

BVD AKTUELL // Nach dem erfolgreichen Start der Veranstaltungsreihe infotage FACHDENTAL im Frühjahr in Leipzig und München haben die Messe Stuttgart und ihr Kooperationspartner LDF GmbH weiter an der Entwicklung der Veranstaltungsreihe gearbeitet. Das Resultat zeigte sich zuletzt mit den modernisierten Messeformaten in Stuttgart und Frankfurt am Main. Für den Aussteller lag der Fokus im Schaffen von mehr Attraktivität zur Teilnahme, für den Besucher in der Motivation zum Messebesuch durch ein umfassendes Angebot sowie Rahmenprogramm. Kennzahlen und Stimmung tragen den Bemühungen Rechnung und machen Vorfreude auf 2025.

ENTWICKLUNG UND NEUKONZIPIERUNG DER REGIONALEN DENTALFACHMESSEN GEGLÜCKT

Stuttgart: Mehrwert für Fachpublikum dank eines umfangreicheren Programms deutlich erhöht

Mit neuen Programmformaten, dem forum zukunft praxispersonal und dem lounge forum, und dem Ausbau der bekannten dental arena und des dental studio überzeugte die infotage FACHDENTAL in Stuttgart. Dies bestätigte auch der Blick auf die Zahlen: **3.438 Besucher** informierten sich an den beiden Messtagen bei **157 ausstellenden Unternehmen**. Mit einer **Gesamtnote von 1,8** und einer hervorragenden **Weiterempfehlungs-**

absicht von 87 Prozent (Vorjahr: 78 Prozent) fällte das Fachpublikum ein durchweg positives Urteil.

Frankfurt: Erfolgreicher Schlussakkord und Kooperation mit der LZK

Als vierte Ausgabe in diesem Jahr brachte die wichtigste Fachmesse für Zahnmedizin und Zahntechnik in der Region rund **130 ausstellende Unternehmen** und rund **2.600 Besucher** zusammen. Im Vergleich zum Vorjahr konnte die Fachmesse damit auf Ausstellerseite signifikant wach-

sen (2023: 106 ausstellende Unternehmen). Zwei Tage lang herrschte eine gute und lebendige Stimmung in der Messehalle 5.0 – die Besucher zeigten sich sehr zufrieden mit der Veranstaltung und bewerteten sie mit der **Gesamtnote 1,8**. Durch die Kooperation mit der Landes-zahnärztekammer Hessen und die entsprechende Messegestaltung wurde diese zu einem noch attraktiveren Marktplatz für Produkte, Kompetenzsicherung und Netzwerkaufbau.

Quelle: Landesmesse Stuttgart GmbH

Messeimpressionen. © Landesmesse Stuttgart





Stefan Heine, Geschäftsführer Henry Schein Dental Deutschland und Vizepräsident des BVD, im Interview mit Stefan Thieme, Leiter Produktmanagement OEMUS MEDIA AG.

„EINE NACHHALTIGE BELEBUNG DER MESSEN IST MÖGLICH“

Nachgefragt: BVD-Vizepräsident Stefan Heine im Interview mit der *DENTALZEITUNG*.

Herr Heine, insgesamt vier Messen unter neuem Konzept liegen hinter uns. Wie ist Ihr Fazit?

In meiner Position als Vizepräsident des BVD bewerte ich die Messeneuaufrichtung als positiv und gelungen. Den Formaten, wie wir sie zuletzt in Stuttgart und Frankfurt erleben durften, gingen lange Gespräche auf BVD-Ebene voraus, hierzu gab es verschiedene Projektgruppen. Die Herausforderung war dabei, ein Messeformat der Zukunft so interessant zu gestalten, dass es möglichst viele Besucher anspricht. Hierzu wurden unterschiedliche Vorschläge diskutiert und das Resultat all dessen letztendlich umgesetzt. Die zurückliegenden Messen zeigen, dass wir auf einem sehr guten Weg sind – die Besucherzahl ist deutlich gestiegen, Ausstellerzahlen und Standflächen haben sich erhöht. Wir sind dankbar, im Rahmen der Kooperation mit der Landesmesse Stuttgart Unterstützung bei den Themen erfahren zu haben, die nicht Kernkompetenz des BVD sind, wie Messeorganisation. Dadurch konnten wir uns auf die inhaltliche Gestaltung konzentrieren.

Wie bewerten Sie die Messeneuaufrichtung als Geschäftsführer von Henry Schein Deutschland?

Wir haben an drei der vier Fachmessen teilgenommen, so dass ich sagen kann, dass die diesjährige Messesaison für uns

als Dentalfachhändler deutlich besser gelaufen ist als die Saison 2023. Dies wurde mir auch so von unseren Regionalteams gespiegelt. Als Geschäftsführer ist es meine Aufgabe, eine Messebeteiligung auch aus wirtschaftlicher Perspektive zu betrachten. Hier kann ich sagen: Die Kosten-/Nutzen-Relation ist für uns in diesem Jahr stimmig. Mit der Frequenz der Besucher am Stand, der Qualität sowie der Intensität der Gespräche sind wir sehr zufrieden.

Konnte das Schreckgespenst des „Messesterbens“ abgewendet werden?

Ich gehe stark davon aus und hoffe, dass wir die Attraktivität der diesjährigen Messen auch in die Folgejahre transportiert bekommen. Innerhalb des BVD haben wir das Thema der Relevanz der dentalen Fachmessen mit unseren kooperativen Mitgliedern sehr offen diskutiert. Die zentrale Fragestellung war dabei, wie wir uns als Dentalbranche die Zukunft der Messen konkret vorstellen. Das Antwortspektrum reichte dabei von „Brauchen wir gar nicht mehr“ bis „Wir benötigen noch weitere Lokalmessen“. Die Quintessenz aller Unterhaltungen und Evaluationen ist das aktuelle neue Messekonzept. Die Kooperationen mit Verbänden auf Länderebene versuchen wir fortzuführen und auszuweiten. Denn fest steht: Je attraktiver das Gesamtprogramm, desto attraktiver die Messe.

Vielen Dank!