



SPOT THE DIFFERENCE

— *CJ-Optik* —

DIE BEIDEN INITIALEN IN CJ-OPTIK STEHEN FÜR CARSTEN JUNG. ALS INHABER DES VERGLEICHSWEISE JUNGEN UNTERNEHMENS PERSONIFIZIERT ER OPTISCHE KOMPETENZ UND EIN BESONDERES GESPÜR FÜR DIE FEINEN UNTERSCHIEDE. DAS IST ES, WAS SEINE WELTWEITEN KUNDEN AN IHM UND AN SEINEN PRODUKTEN SCHÄTZEN. THE TWO INITIALS IN CJ-OPTIK STAND FOR CARSTEN JUNG. AS OWNER OF THE COMPARATIVELY YOUNG ENTERPRISE HE EMBODIES COMPETENCE IN OPTICS PAIRED WITH AN UNERRING INSTINCT FOR SUBTLE DIFFERENCES. THAT'S WHAT HIS WORLDWIDE CUSTOMERS APPRECIATE IN HIM AND HIS PRODUCTS.

TEXT: RALF CHRISTOFORI | PHOTOGRAPHY: RALF A. NIGGEMANN

Preface

Dass in Carsten Jungs Büro eine hinterleuchtete Weltkarte hängt, auf der ein blauer Punkt seine Firma in Aßlar-Werdorf markiert, wirkt auf den ersten Blick vermessen. Aber eben nur auf den ersten Blick. Denn tatsächlich ist der Inhaber von CJ-Optik ständig unterwegs rund um den Globus: bei Kunden, bei Händlern, auf Messen. Zuhause ist er trotzdem gern – vor allem in seinem neuen Firmengebäude, das er vor neun Monaten bezogen hat. *At first glance, it may appear presumptuous that Carsten Jung decorated his office with a back-lit map of the world on which a blue dot marks his company in Asslar-Werdorf. But only at first glance. For sure enough, the owner of CJ-Optik is constantly traveling around the globe: visiting customers, dealers, exhibitions. Yet, he likes being home – especially in his new company building which he moved into nine months ago.*

Eigentlich sollte das Treffen mit Carsten Jung schon kurz vor Weihnachten stattfinden, aber da wurde er kurzfristig abberufen, um vier Autostunden von Kairo entfernt 20 Mikroskope für eine Universität auszuliefern und zu installieren. Im Januar musste er zu Trainings in den Iran. Im Februar klappt es dann – wenige Tage, nachdem er aus Dubai von einer Messe zurückgekehrt ist. Überall ist Carsten Jungs Kompetenz gefragt. Seine Produkte sowieso. Warum das so ist, erklärt er am besten selbst: „Der Markt für Dental- und Operationsmikroskope boomt. Es kommen ständig neue Absatzmärkte hinzu, weil in vielen Ländern die Medizin vermehrt auf höchste Behandlungsstandards setzt. Davon profitieren wir, aber auch unsere Kunden – und vor allem deren Patienten.“

Das klingt sehr danach, als hätte Carsten Jung einfach zur richtigen Zeit auf das richtige Pferd gesetzt. In Wahrheit aber steckt viel mehr dahinter. Jung, der 1985 sein Handwerk erlernte, hat es über den Techniker zum Betriebswirt gebracht. 2007 machte er sich selbstständig, entwickelte Optiken und Zubehör für Auftraggeber und war beratend tätig. Bis er merkte, dass er sein Know-how, das andere in ihre Produkte einfließen ließen, auch selbst produktiv nutzen könnte. Seither entwickelt er Produkte für sein eigenes Unternehmen und bringt sie auf den Markt. Alles „Made in Germany“ – oder genauer: in der Region Wetzlar. Die Entwicklung erfolgt komplett im Haus. Dreh- und Frästeile kommen von AKM Metallverarbeitung in Aßlar und Übelacker in Wetzlar. Die Optiken liefern unter anderem Meuser Optik und Befort Wetzlar. Die Oberflächen der mechanischen Bauteile werden bei Süss eloxiert. „Unsere Wertschöpfung ist sehr stark regional verankert, weil wir hier von allem das Beste haben“, betont Carsten Jung. „Da machen wir keine Abstriche.“

Und weil das Beste auch bei den Kunden bestens ankommt, ist seine Firma in den vergangenen Jahren deutlich gewachsen. Die ursprünglichen Räumlichkeiten an der Spilburg in Wetzlar wurden zu klein. Einen Bauplatz für sein neues Firmengebäude fand Jung in Aßlar-Werdorf.

Im Juni 2017 ist CJ-Optik mit rund 20 Mitarbeitern eingezogen und inzwischen gut angekommen. Stolz ist der Chef, aber nicht größenwahnsinnig: „Wir könnten schon wieder mehr Platz brauchen, aber mir ist ein gesundes Wachstum wichtiger als jede noch so steile Erfolgskurve.“

Es ist die gesunde Mischung aus Know-how und Pioniergeist, aus bewährter Technik und deren intelligenter Integration, die die Firma CJ-Optik und ihren Inhaber auszeichnet. Die Kunden wissen, was sie von dem erfolgreichen Mittelständler bekommen: innovative Technologie auf höchstem Niveau. Dieser Ruf eilt dem Unternehmen voraus – und er hat mittlerweile auch die großen OEMs der Branche erreicht: Zu den Partnern von CJ-Optik gehören die Hoffmann Group und ATMOS, der größte Einheiten-Hersteller im Bereich HNO, neuerdings auch Panasonic Medical.

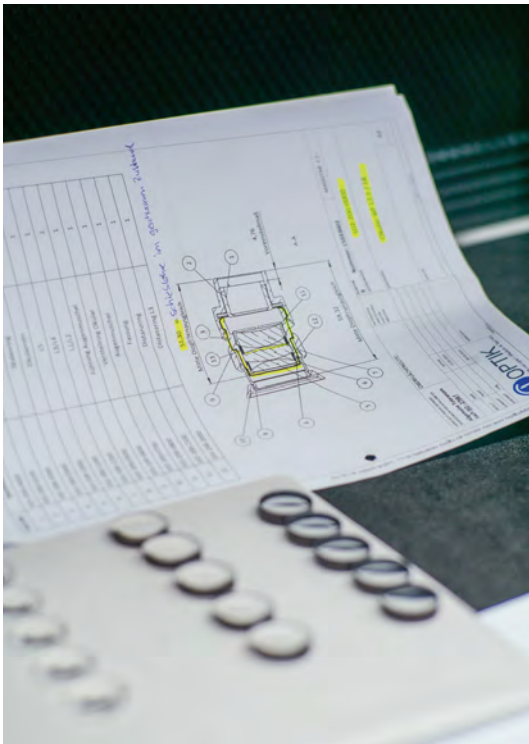
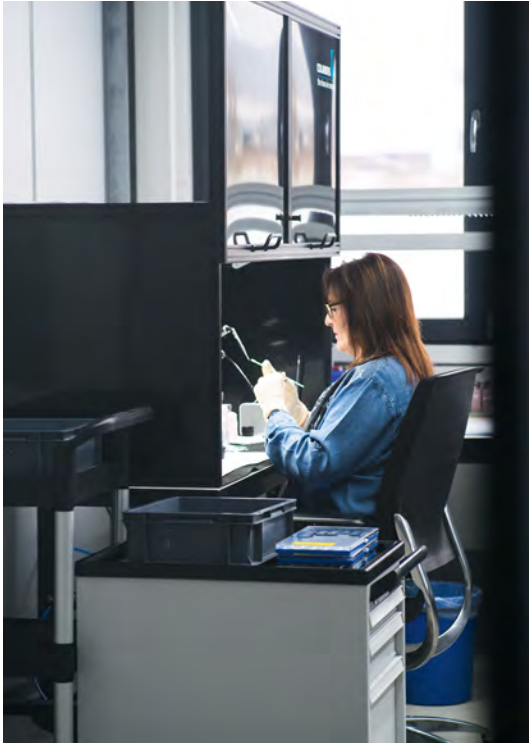
Im vergangenen Jahr wurde das Dentalmikroskop „Flexion“ von CJ-Optik sogar beim German Design Award 2017 mit einer „Special Mention“ ausgezeichnet. Die Jury zeigte sich überzeugt von dem „Hightech-Produkt, das insgesamt sehr progressiv und modern wirkt“. Für die Entwickler von CJ-Optik ging es vor allem um eine ausgeklügelte Bauform und Handhabung: ergonomisch perfekt über ein Kugelsystem justierbar und ausgestattet mit einer integrierter LED-Beleuchtung, die 5.700 K Tageslichtqualität liefert. Das System wird komplettiert durch einen iPad-Anschluss sowie einen medizinischen Monitor mit Spannungsversorgung direkt aus dem Mikroskop.

Und als wäre das noch nicht genug, verfügt das „Flexion“ als einziges Operationsmikroskop über einen Adapter für kommerzielle Kameras. „Es gibt Leute, die meinen, das braucht keiner. Aber immer mehr Chirurgen oder Zahnärzte wollen genau das, um operative Eingriffe dokumentieren und aufzeichnen zu können.“ Letztlich, so Carsten Jung, soll der Kunde selbst entscheiden, welches System er will und welche technologischen Standards er haben muss oder einfach nur möchte. Bei CJ-Optik hat er die Wahl, denn zu jedem Mikroskop gibt es intelligentes Zubehör, zu jedem System ein Upgrade.

Dabei verkauft CJ-Optik seine Produkte nur in seltenen Fällen direkt an die Kunden, sondern fast ausschließlich über ein kontinuierlich wachsendes Händlernetz. „Die Medizintechnik ist serviceintensiv, und das könnten wir als mittelständisches Unternehmen von Aßlar aus gar nicht leisten.“ Hinzu kommen länderspezifische Anforderungen, die etwa in besonders heißen oder feuchten Klimazonen berücksichtigt werden müssen: in den Emiraten, in Malaysia, Singapur oder Indonesien.

Da ist sie also wieder vor dem geistigen Auge, die Weltkarte, und mittendrin Carsten Jung, der dann noch etwas erzählt, was man kaum glauben mag: „Rund 20 Prozent meines Umsatzes und Kundenakquise mache ich über Facebook“, berichtet er mit großen Augen und blickt in fragende Gesichter. „Ja klar“, antwortet er: „Ich habe neulich einen Adapter gepostet, 15 Minuten später war der erste verkauft. Das funktioniert natürlich nur,

→ Hier fertigen hochqualifizierte Mitarbeiter innovative Technologie auf höchstem Niveau. *Highly qualified staff contribute to innovative technology at the highest stage.*





DID YOU KNOW?

Rund **20 Prozent** des Umsatzes und der Kundenakquise macht CJ-Optik über Facebook. Das Unternehmen hat **5.000 Follower** rund um den Globus. About **20 percent** of CJ-Optik's turnover and customer acquisition is done via Facebook. The company has **5,000 followers** around the globe.

weil uns die Kunden vertrauen, dass wir gute Ideen und höchste Qualität liefern. Darauf können sie sich hundertprozentig verlassen.“

Die Social Media Plattform wird seine vielen Reisen trotzdem nicht überflüssig machen. Daran ändern auch die 5.000 Follower nichts. Denn die Kunden kaufen zwar Produkte von CJ-Optik, aber sie vertrauen und verlassen sich vor allem auf die optische Kompetenz von Carsten Jung und sein besonderes Gespür für die feinen Unterschiede.

The meeting with Carsten Jung was actually scheduled to take place before Christmas but then he was called away on short notice to deliver twenty microscopes and set them up at a university, a four-hour car drive away from Cairo. Then, in January, he had to provide product training in Iran. In February, it finally worked out – a few days, after he had returned from an exhibition in Dubai. Carsten Jung's competence is in demand everywhere. His products anyway. Why this is the case, he'll best explain himself: "The market for dental and surgical microscopes is booming. New sales markets are continually opening up because in many countries, medicine increasingly counts on the highest standards in treatment. We benefit from this in the same ways as our customers – and above all, their patients."

This sounds a lot as if Carsten Jung just backed the right horse at the right time. But in truth there is much more behind it. Jung who learned his trade in 1985 made his way from technician to graduate in business management. In 2007, he became an independent businessman, counselling customers and developing optical systems and accessories for them. Until he realized that he could utilize the knowledge, which others incorporated in their products, to create something on his own. Since then he has developed products for his company and put them on the market. Everything is "Made in Germany" – or more precisely: in the region around Wetzlar. Development is done completely in-house. Lathed and milled parts come from AKM Metallverarbeitung in Asslar and from Übelacker in Wetzlar. Meuser Optik and Befort Wetzlar – among others – supply the optics. The surfaces of the mechanical components are anodized by Süß. "Our value creation is firmly rooted in the region because this is where we find the best of everything," Carsten Jung points out. "We won't lower our sights in this respect."

And because the best is also well received by his customers, his company has grown considerably in the last years. Soon, the original facilities located near Spilburg in Wetzlar became too small. Jung found a site for his new company building in Asslar-Werdorf. In June 2017, CJ-Optik moved with a good 20 employees, and by now, they have settled in. The boss may be proud but he is no megalomaniac: "We could already use more space but I find healthy growth more important than any performance curve, however steep."

In fact, it is the potent mixture of knowledge and pioneering spirit, of proven technology and its intelligent integration which distinguishes


CJ-Optik and its owner. Their customers know what they will get from the successful medium-sized business: innovative technology at the highest stage. This reputation precedes the company – and by now, it has also come to the attention of the big OEMs of the industry: Hoffmann Group and ATMOS, the biggest unit manufacturer in the field of ENT, and of late Panasonic Medical rank among CJ-Optik's partners.

Last year, CJ-Optik's dental microscope "Flexion" was even awarded with a "Special Mention" at the German Design Award 2017. The "high-tech product which looks altogether very progressive and modern" appealed to the jury. The developers at CJ-Optik intended to combine clever design and handling: ergonomically perfect adjustment by means of a ball system, and equipped with integrated LED lighting which supplies 5,700 K in daylight quality. The system is completed by an iPad connection and a medical monitor with power supply directly from the microscope.

And as if this was not enough, the "Flexion" is the only surgical microscope with an adapter for commercial cameras. "There are people who think: no-one needs that. But a growing number of surgeons or dentists want to have exactly such a device to document and record their surgical operations." In the end, says Carsten Jung, it is up to the customer to decide which system he wants and what kind of technological standards he must have or finds just nice to have. CJ-Optik gives customers a choice because every microscope can be supplied with intelligent accessory and for every system there is an upgrade.

Yet, at the same time, CJ-Optik sells its products only in very rare cases directly to the customer. Transactions are almost exclusively done through a continuously expanding dealer network. "Medical engineering requires intensive servicing, and as a medium-sized company from Asslar we wouldn't be able to provide that." In addition, there are country-specific requirements which have to be considered, for example for particularly hot or damp climates in the Emirates, in Malaysia, Singapore, or Indonesia.

There it is again, in our mind's eye, the map of the world, and in its center Carsten Jung who then tells us something which we can hardly believe: "About 20 percent of my turnover and customer acquisition is done via Facebook," he relates wide-eyed and looks into puzzled faces. "Yes, sure," he answers. "The other day, I posted an adapter, 15 minutes later, the first one was sold. Of course, this only works because our customers trust us to sell them good ideas and the highest quality. This is something they can rely on unconditionally."

Still, the Social Media Platform will not render his many business trips unnecessary. Even 5,000 followers won't be able to change this. Because customers might buy products from CJ-Optik but first and foremost they trust and rely on Carsten Jung's competence in optics paired with his unerring instinct for subtle differences. — 

www.cj-optik.de