



**Holger Ötschläger**, Gendex  
Kooperatives Mitglied des BVD

## Liebe Leserinnen und Leser,

braucht die Dentalindustrie den Fachhandel? Oder ist diese Struktur im deutschen Dentalmarkt überholt? Eine Fragestellung, mit der wir als Industrierepräsentanten immer wieder konfrontiert werden. Um die Beantwortung aus meiner Sicht als Lieferant von High-Tech-Investitionsgütern gleich vorwegzunehmen: Ja, die Industrie braucht eindeutig den Fachhandel und vor allem braucht unser Endkunde, der Zahnarzt sowie der Zahntechniker, den Handel als Mittler zur Industrie.

Es lohnt sich, die Situation genauer zu beleuchten, insbesondere die Betrachtung auf den gesamten Lebenszyklus eines Gerätes zu erweitern. Der Kaufpreis ist dabei nur ein Posten in der Summe der Kosten eines professionell eingesetzten Produktes. Der Zahnarzt ist auf eine reibungslos funktionierende Praxisorganisation angewiesen. Die Grundlage dazu bildet die einwandfreie Funktion der Praxiseinrichtung und im Notfall ein optimaler, kurzfristig zur Verfügung stehender Service und zwar während der gesamten Nutzungsdauer des Wirtschaftsgutes. Dieser Service und eventuelle Betriebsausfälle müssen in die Gesamtkostenkalkulation einbezogen werden. Damit ergibt sich schnell ein eindeutiger Vorteil zu Gunsten der bestehenden Fachhandelsstruktur. Nur der Fachhandel ist in der Lage, stets gut geschulte Techniker flächendeckend und kurzfristig verfügbar zu halten. Die klassischen Funktionen des Handels wie Distribution, Sortimentsgestaltung, Informationsbeschaffung, Service und Finanzierung können von der Industrie kaum in der Tiefe übernommen werden, wie sie der Fachhandel bietet und wie sie der Zahnarzt auch benötigt.

Der deutsche Dentalfachhandel hat erkannt, dass sich ein modernes Depot als Dienstleistungszentrum für den Zahnmediziner verstehen und präsentieren muss. So müssen dessen Funktionen weit über die oben beschriebenen hinausgehen. Der Kunde verlangt, dass der Händler ihn neutral berät und ihn mit unabhängig gestalteten Informationen über die angebotenen Produkte versorgt. Sie kann von keinem direkt vertreibenden Industrieunternehmen erwartet und geboten werden.

Insbesondere bei hochkomplexen Produkten, wie z.B. digitalen Röntengeräten, ist der Zahnarzt auf den Erfahrungsvermittler in Person des Medizinprodukteberaters des Handels angewiesen. Dass diese Mitarbeiter zur Beratung häufig einen Vertreter des entsprechenden Industrieunternehmens hinzuziehen, unterstreicht die Bedeutung des Handels nur. Hier wird eine für den Endkunden wesentliche Reduktion des Kommunikationsaufwandes betrieben, wodurch er sich seiner eigentlichen Aufgabe, nämlich der Behandlung seiner Patienten, stärker widmen kann. Um es auf den Punkt zu bringen: Nur damit verdient der Zahnarzt sein Geld. Ökonomisch ist es daher, Informationsbeschaffung und maßgeschneiderte Angebote seinem Dentaldepot zu überlassen und auf Grund gelieferter Fakten seine Investitionsentscheidung zu treffen.

Unsere beratungsintensiven Produkte benötigen zur Funktion eine optimal abgestimmte Praxis-Infrastruktur, wie z.B. ein Computer-Netzwerk mit allen dazugehörigen Geräten und die Einrichtung der entsprechenden Software. Auch wir sind daher auf die Beratungs- und Planungsleistungen unserer Handelspartner angewiesen.

Dem Dienstleistungsverkauf mit integriertem Produkt gehört die Zukunft. Nur wenn das Gesamtsystem Zahnarztpraxis reibungslos läuft, haben wir zufriedene Kunden. Und nur zufriedene Kunden führen zu einem nachhaltigen Markterfolg und damit auch zum wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens.

Holger Ötschläger