



„DER KONTAKT MIT KUNDEN AUS ALLER WELT IST EIN GROSSER SCHATZ, DEN ES NUN ZU VEREDELN GILT“

Tokuyama Dental Deutschland GmbH
Markus Leson, Sales Manager

Zur IDS lag der Schwerpunkt erneut auf unserem technologisch einzigartigen Einfarb-Komposit OMNICHROMA. Durch die

Vorstellung und Ergänzung des OMNICHROMA FLOW BULK ist diese Produktfamilie nun komplett und bietet dem Anwender eine Fülle an Möglichkeiten bei einem Minimum an Farben. Durch die automatische Farbpassung dank der Smart Chromatic Technology entfällt eine vorübergehende Farbbestimmung und auch die Bevorratung zahlreicher (Sonder-)Farben, die häufig ungenutzt in den Schubladen verbleiben. So trägt OMNICHROMA zu wirtschaftlichen Abläufen in der Praxis bei und vermeidet zudem unnötige Abfälle durch abgelaufene Farben. Das ist smarte Nachhaltigkeit.

Nachdem wir die IDS im Jahr 2021 ausgesetzt hatten und nach den Erfahrungen der letztjährigen Fachdentalsaison waren wir ein wenig skeptisch und auch vorsichtig mit Prognosen. Diese Skepsis war aber definitiv nicht begründet. Es herrschte von Beginn an ein reges Treiben an unserem Messestand, sodass man das offene Konzept als gelungen bezeichnen kann. Viele Besucher haben sich gefreut, uns wiederzusehen, und uns mit vielen Fragen und Feedback konfrontiert. Man hat deutlich gemerkt, dass OMNICHROMA

den Kern der Zeit getroffen hat, und viele Anwender wollten sich über dieses neue Konzept vor Ort informieren. Das Publikum war sehr international, aber auch zahlreiche nationale Kunden haben den Weg an unseren Stand gefunden. Insbesondere am Freitag und am Samstag gab es enormen Andrang und Nachfrage, was mitunter – trotz verstärkten Personaleinsatzes – sogar zu kurzfristigen Wartezeiten führte.

Aufgrund des großen Interesses lässt sich nur ein positives Fazit ziehen. Die IDS hat einmal mehr bewiesen, dass sie eine wegweisende Leitmesse ist. Der Kontakt mit Kunden aus aller Welt ist ein großer Schatz, den es nun zu veredeln gilt. Auch wenn während der Pandemie viele Kontakte online abgewickelt wurden und dies bisweilen auch gut funktioniert hat, so ist der direkte Kontakt und Austausch nichtsdestotrotz nicht wirklich zu ersetzen. Dies ist auch wichtig für unsere zukünftige Strategie und Ausrichtung. Es müssen Inhalte einfach und unkompliziert online zur Verfügung gestellt werden, es muss aber auch genauso der direkte Kontakt zum Kunden sichergestellt sein.

