe für IDO (Fotoplast), Lichtpolymerisationsgeräte (Polylux)
- 1986: Folien-Otoplastik
- 1995: hypoallergische, lichthärtende Beschichtung von Otoplastiken (NanoScreen)
- 2003: 3D-Druck von Otoplastiken, Kunststoffe für 3D-Drucker (FotoTec)
- 2007: Ohrabformsilikon mit Farbindikator (Otoform A softX)
- 2008: Smart Material VarioTherm (hart, weich, thermosensitiv)
- 2009: Automat zur Beschichtung von Otoplastiken (DACs)
- 2010: Fräsen von Otoplastiken aus Ronden, OtoCam
- 2012: expandierendes Ohrabformsilikon (Otoform Xpand)
- 2015: Onlineshop, Konfigurator für Otoplastiken SmartOrder
- 2020: Neubau des Otoplastik-Labors in der Coronakrise
- 2021: Smart Material (VarioTherm Plus)
- 2022: RIC-unifit- und RIC-air-Otoplastik
- 2023: Ausrüster Special Olympics, Firmengruppe nach MDR zertifiziert, schnelleres Abformmaterial mit Farbindikator (Otoform A softX boost)
- 2024: EarSleeve-Otoplastik für ITE-Systeme

**den „einfachen“ Weg eines Unternehmensverkaufs zu gehen?**

**Dr. Volker Dreve:** Darüber habe ich noch nicht nachgedacht. Ich gehe morgens zur Arbeit und mache das Beste daraus. Und ich gehe jeden Morgen gerne zur Arbeit. Das liegt natürlich daran, dass ich hier so tolle Mitarbeiter habe. Für die tue ich alles und die tun alles für uns. Ich will nicht wieder familiär sagen, aber der Antrieb ist einfach so. Wie das jetzt hier läuft, macht es wahnsinnig viel Spaß. Wenn ich überlege, dass ich 61 Jahre alt bin und mit 65 Jahren aufhören soll – davor graust es mich jetzt schon. Also, ich arbeite sehr, sehr gerne. Wir sind der Treiber neuer Produkte, das macht Spaß. Es ist spannend,

wenn unsere Kunden darüber begeistert sind, was wir wieder Tolles entwickelt haben. Das ist der Lohn, den man bekommt. Aber was ist der Antrieb? Ich kann es nicht sagen, ich bin da als Kind reingewachsen, wie meine Tochter auch. Das ist vielleicht DNA. Es ist doch auch schön, wenn man auf den zahlreichen Messen, pro Jahr sind das mehr als 30, Geschäftsfreunde und Wegbegleiter trifft und sich mit ihnen austauscht. Man kann über Chancen und Probleme sprechen. Wir sind in der Branche stark verankert, auch in den Gremien und wir haben eine gute Fachpresse.

**Hörakustik: Vielen Dank für das Gespräch.**

*Björn Kerzmann*