



NEUAUSRICHTUNG DES BVD

Liebe Leserinnen und Leser,

Sie haben es bereits in der ersten Ausgabe der DENTALZEITUNG sehen können: Unsere Verbandszeitschrift hat ein neues Gewand. Dies ist das sichtbare Zeichen eines Aufbruchs, eines Veränderungswillens im BVD. Der Handel ist im Wandel – mittlerweile ein geflügeltes Sprichwort. Als Repräsentant des Fachhandels in Deutschland muss der BVD diesen Wandel nachvollziehen und aktiv gestalten.

Es ist dem BVD besonders wichtig, eine neue gemeinsame Plattform für zukünftige Strategien und Aktivitäten des Handels zu entwickeln, um unseren Kunden aus Praxis und Labor einen echten Mehrwert bieten zu können. Impulse zu geben, aber auch die konkrete Umsetzung der anstehenden Themen und Herausforderungen zu betreiben.

So wird beispielsweise seit einiger Zeit an einem neuen Messekonzept gearbeitet, das unsere Kunden im wahrsten Sinne des Wortes besser anspricht. Das nicht nur die Produkte unserer Partner aus der Industrie zeigt, sondern auch Mehrwert

durch Konzepte abbildet, die der Fachhandel als Dienstleister bereithält. Das Umfeld, in dem sich unsere Kunden heute bewegen, wird immer komplexer. Die Aufgabe des Fachhandels ist es, hierfür klar definierte Lösungen anzubieten. Wir möchten unsere Kunden begeistern, diesen Weg gemeinsam zu gehen.

Dem Thema Aus- und Weiterbildung seiner Mitglieder misst der BVD eine besondere Bedeutung zu, damit wir unsere Kunden kompetent beraten können. So bauen wir schrittweise die E-Learning-Plattform aus und bieten umfangreiche Schulungen zu Produkten sowie Compliance-Themen an. Auch an einer Datenbank, in der Schulungsunterlagen abrufbar sind, wird gearbeitet.

Vielleicht weniger spannend, aber genauso wichtig sind Themen, wie branchenweite Lösungen im Rahmen der „Good Delivery Practice“ (GDP) für Arzneimittellieferungen zu definieren, die Verfügbarkeit von Sicherheitsdatenblättern sicherzustellen oder aber die Inhalte der DENTALZEITUNG den heutigen Anforderungen an Information noch stärker anzupassen. Die weitere Integration unserer Partner aus der Industrie in das gemeinsame Informationsmedium ist dabei ein weiterer wichtiger Baustein,

um die Lösungen für unsere Kunden zu optimieren!

Doch all diese Änderungen sind unnützlich, wenn wir sie nicht adäquat kommunizieren. Daher hat der BVD auch im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit viel umgesetzt: Es gibt ein neues Logo, das die Neuausrichtung widerspiegeln soll. Auch eine Werbekampagne wurde gestartet und die Homepage wird in absehbarer Zeit überarbeitet. Der BVD möchte auf allen Ebenen für Praxen und Labore kunden- und lösungsorientierte Konzepte anbieten. Dabei steht das individuelle Geschäftsmodell der entsprechenden Praxis oder des Labors im Vordergrund.

Nun gilt es, diese Neuausrichtung konsequent umzusetzen. Wir vom BVD freuen uns dabei auf den Dialog mit allen Marktteilnehmern!

Freundliche Grüße

Ihr
Uwe Jerathe
Vizepräsident BVD