

+ 3. Presseinformation + 3. Presseinformation +
(Langfassung)

ID Deutschland startet durch: Fünf Events – ein Motto: „mehr für besser!“

Auf Initiative führender Dentalfachhändler werden im Herbst 2011 erstmalig die „ID Deutschland - infotage dental-fachhandel“ stattfinden. Fünf Events sind als neutrale Informationsplattform der Branche angelegt. Die Besucher erwartet ein ebenso umfangreiches wie attraktives Programm. Zu der Leistungsschau sind Hersteller wie Händler uneingeschränkt eingeladen. An folgenden Standorten werden sich für das Fachpublikum von September bis November die Messe-Tore öffnen:

- Hamburg: 23./24.09. – ID Nord,
- Düsseldorf: 30.09./01.10. – ID West,
- München: 08.10. – ID Süd,
- Berlin: 05.11. – ID Ost,
- Frankfurt: 11./12.11. – ID Mitte.

Organisiert werden die Veranstaltungen von der LDF, Leistungsschau Dentalfachhandel GmbH. Gesellschafter sind die Handelshäuser Henry Schein Dental, NWD und pluradent.

Neues Projekt-Profil: Leistungen des Dentalmarkts im Fokus

Mit neuem „Gesicht“ und frischem Elan treten die Messeveranstalter dieses Jahr gemeinsam mit den Ausstellern und Besuchern an, um eine oft zitierte Lebensweisheit zu toppen. Nicht „weniger ist mehr“, sondern „mehr für besser“ lautet das aktuelle Motto der ID Deutschland. Denn die Events bieten den Besuchern direkt vor Ort ein deutliches „Mehr“ an Marktübersicht und -kenntnis inklusive wichtiger Auswahl- und Entscheidungskriterien bei Produkten und Diensten. Im Gegensatz zu den in der Vergangenheit veranstalteten regionalen Dentalfachmessen werden die „infotage“ bundesweit

einheitlich ausgestaltet sein, selbstverständlich ohne dabei die lokalen Bezüge zu vernachlässigen.

Motiviert ist die Neuausrichtung der Fachmessen u.a. durch die stark veränderten Bedingungen des Dentalmarktes, die sowohl fachlich als auch ökonomisch und rechtlich begründet sind. Eine sich vernetzende, ausdifferenzierende Wissensgesellschaft sowie neue Strukturen bei Herstellern wie Händlern, die ein breiteres und vor allem auch ein tieferes Sortiment anbieten, erfordern das verstärkte Zusammenwirken aller Partner. Im Sinne einer Vernetzung der verschiedenen zahnmedizinischen Teildisziplinen sind zudem folgende Trends festzustellen: Immer mehr zahnmedizinische Spezialisten schließen sich in größeren Praxis- und Laboreinheiten wie z.B. Zahnkliniken zusammen, die Anzahl der Praxisumzüge steigt stetig, es werden häufiger Zweitpraxen gegründet.

Vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen – Wissensexplosion und -vernetzung einerseits und stetig wachsendes Angebot andererseits – sind die Zahnmediziner und –techniker mehr denn je auf gute Orientierungs- und Entscheidungshilfen angewiesen. Im Fokus der Events stehen so neben Leistungen der Aussteller auch die der Händler. Diese bestehen u.a. in Beratung, Finanzierungs- und Weiterbildungsunterstützung, technischer Wartung und Pflege sowie Prüfung auf Wirtschaftlichkeit. Optimale Planungs-, Rechts- und Betriebssicherheit gewinnen vor allem auch vor dem Hintergrund der voranschreitenden Digitalisierung der Arbeitsprozesse in Praxen und Labors immer mehr an Bedeutung. Investitionen in technische Innovationen wie z.B. ein DVT-Gerät im Bereich der Diagnostik oder ein CAD/CAM-System für Restauration und Prothetik müssen aufgrund des erhöhten Kostenaufwands und komplexer Anwendungsanforderungen effizient und langfristig rentabel geplant werden.

Ausstellungs- und Informationsangebot der „infotage“

Attraktiv und vielfältig wird nicht nur das Ausstellungsangebot, sondern auch das auf den „infotagen“ präsentierte Themenspektrum sein. Sechs verschiedene Leistungsbereiche der Dentalwelt werden auf den „infotagen“ in ebenso vielen Ausstellungsbereichen anschaulich und fortschrittlich präsentiert. Die Aussteller stellen neue Produkte und Dienstleistungen zu folgenden Leistungsbereichen vor: Einrichtung/ Einheiten, Diagnostik/ Analytik, Restauration/

Zahntechnik, Hygiene/ Umweltschutz, Prophylaxe/ Parodontologie und Management/ Kommunikation. Ergänzend zu dem Ausstellungsangebot wird es außerdem hersteller-übergreifende Informationsangebote in Form von verschiedenen Info-Inseln geben. An diesen können die Kunden diskutieren über die derzeitigen dentalen Trends und Themen und sich im Gespräch mit den anwesenden Experten „schlau machen“. Wissenswertes wird es zu folgenden Themenbereichen zu hören, sehen und erleben geben: Die Wohlfühlpraxis, 3D-Diagnostik, QM & Hygiene, Praxismarketing, CAD/CAM-Diversifizierung und Ganzheitliche Praxis-IT.

Vorab wird ab Mitte des Jahres das Projekt ID Deutschland zudem via „Multichannel-Kommunikation“ beworben. Neben der Internetseite und einem eigenen Magazin wird auch über Facebook und twitter der intensive Dialog mit Ausstellern wie Besuchern gesucht und das vielfältige, erlebnis- wie ergebnisreiche Programm fortlaufend bekannt gemacht.

Informationen immer 24h aktuell bietet: www.iddeutschland.de

Wörter: 609

Zeichen: 4.317

Abbildung: Logo, Key Visual, Karte Deutschland, Termine inkl. Standorte

Anmerkungen für Redaktionen:

Zur Veröffentlichung frei ab 01. April 2011.

Wir bitten um ein Belegexemplar bei Veröffentlichung.

Ansprechpartner:

CCC GmbH / Christoph Hofmann

Kartäuserwall 28e

50678 Köln

Tel.: 0221 931813-60

Fax: 0221 931813-90

E-Mail: christoph.hofmann@ccc-werbeagentur.de

Pressekontakt:

CCC GmbH / Tim Kissels

Kartäuserwall 28e

50678 Köln

Tel.: 0221 931813-69

Fax: 0221 931813-90

E-Mail: tim.kissels@ccc-werbeagentur.de