

# Mit dem mobilen Showroom durch die Niederlande

| Susan Oehler

Im zahnärztlichen Alltag bleibt oft nur wenig Zeit, um sich über Produkt- und Gerätereueheiten des Dentalmarktes zu informieren. Zahnärzte in den Niederlanden erhielten im November 2014 die Möglichkeit, aktuelle Behandlungseinheiten und Verbrauchsmaterialien in der Nähe ihrer Praxen in Augenschein zu nehmen: Die dental bauer-Roadshow besuchte landesweit vier Stationen und lud Kunden und Interessierte in den mobilen Showroom ein. Geschäftsführer Bart Vissinga spricht im Interview über das erfolgreiche Konzept.

*Herr Vissinga, Sie haben im November 2014 in den Niederlanden eine Roadshow durchgeführt, die den Zahnärzten die Schlüsselprodukte der dental bauer-Depots an vier Stationen vor Ort präsentierte. Wie ist die Idee dazu entstanden?*

Initiiert wurde die Roadshow aus dem Wunsch heraus, unsere Kunden zum Ende des Jahres noch einmal zusammenzuführen. Da deren Terminkalender aber gerade zu dieser Zeit äußerst ausgelastet sind, ist ein Treffen im zentralen Depot fast unmöglich zu realisieren. Daher entschieden wir uns, die verschiedenen Regionen der Niederlande zu besuchen und unseren Showroom dabei einfach mitzunehmen. Auf diese Weise gaben wir unseren Kunden und auch bisherigen Nichtkunden die Gelegenheit, uns einfach abends nach der Arbeit zu besuchen, mit wenig Anreisezeit und wenig Aufwand. Halt gemacht wurde an vier Stationen: Assen im Norden, Arnheim im Osten, Stein im Süden und s'-Hertogenbosch in der mittleren Region.

Ein weiterer wichtiger Beweggrund für die Roadshow war die Steigerung der Namensbekanntheit von dental bauer in den Niederlanden. Wir sind jetzt seit knapp vier Jahren hierzulande aktiv und

es braucht Zeit, um einen neuen Markennamen zu etablieren. Die Roadshow bot da eine hervorragende Möglichkeit, den Namen dental bauer in das Bewusstsein der Kundschaft zu rücken. Mit dem erfreulichen Ergebnis, dass



Das Verkaufsteam von dental bauer übernahm den Transport sowie Ab- und Aufbau der Roadshow-Exponate selbsttätig.

unmittelbar nach den Veranstaltungen die Kontaktforderungen von Nichtkunden in unserer Serviceabteilung angestiegen sind, was wir direkt auf unsere gesteigerte Präsenz zurückführen.

*Wie sahen die jeweiligen Showrooms aus?*

Die Showrooms waren jeweils in einem Konferenzsaal eines Hotels aufgebaut, wo die ausgestellten Produkte installiert wurden. Der Transport zwischen den einzelnen Stationen erfolgte durch einen Minitruck mit unserem Verkaufsteam, das die Behandlungseinheiten selbst verlad und transportierte. Dafür wurden die Einheiten auf speziell gefertigte, mit Aluminium umkleidete Europaletten montiert, die ihnen vor Ort gleichzeitig als Standbasis dienten. Sensible Aufbauten und Elemente wurden für den Transport selbstverständlich entfernt und die Behandlungseinheiten stoßsicher verpackt. Für die gesamte Arbeit war jedoch keine Unterstützung externer Helfer oder Techniker notwendig, das Verkaufsteam bewältigte sie vollständig allein. Und das ohne einen Kratzer! Natürlich wurden diese hochwertigen Investitionsgüter auch entsprechend sorgsam behandelt.

*Wie liefen die Präsentationsveranstaltungen ab?*

Die Abende begannen jeweils um 18 Uhr und endeten um 22 Uhr. Der Eintritt war selbstverständlich frei, jeder konnte nach eigenem Ermessen



In vier Städten wurde ein Hotel-Konferenzsaal als Showroom ausgerüstet, wo sich die Zahnärzte vor Ort von den Produkten überzeugen konnten.

zu der Uhrzeit kommen, die ihm angenehm war. Nachdem die letzten Kunden verabschiedet waren, wurden die Einheiten von unserem Team wieder gemeinsam abgebaut, im Truck verstaut und ins Depot gefahren.

#### *Wie haben Sie persönlich die Roadshow erlebt?*

Es waren sehr intensive Tage. Wie man sich vorstellen kann, wird eine solche Unternehmung über die Wochen zu einer Art Teambuilding-Event, denn jeder beteiligte Mitarbeiter muss mit vollem Einsatz dabei sein und das Team unterstützen, um am Ende eine erfolgreiche Veranstaltung auf die Beine zu stellen. Dabei waren wir stets mit nur vier Leuten unterwegs, die von Station zu Station wechselten. Ich selbst war an jedem Abend anwesend, um die Reaktionen vor Ort direkt miterleben und mit unseren Kunden sprechen zu können.

#### *Nach welchen Kriterien wurden die vorgestellten Produkte ausgewählt?*

Unsere zwei Hauptmarken im Bereich Equipment sind Sirona und KaVo. Wir haben in dieser Kategorie pro Marke zwei Einheiten für die Roadshow ausgesucht, die den Anforderungen des Marktes entsprechen. Da die Sirona Intego recht neu am Markt ist, hatten wir gleich eine attraktive Produktinnovation mit im Gepäck. Zusätzlich zu den vier Einheiten wurden auch Verbrauchsmaterialien unserer Eigenmarke Omnident präsentiert. Jeder Kunde erhielt beim Verlassen der Roadshow eine Try-out-Tüte mit Omnident-Produkten, bei deren Zusammenstellung wir genau darauf achteten, vorrangig Neuheiten und vor allem bedarfsgerechte Artikel auszuwählen, die täglich in der Praxis zum Einsatz

kommen. Diese Probierpakete erfreuten sich großer Beliebtheit.

#### *Mit welchen Kommunikationsmaßnahmen wurden die Zahnärzte darüber informiert, dass die Roadshow in ihre Nähe kommt?*

Zunächst wurde an alle zahnärztlichen Adressen in den Niederlanden per Post eine Einladungskarte geschickt, insgesamt an rund 6.500 Kontakte. Darin wurden die Roadshow und alle geplanten Stationen angekündigt. Die Veranstaltungen an den beiden ersten Stationen Assen und Arnheim fanden recht zeitnah zur Einladung statt, für die südlichen Regionen Stein und s'-Hertogenbosch gab es dann noch einmal eine zweite Postsendung als Reminder. Außerdem wurde die Roadshow auf der niederländischen dental bauer-Website beworben und ebenso über unseren E-Mail-Verteiler bekannt gemacht. Die Resonanz darauf war sehr gut. Insgesamt besuchten uns rund 15 Praxen pro Abend, mit denen sehr konstruktive Gespräche geführt werden konnten. Die Kunden vor Ort waren äußerst interessiert und hatten wirklichen Beratungsbedarf.

#### *Wird es nach diesem Erfolg im nächsten Jahr eine zweite Roadshow geben?*

Für 2015 haben wir das Thema Roadshow tatsächlich erneut in unseren Marketingplan aufgenommen. Nach derzeitigem Stand wird sie im zweiten Quartal stattfinden und sich mit dem Thema CEREC beschäftigen. Hierfür werden uns mehrere CEREC-Einheiten begleiten, die wir an fünf Standorten inklusive Aufnahmeeinheit und Schleifeinheit zeigen. Unsere Kunden werden dazu eingeladen, in Begleitung eines CEREC-Trainers eine eigene Krone zu

fertigen. Auf diese Weise können die noch immer vorhandenen Vorbehalte gegen CEREC abgebaut und anwendungsorientiert über das System informiert werden.

*Vielen Dank für das Gespräch!*

## info.



**Bart Vissinga** ist seit 1999 aktiv im Dentalgeschäft tätig und entstammt einer „traditionellen Dentalfamilie“. Sein Vater Berend führte über mehrere Jahrzehnte zunächst

für Siemens, später für Sirona, erfolgreich das Depotgeschäft in den Niederlanden. Bart Vissinga trat 1999 in die Branche ein, u.a. im deutschen Dentalhandel mit Regionalverantwortung (damals demedis dental) und übernahm ab 2002 in den Niederlanden (später unter dem Namen Henry Schein) die Gesamtleitung im Bereich Einrichtungs- und Investitionsgüter. Nach einem kurzzeitigen „Ausflug außerhalb des Dentalgeschäfts“ wurde Bart Vissinga durch die kontinuierliche Entwicklung von dental bauer als inhabergeführtes mittelständisches Unternehmen inspiriert, in den Dentalmarkt zurückzukehren. Im September 2014 entschied er sich, seine jahrzehntelange Markt- und Fachkompetenz bei dental bauer einzubringen. Als Geschäftsführer obliegt ihm seither die Verantwortung für Erhalt, Ausbau und Weiterentwicklung von dental bauer in den Niederlanden.

## kontakt.

#### **dental bauer GmbH & Co. KG**

Ernst-Simon-Straße 12  
72072 Tübingen  
Tel.: 07071 9777-0  
info@dentalbauer.de  
www.dentalbauer.de

#### **dental bauer Nederland**

De Steenbok 12  
5215 ME, 's-Hertogenbosch  
Tel.: +31 73 6154416  
info@dentalbauer.nl  
www.dentalbauer.nl