

BVD-Vorstand neu gewählt

Besonderheiten des Fachhandels stärker herausstellen

Neuer Präsident des Bundesverbandes Dentalhandel e.V. (BVD) ist seit den Vorstandswahlen am 10. November 2009 der langjährige Vizepräsident des BVD, Lutz Müller (63). Nachdem Bernd Neubauer (62) 12 Jahre lang als Präsident den BVD führte, stand er aus persönlichen Gründen nicht mehr für dieses Amt zur Verfügung. Herr Neubauer hat sich aber auf mehrfachen Wunsch dazu bereit erklärt, noch eine Übergangszeit dem Verband als Vizepräsident zur Verfügung zu stehen. Norbert Orth wirkte sieben Jahre als Vizepräsident mit und schied auf eigenen Wunsch aus dem BVD aus. Das Präsidium wählte daraufhin Bernd-Thomas Hohmann, Geschäftsführer von Henry Schein Deutschland, zum weiteren Vizepräsidenten. Der Präsident Lutz Müller und die Vizepräsidenten Bernd Neubauer und Bernd-Thomas Hohmann äußerten sich im Anschluss an die Vorstandssitzung am 13. Januar in Frankfurt am Main im Interview über die zukünftige Entwicklung und Bedeutung des Dentalhandels sowie zu den Zielen des Vorstandes.

Welche Schwerpunkte in der Verbandsarbeit wird der neue Vorstand setzen? Welche Themen sind im Moment am vordergründigsten bei der Arbeit im BVD?

Aufbauend auf die positive Arbeit und die erzielten Ergebnisse des bisherigen Vorstandes haben wir uns für unsere Amtsperiode folgende Ziele gesetzt:

Die Besonderheiten des Dentalfachhandels und sein umfassendes Leistungsspektrum wollen wir gegenüber der Politik und der Dentalindustrie stärker herausstellen. Die Entwicklung des Handels, die dieser in den letzten Jahren vollzogen hat, muss bekannter werden. Gerade auf diesem Gebiet haben wir in der letzten Zeit noch Bedarf festgestellt.

Die Entwicklung ist auch noch nicht abgeschlossen, und wir sehen unsere Aufgabe darin, die Mitglieder dabei zu unterstützen. Schwerpunkt ist sicherlich eine Verschiebung auf Beratungsleistungen hin. Wir als Fachhändler werden zukünftig immer stärker Beratung für unsere Kunden leisten, und zwar auf hohem Niveau.

Dazu gehören exzellent ausgebildete Mitarbeiter, ohne die eine anspruchsvolle Beratung natürlich nicht zu leisten ist. Daraus haben wir die Konsequenz gezogen und werden deshalb ein E-Learning in unseren Ausbildungen implementieren. Die Weichen dafür hatte schon der vorherige Vorstand gestellt. Wir werden dieses Projekt mit aller Kraft umsetzen und haben dafür auch die volle Unterstützung der Verbandsmitglieder. Mit unserem E-Learning wollen wir unseren Auszubildenden ab dem ersten Ausbildungsjahr kontinuierlich das dentalfachspezifische Wissen vermitteln.

Als Mitglied von proDente werden wir die überaus positive Arbeit weiter tatkräftig unterstützen. Insgesamt soll der Bundesverband Dentalhandel als kom-



▲ Der neue Vorstand des BVD v.l.n.r.: Vizepräsident Bernd Neubauer, Präsident Lutz Müller und Vizepräsident Bernd-Thomas Hohmann.

petenter Ansprechpartner für die Berufsstände und als Kooperationspartner für die Branchenverbände gestärkt werden.

Noch kurz zu Europa: Hier werden wir unsere Arbeit im europäischen Dachverband ADDE auf hohem Niveau fortführen und mit dazu beitragen, dass die ADDE in Brüssel stärker auf politischer Ebene zu hören ist. Eine entsprechende Tagung ist bereits in Planung.

Was erwarten Sie vom Wirtschaftsjahr 2010 für Handel, Industrie, Zahnärzte und Zahntechniker?

Wir sind im Ganzen optimistisch. Wir wollen bei unseren Kunden, Zahnärzten und Zahntechnikern, dazu beitragen, dass diese nach der Krise am Aufschwung teilnehmen können. Dazu werden wir mit der Industrie weiter intensiv zusammenarbeiten – wir sitzen da in einem Boot.

Können Sie kurz zusammenfassen, wo die Vorteile der engen Kooperation von Handel und Industrie in Deutschland für Zahnärzte und Zahntechniker liegen?

Der Dentalfachhandel spiegelt der Industrie die Anforderungen der Kunden zurück. Durch den engen und vertrauensvollen Kontakt zu unseren Kunden erhalten wir Informationen z. B. zu Produkten, die für die Industrie sehr wichtig sind. Ein Beispiel: Es kann sich beim Einsatz in der Praxis, im Labor zeigen, dass es da oder dort Verbesserungsbedarf gibt. Dann melden wir dies an die Industrie weiter und ermöglichen auf diese Weise im besten Falle eine Umsetzung. Zahnärzte und Zahntechniker können so bessere Produkte erhalten. Umgekehrt sind wir natürlich auch auf die Innovationen der Industrie angewiesen. Also, Sie sehen, von der engen Kooperation zwischen Handel und Industrie profitieren alle.

Neben diesem einzelnen Beispiel lässt sich zusammengefasst sagen, dass die Dental-Depots das Leistungsspektrum der Hersteller ideal ergänzen, von der Lagerhaltung inklusive der schnellen, vollständigen und kostengünstigen Bestellauslieferung über die Beratung beim Kunden, am Telefon oder in den Ausstellungsräumen des Handels bis zur Montage, schnellen Reparatur mit vorrätigen Ersatzteilen auch vor Ort und Reklamationsabwicklung. Dazu kommen all die Dienstleistungen für Kunden, die produktunabhängig stattfinden, ihnen aber

in ihrer Berufsausübung vielfältig nutzen.

Aufgrund des demografischen Wandels in Deutschland rückt die Behandlung älterer Menschen immer mehr in den Mittelpunkt. Was glauben Sie, wie werden sich die Veränderungen in der Altersstruktur der Patienten auf die Arbeit der Zahnmediziner und Zahntechniker auswirken und was bedeutet das für den Dentalhandel und seine Produkte und Serviceleistungen?

Hier sehen wir vielfältige Änderungen auf uns zukommen. Dies wird Produkte betreffen, Beratungsleistungen des Handels, aber auch Behandlungsabläufe. Einige Beispiele: Produkte werden sich teilweise ändern, um besser für den Einsatz bei älteren Menschen geeignet zu sein. Es wird größeren Bedarf an Zahnersatz geben mit der Anforderung, länger haltbar zu sein. Es wird aber auch einen Zuwachs an Reparaturbedarf geben. Die Praxen werden ihr Angebot anpassen und sich z.B. mit transportablen Geräten ausrüsten. Nicht zu vergessen ist aber auch, dass die Behandlung älterer Menschen einen größeren Zeitbedarf mit sich bringt und damit natürlich auch zu höheren Kosten führt, die heute noch nicht vergütet werden.

Herr Müller, seit April 2009 vertreten Sie die Interessen des BVD auch im Europäischen Dachverband Association of Dental Dealers in Europe (ADDE). Welche Erfahrungen des BVD kommen der ADDE zugute, und wie kann der BVD und damit die deutsche Dentallandschaft von ADDE profitieren?

Insgesamt ziehen alle aus dem gegenseitigen Informationsaustausch Nutzen. Der BVD profitiert von den Erfahrungen aus anderen Ländern und umgekehrt wird dies sicherlich auch der Fall sein.

Wir können Ihnen ein konkretes Beispiel nennen, wie die Dentallandschaft von einer europäischen Zusammenarbeit profitiert: Mit Unterstützung des BVD wurde EDI-Dent entwickelt und auch europaweit eingeführt. Durch diesen elektronischen Datenaustausch können z.B. Bestellungen schneller durchge-

führt werden bei gleichzeitiger Absenkung der Fehlerquote. Ohne die Zusammenarbeit in einem europäischen Verband wäre die Umsetzung ungleich schwieriger geworden. Aber so konnten in relativ kurzer Zeit die Unternehmen von Handel und Industrie erreicht und informiert werden. Es ist in Zusammenarbeit sogar gelungen, entsprechendes Know-how europaweit zur Verfügung zu stellen. Damit konnte die Einführung bei großen und auch gerade bei kleinen Unternehmen unterstützt werden.

Im Herbst letzten Jahres mehrten sich die Stimmen, die Veränderungen bei den Fachdentalveranstaltungen erwarten ließen. Wird es hier in diesem Jahr Neuerungen geben?

In 2010 wird der regionale Fachhandel bundesweit sechs Ausstellungen anbieten. Wir als BVD-Vorstand unterstützen die Entscheidung, die Anzahl von bisher acht auf sechs Ausstellungen zu verringern. In diesem Jahr sollen die Ausstellungen in Berlin und Hannover entfallen.

Die Gründe, die zu dieser Entscheidung geführt haben, liegen auf der Hand: Schließlich engagieren sich Fachhandel und die mit ihm verbundene Industrie bei den Ausstellungen, um die Kunden vor Ort ausführlich informieren zu können. Durch die Wirtschaftskrise ist es allgemein notwendig geworden, Kosten zu reduzieren. Dies wollen wir auch unseren Kunden ermöglichen. Deshalb unterstützen wir die beschlossene Fokussierung auf sechs Standorte. Nur so kann auch in diesen schwierigen Zeiten eine höhere Attraktivität zu niedrigeren Kosten erreicht werden. Für unsere Kunden ist es wichtig, dass alle bedeutenden Hersteller in den Ausstellungen zu finden sind, um sich wirklich umfassend informieren zu können. Denn diese umfassende Information ist ja der Anlass zum Besuch der Ausstellungen, und dem will der Handel gerecht werden.

Vielen Dank für das Gespräch! <<

Das Interview führte Dr. Torsten Hartmann, Chefredakteur der DENTALZEITUNG.

„Wir als Fachhändler werden zukünftig immer stärker Beratung für unsere Kunden leisten, und zwar auf hohem Niveau.“