

# Dentalhandel 2.0 – neue Impulse für den Markt



| Antje Isbaner

Vom 22. bis 26. März findet mit der IDS in Köln die globale Leitmesse des Dentalmarktes statt. Dem Fachpublikum bietet sich ein umfassender Überblick über alle Aspekte des aktuellen Dentalmarktes – ein Überblick, der bei aller Komplexität aber auch Fragen aufwirft: Wie finde ich das, was ich eigentlich suche? Wo sind die für mich wirklich relevanten Produkte? Welche Neuheiten sind sinnvoll und zukunftssichernd? Fragen, auf die NETdental gerne Antworten gibt. Die ZWP-Redaktion spricht darüber mit Lars Pastoor, dem geschäftsführenden Gesellschafter des erfolgreichen Dental-Versandhändlers aus Hannover.

*Herr Pastoor, Sie propagieren den Wert der Information und sehen Wissen als das Differenzierungsmerkmal der Zukunft im Dentalmarkt. Gehen Sie überhaupt noch zu einer Produktmesse wie der IDS?*

Aber natürlich, gerade deshalb! Und zwar mit unserem Team. Wir werden jeden Tag unterwegs sein, um Informationen zu sammeln. Um sie dann im Team aufzubereiten, zu filtern, zu werten – und dann unseren Kunden zur Verfügung zu stellen.

*Das klingt ein bisschen theoretisch. Was haben denn Ihre Kunden davon?*

Nun, als Dental-Versandhandel sind wir nicht als Aussteller auf der IDS vertreten, sondern verstehen uns als Trend Scout. Was macht da der klassische Dentalhändler? Er trifft Verabredungen mit den Kunden und geht mit denen zu den Herstellern und den Marken, die verkauft werden sollen. Ganz das klassische Marktprinzip: Kaufen Sie das! Wir denken, dass diese Zeiten vorbei sind. So wie sich das Kaufverhalten in der realen normalen Konsumwelt verändert hat, wird es sich auch in unserem Markt verändern.

Die Kunden wollen heute selbst entscheiden, was sie wollen – und zwar auf Basis von Informationen, die sie selbst bewerten und einschätzen. Als

moderner, absolut kundenorientierter Versandhandel haben wir ganz besonders intensiv den Anspruch, den Markt aktiv zu gestalten in genau diese Richtung.

*Als Versandhändler müssen Sie so argumentieren.*

Die Antwort ist eine ehrgeizige: Als Versandhändler haben wir die Pflicht, so zu argumentieren! Wir haben die ideale Ausgangsposition, diesen Paradigmenwechsel im Markt, in unserer Branche, an der Spitze zu gestalten. Wer, wenn nicht wir? Denn wir haben die richtigen Instrumente und das passende Kundenverständnis.

*Was verändert sich Ihrer Meinung nach im Dentalmarkt?*

Fakt ist: Auch im Dentalmarkt geht es weg vom Anbietermarkt – hin zum Nachfragermarkt. Der Kunde definiert die Nachfrage. Er informiert sich aktiv, sucht aktiv, vergleicht selbst, entscheidet sich. Das sehen Sie in vielen anderen Bereichen auch. Es gibt keinen vernünftigen Grund, warum ein moderner Zahnarzt, der mit beiden Beinen auf dem Boden klug seine Praxis führt, sein Einkaufsverhalten in Sachen Praxis anders gestaltet als zum Beispiel die Planung von Reisen oder die Entscheidung für ein neues Auto.

*Wenn Ihre modernen Kunden also alles selbst organisieren – warum sollen es dann IHRE Kunden bleiben – oder werden? Dann wird doch nur noch der Preis verglichen und anonym gekauft?*

Es wird immer einen gewissen Prozentsatz von Schnäppchenjägern geben, und auch dafür wird es immer Anbieter geben, die sich nur über den Preis definieren. Ich sehe den anderen Weg – und komme damit auf Ihre Eingangsfrage zurück: Information ist das wertvollste Gut. Wenn wir unsere Kunden optimal mit der für sie wirklich relevanten Information versorgen, dann entsteht Vertrauen. Und Vertrauen hat einen sehr hohen Wert – das gibt eine Rückkopplung, von der beide Seiten profitieren.

*Wie setzen Sie diese Erkenntnis in Bezug auf die IDS um?*

Schauen Sie, wenn Sie als Zahnarzt oder Praxisteam zur IDS fahren und sich über eine neue Technik informieren wollen, von der Sie gehört oder gelesen haben – dann sind Sie total verloren in diesem gigantischen Dschungel an Produkten, an diesem Informations-Overkill. Oder – das andere Extrem – Sie werden gezielt zu einem Anbieter gelotst und das soll dann der Stein der Weisen sein. So funktioniert das heute nicht mehr. Wir haben einen anderen Ansatz: Wir haben einen anderen Ansatz: Wir haben das ganze Jahr über – und das schon seit

vielen Jahren – einen kompletten Überblick über den Markt. Wir reden ständig (und nicht nur zur Messe) mit unseren Partnern in der Industrie. Und wir sind jeden Tag mit unseren Fachberatern bei jeder Bestellung direkt am Puls unserer Kunden. Tägliches Feedback, tägliche Stimmung, täglich Fragen, auf die wir Antworten haben müssen. Daraus entsteht ein Wissensvorsprung. Und den teilen wir offen, vertrauensvoll und interaktiv mit unseren Kunden.

*Also ein positives Verständnis der Beziehung Kunde-Handel, sehr partnerschaftlich?*

Ja, natürlich. Es ist ja ganz einfach: Wir sind Dienstleister in einem komplexen Markt, in dem es, nebenbei bemerkt, um Gesundheit und damit um ein sehr heikles Gut geht. Kundenorientierung ist unser Geschäftsprinzip. Wir wollen die erste Adresse für alle Praxisteams sein, die unkompliziert, schnell, günstig und in Top-Qualität alles für die Praxis

bei uns kaufen. Also müssen wir aus Prinzip besonders einfach, unkompliziert und kundenorientiert sein, mit allem, was wir tun. Dazu gehört das unabhängige, herstellerneutrale Informieren. Wenn Sie sich fair und umfassend informiert fühlen, haben Sie als Kunde einen echten Mehrwert.

*Wie helfen Sie jetzt konkret zur IDS?*

Mit zwei Maßnahmen: Einmal stellen wir unseren Kunden kostenlos Ticket-Gutscheine zur Verfügung. Wer uns anruft, bekommt einen oder auch zwei (lacht). Damit wollen wir ein bisschen den Besuch der Messe vereinfachen, die Hemmschwelle senken. Und zum anderen geben wir unseren Kunden einen eigenen kompakten IDS-Guide an die Hand. Das ist wie ein Kompass im Dschungel – wir haben einige Produkte und Hersteller ausgewählt, die aus unserer Erfahrung mit den Wünschen unserer Kunden einen Blick wert sind. Immer unter dem Aspekt, dass das Pro-

dukte sind, die das Arbeiten in der Zahnarztpraxis erleichtern. Und zur Wertschöpfung beitragen. Also: Einfach NETdental anrufen, hier wird Ihnen einfach gut geholfen!

*Herr Pastoor, wir danken für das Gespräch.*

Der NETdental IDS-Guide ist kostenlos und kommt druckfrisch vor der IDS heraus. Passend dazu versendet NETdental 2.000 Freikarten. Rufen Sie einfach an: 01805/63 83 36. Die Tageskarten-Gutscheine werden in der Reihenfolge der Anrufe an Ihre Praxisadresse verschickt, so lange der Vorrat reicht.

## kontakt.

### NETdental GmbH

Owienfeldstr. 6  
30559 Hannover  
Tel.: 05 11/3 53 24 00  
E-Mail: [info@netdental.de](mailto:info@netdental.de)  
[www.netdental.de](http://www.netdental.de)



ANZEIGE

## EyeMag Smart

### Optische Brillanz im sportlichen Rahmen

#### Präzise Sicht und trendiges Design

Medizinische Kopflupen von Carl Zeiss überzeugen durch exzellente optische Qualität vom ersten Augenblick an. Die Sportbrille sieht mit ihrem modernen und sportlichen Design nicht nur gut aus, sondern wird auch höchsten Ansprüchen an Tragekomfort und Hygiene gerecht.

EyeMag® Smart mit Sportbrille ist auch mit integriertem Laserschutz erhältlich. Falls kein Laserschutz benötigt wird, kann der Sportrahmen mit Laserschutz jederzeit ganz einfach durch einen transparenten Brillenrahmen aus dem EyeMag® Smart Programm ausgewechselt werden.



EyeMag® Smart mit Laserschutz

Besuchen Sie  
unsere Messestand  
auf der IDS 2011  
Stand J031/Halle 10.1

Carl Zeiss Meditec Vertriebsgesellschaft mbH

73446 Oberkochen

E-Mail: [vertrieb@meditec.zeiss.com](mailto:vertrieb@meditec.zeiss.com)

Tel. +49 7364 20 6000

[www.meditec.zeiss.de/lupen](http://www.meditec.zeiss.de/lupen)

