

Bestellen kann so einfach sein

| Stefan Thieme

Jeder kennt es, die meisten haben es ausprobiert – und viele machen es längst regelmäßig: Das Bestellen im Internet, der Kauf in einem Online-Shop, ist heute aus dem Lebensalltag moderner Verbraucher kaum noch wegzudenken. Eine Entwicklung, die in den letzten Jahren auch in vielen professionellen Bereichen das Einkaufsverhalten verändert hat. So geht auch im Dentalbereich der Trend hin zum „Kauf per Klick“. Wir sprachen mit Lars Pastoor, dem Geschäftsführer des Dental-Versandhandels NETdental, über die aktuelle Entwicklung, über die Vorteile des Online-Einkaufs und über seine Pläne für die Zukunft dieses Vertriebskanals.

Herr Pastoor, in jeder Praxis liegen die üblichen Kataloge, die meisten bekommen regelmäßig Besuch von Außendienstmitarbeitern der bevorzugten Dentalhandelshäuser – was ist denn so toll am Bestellen über das Internet?



Es ist einfacher, komfortabler und praktischer. Man kann es genau dann machen, wenn man gerade Zeit dafür hat. Man bekommt nichts aufgeschwatzt. Man kann selbst vergleichen und selbst entscheiden. Das sind unsere Kernargumente, wenn es um diesen Teil unseres Geschäfts geht. Schauen Sie: Warum bestellen jedes Jahr mehr Menschen privat bei Versendern wie Otto, Tchibo oder Amazon? Weil es so schön einfach geht, weil es praktisch ist – und weil man mittlerweile Vertrauen in dieses

Handelsformat hat. Selbst Modeartikel, wo man ja eigentlich vermuten sollte: Da will ich anprobieren, da will ich Beratung!, laufen immer mehr übers Internet. Man bestellt bei H&M oder bei Esprit, die Sachen sind schnell da, man kann in Ruhe zu Hause anprobieren – und wenn's nicht passt oder nicht gefällt, schickt man es zurück. Das sind vom Grundprinzip her exakt die Vorteile, die ein moderner Dental-Versandhandel wie NETdental auch leistet. Warum soll ich also nicht auch professionell diesen Weg nutzen?

Aber bei NETdental kann man ja nicht nur übers Internet bestellen – das geht doch auch „klassisch“?

Ganz sicher, und das wird natürlich auch noch lange unser starker und zentraler Leistungsschwerpunkt bleiben. Wir haben einen übersichtlichen, gedruckten Katalog, dazu einige Sonderkataloge für spezielle Zielgruppen. Unsere Kunden bestellen per Fax oder – und das ist bei NETdental besonders wichtig – rufen persönlich an und bestellen bei unseren Servicemitarbeitern. Die Beratungskompetenz steht hier ganz klar im Fokus, das bauen wir auch konsequent aus. Wir bewegen uns schließlich in einem Bereich, in dem es doch zum Teil ein bisschen komplizierter ist, als das T-Shirt in der richtigen Größe zu bestellen. Zusätzlich ist eben aber ganz klar der Web-Shop, also der Bestell-Katalog unter

www.netdental.de, eine zentrale Ergänzung für alle Praxen, die hier die spezifischen Vorteile nutzen wollen.

Was genau sind dann diese Vorteile?

Die Flexibilität für den Nutzer habe ich bereits erwähnt: Ich kann in Ruhe bestellen, wann ich will. Das kann gegen Feierabend sein. Oder, wenn es der Zahnarzt selbst macht, natürlich auch jeder andere Zeitpunkt. Wir haben auch Kunden, die bestellen online an einem ruhigen Sonntagnachmittag, wenn sie den Papierkram der Woche aufarbeiten. Aber vor allem gilt: Das Bestellen über den Web-Shop reduziert den administrativen Aufwand in der Praxis ganz erheblich. Sie haben das ganze Sortiment der üblichen Verbrauchsmaterialien, Sie haben die Lieferung am nächsten Werktag fast in jedem Fall. Also auch nur eine Lieferung, nur eine Rechnung – und damit weniger Aufwand bei der Buchhaltung, weniger Kosten, wenn das pro Beleg extern sortiert und abgerechnet wird, zum Beispiel über den Steuerberater.

Das klingt prima – für alle, die keine Extrawünsche haben?

Das ist ja eine zentrale Stärke von NETdental: Dass wir uns als den absolut kundenorientierten Dienstleister für eine ganz spezielle Zielgruppe verstehen. Bei uns ist ja online nicht eine Sackgasse. Wir sind fünf Tage die Woche mit echten Menschen für unsere

The screenshot shows the NETdental website interface. At the top, there are navigation tabs for 'Startseite', 'Produkte', 'Eigenmarken', 'Angebote', 'Reparatur', 'Ersatzorgane', and 'Downloads'. The main header features the 'NETdental' logo with the tagline 'So einfach ist das.' Below this, there's a search bar and a 'Warenkorb' icon. The left sidebar contains a 'Produkte' menu with categories like 'NET Eigenmarke', 'Abformung', 'Hilfsmittel für Abformung', 'Temporäre Versorgung', 'Füllungsmaterialien', 'Hilfsmittel für Füllungen', 'Desinfektion', 'Spritzen', 'Einwegartikel', 'Rotierende Instrumente', 'Instrumente, Glaswaren', 'Wurzelbehandlung', 'Prophylaxe', 'Pharmazeutika', 'Verschiedenes', 'Praxiskleingeräte', 'Keramische Füllungen', 'Kieferorthopädie', and 'Labor'. Below the menu is a 'Kundenstimmen' section with several testimonials. The main content area features several promotional banners: 'Wie Carglass, nur ohne nervige Werbung!' for 'Dent.LED für KaVo' (48.00), 'NEU' for 'NETdental CLEAN & POLISH' (7.90), 'Gesundheitskarton' (18.99), and 'AIR-FLOW Pulver' (69.90). There are also logos for 'BVD' and 'bvh'.

Kunden da – und zwar mit qualifizierten Fachkräften. Da kann man nachfragen, da wird einem geholfen, vertrauensvoll und persönlich. Unsere Kunden honorieren das – mit einer sehr, sehr hohen Treue-Quote. Und mit besten Werten erst kürzlich beim Wettbewerb unter Deutschlands kundenorientiertesten Dienstleistern: Unter den Dentalhändlern waren wir die Nummer eins! Da sind wir schon ein bisschen stolz drauf.

Wie gehen Sie aktiv auf den Kunden zu?

Nun, durch den elektronischen Kanal können wir sehr schön maßgeschneiderte Angebote unterbreiten. Wir haben zum Beispiel extra Verteiler für Endodontologen und für Prophylaxeteams. Das geht schnell und direkt, der Kunde ist nicht vom Zufall abhängig, ob der oder die Verantwortliche für die Materialbestellung gerade zufällig den Werbeflyer in die Hände kriegt oder die Anzeige in der Fachzeitung liest. Nichts gegen Ihre Medien, selbstverständlich.

Sie können also besonders präzise werben. Aber hat der Kunde einen aktiven Vorteil, sozusagen für sich selbst?

Stellen Sie sich vor, es gibt jemanden, der für die Praxis den Merkzettel führt

oder das entsprechende Karteikästchen. Also quasi immer aufschreibt, was man so bestellt hat und was man wann neu braucht. Es war eine der kniffligsten Ideen, die wir hatten, aber wir haben das umgesetzt: Im Web-Shop von NETdental können Sie sich eine individuelle Merkliste anlegen. Sie pflegen einmal ein, was Sie an Materialien brauchen. Für alle Bereiche der Praxis, ob Röntgen, Endo oder Prophylaxe. Oder auch unterteilt nach Mitarbeitern oder unterschiedlichen Behandlern in einer Mehrbehandlerpraxis. So haben Sie auf Knopfdruck immer sofort parat, was Sie brauchen – und man muss nicht mehr überlegen, wollte die Kollegin Müller immer die Packung mit dem rosa oder dem hellgrünen Deckel? Und mit der Bestell-Historie haben Sie auch immer eine Übersicht, was Sie in der Vergangenheit bestellt haben.

Ihr System lernt also sozusagen mit jeder Bestellung?

Ja, so wie man es von führenden Internet-Versandhändlern im privaten Konsumbereich auch kennt. Das ist nichts unheimliches, das ist einfach nur praktisch. Zum Beispiel schlägt das Programm von selbst zusätzlich benötigte

Artikel vor, wie die passenden Kanülen zur Abformmasse. Denn das kennt doch jeder: Plötzlich geht nichts mehr, weil jemand zwar den Schlauchbeutel bestellt hat, aber nicht die passende Mischkanüle. Aber nicht nur das: Auch die Sicherheits-Datenblätter pro Artikel stellt das System automatisch bereit, dann haben Sie alles ausführlich dokumentiert. So was meine ich mit modernem, kundenorientierten Bestellwesen. So muss man heute einen zeitgemäßen Versand organisieren. Und die modernen Medien und Programme bieten uns all diese Möglichkeiten. Und noch viel mehr.

Sie spielen auf die Zukunft an. Was können wir noch erwarten, womit rechnen Sie?

Wir haben bei NETdental noch viele richtig gute Ideen im Köcher. Das Team beschäftigt sich permanent mit Verbesserungen, immer in Richtung Kunde gedacht, immer soll es einfacher, praktischer und klüger werden, bei uns seinen Praxisbedarf zu decken. Ich glaube, Helmut Schmidt hat mal gesagt: Wer Visionen hat, soll zum Arzt gehen. Ich geh dann immer zum Zahnarzt ... Nein, im Ernst: Wenn Sie mich nach der Entwicklung der nächsten drei bis fünf Jahre fragen – alles andere wäre unseriös – dann denke ich, dass wir dem Zahnarzt und dem Praxisteam das Leben einfach einfacher machen müssen. Die Vorschriften und Gesetze, der zunehmende Kostendruck, die steigenden Ansprüche der Kunden, vulgo Patienten: All das sollte meiner Meinung nach dazu führen, dass sich die Praxis wieder mehr auf die eigentliche Arbeit, die Kompetenz am Patienten konzentrieren sollte. Und das bedeutet in der Konsequenz für unsere Arbeit, dass wir im Idealfall mal dahin kommen können, dass wir als NETdental die Praxis sozusagen ganz automatisch mit Nachschub versorgen. Immer kurz bevor ein Artikel verbraucht ist, sollte „von selbst“ das neue Paket eintreffen. Das wäre für alle Beteiligten die maximale Entlastung, das wäre 360 Grad kundenorientiert gedacht und gemacht. Bis dahin ist es noch ein Weg, aber wir arbeiten dran!

Herr Pastoor, wir danken für das Gespräch.