

Carl Martin GmbH



„ES WAR WIEDER EINE SEHR BEEINDRUCKENDE IDS“

Joachim Rein, Marketing- & Vertriebsdirektor

Wir haben in diesem Jahr eine neue Serie in den Markt gebracht, wo der rostfreie Stahl mit einem Silikongriff kombiniert wird. Gerade in der Kinderzahnheilkunde, aber auch bei Indikationsbereichen und der unterschiedlichen Zimmeraufteilung sind farbige Instrumente besonders nachgefragt und beliebt. Hierfür haben wir mehrere Farben anzubieten. Auch international ist dafür großer Bedarf vorhanden.

Ein weiterer Fokus im Produktsektor ist in diesem Jahr unsere neue Trayserie. Wir haben uns hier einige Gedanken gemacht, da der Markt für die thermische Aufbereitung seit Jahren zunimmt. Insbesondere in Deutschland, Europa als auch nichteuropäischen Ländern braucht man Trays für die Aufbereitung von hochsensiblen und in der Regel auch teuren Instrumenten. Diese können während der Aufbereitung schnell zu Schaden kommen, daher sind unsere Trays aus Kunststoff gefertigt, womit eine schonende Lagerung gewährleistet ist.

Sie erfüllen alle Erfordernisse an eine optimale, rückstandsfreie Reinigung, sind thermostabil, farbecht und fast vollständig bruchfest.



Die Rock Hard Serie haben wir schon zur letzten IDS vorgestellt und konnten sie bis jetzt sehr gut am Markt platzieren. Mittlerweile kommen Kunden gezielt auf uns zu und teilen uns ihre durchweg positiven Erfahrungswerte dazu mit, wodurch wir darin bestätigt werden, auch weiterhin das Programm zu erweitern und mit anderen Instrumenten weiterzuführen.

Wir sind seit Jahren positiv gestimmt und können auch für diese IDS sagen, dass es ein hohes Maß an Besuchern an unse-

rem Stand gegeben hat und wir außerordentlich zufrieden sind. Unsere Erwartungen wurden mehr als erfüllt. Auch im Bereich der ausländischen Besucher konnten wir wieder etwas zulegen bzw. über die Jahre entwickelte Kontakte vertiefen. Das stimmt uns auch für die Zukunft durchaus positiv.

Wir haben seit 25 Jahren den gleichen Standplatz, da haben sich nicht nur die Endkunden daran gewöhnt, sondern vor allem auch die Händler. Wir haben in den letzten Jahren bewusst darauf verzichtet, unser Standkonzept gravierend zu verändern, wodurch sich ein sehr hoher Wiedererkennungswert ergibt.

Unsere nächsten Schritte werden nun sein, alles das, was wir auf der Messe gezeigt haben, auch aktiv in unseren Märkten auch außerhalb Deutschlands anzubieten. Durch Trainings werden wir den Leuten vermitteln, was die Produkte aussagen und man mit ihnen bewirken kann. Es war eine sehr beeindruckende Messe, die sehr viel Spaß gemacht hat.

