

# DE VBT PRAAT MET DE TANDHEELKUNDIGE BUSINESS

Vier spelers uit de tandheelkundige business rond de tafel!  
Twee grote nationale en twee grote internationale spelers praten samen.



Jean-Pierre Spiers (JPS)  
Henry Schein



Johan Callens (JC) -  
Codema



Eddy Droogmans (ED) -  
Arseus Dental



Frank Bruggeman (FB) -  
Denta

## Jean-Pierre Spiers. Director Belux van HENRY SCHEIN®.

- Na 4 jaar hoge school; Public Relations en specialisatie verkoop en distributie: gestart als verkoper bij "L'Oréal" 1977.
- Gedelegeerd bestuurder van eigen bedrijf, Dental depot I.D.C.
- Na 11 jaar wordt I.D.C. overgenomen door Demedis Dental.
- Demedis Dental met JPS als directeur neemt Siemens Dental België en Luxemburg over.
- Demedis Dental en Siemens Dental fusie – Vilvoorde.
- Henry Schein neemt Demedis Dental over.
- Fusie Henry Schein / Demedis Dental- 2005 Vilvoorde.
- Henry Schein, Inc is een Fortune 500® bedrijf en lid van NASDAQ 100®,
- Bedient 700.000 klanten wereldwijd waaronder tandartsen, laboratoria, artsen en veeartsen, en overheden. Het hoofdkantoor is gevestigd in Melville, NY. Er zijn 14.000 mensen tewerkgesteld in filialen in 25 landen. De netto omzet bereikte een record van 7,5 miljard dollar!
- Henry Schein België heeft werk voor 49 werknemers.

*"Ik wou absoluut in de medische sector werkzaam zijn. Wie mij kent kan niet geloven dat ik voor L'Oréal gewerkt heb".*

## Johan Callens. Sales Manager van CODEMA®

- Studeerde af als Handelingenieur te Leuven 1978.
- Meteen gestart (getrouwd met dochter Beernaert, stichter van Codema) bij Codema.
- Eerst verkoop provincie Oost- Vlaanderen en de universiteit Leuven.
- Later komt daar de Vrije Universiteit Brussel en UC Louvain bij.
- Sinds 1983 verantwoordelijk voor Sales en opleiding van afgevaardigden.
- CoDeMa staat voor Company for Dental Matelials 1973.
- Codema is een familiebedrijf uitsluitend actief op de Belgische dentaalmarkt.
- Aanvankelijk werden uitsluitend nieuwe onbekende producten en materialen gepromoot.
- Na een inlooptijd van een paar jaar werd toch de stap gezet naar de volledige inrichting van tandheelkundige kabinetten. Vanaf 1982 komt er een afdeling voor dentaaltechnische laboratoria.

*"We spreken vanaf nu van een full-service dentaal depot mét eigen technische dienst voor onderhoud en reparaties van alle verkochte apparatuur en hand- en hoekstukken".*

## Eddy Droogmans Sales Manager van ARSEUS DENTAL®

- Na de Hogeschool Economie in 1989 gestart als account manager bij Dentor.
- Sinds 1995 bij Lamoral – het actuele Arseus.
- Sinds 2003 sales manager Arseus Equipment®
- ARSEUS DENTAL Driving superior care®. Na de overname van Lamoral was de integratie voor Arseus in België een feit.
- De Arseus BV is een multinationale groep van bedrijven in 4 domeinen actief: magistrale bereidingen voor apothekers, tandheelkundige producten, chirurgische producten en medische IT oplossingen. De Belgische vennootschap is genoteerd aan

Euronext Brussel en Euronext Amsterdam. De operationele activiteiten worden aangestuurd vanuit het hoofdkantoor Rotterdam. De internationale integratie laat een enorme overdracht van kennis en ervaring toe. In België werken naast de mensen van administratie en toonzaal, 7 personen als afgevaardigden en adviseur en maar liefst 20 personen in de technische dienst. Met eigen interieurarchitecten (Archimed) wordt naar een "one stop shopping" gestreefd.

*"Daar waar ik eerder toevallig in de tandheelkundige wereld terecht kwam, durf ik nu stellen: 'Dental business is altijd FUN'"*

**Frank Bruggeman**

**Afgevaardigd bestuurder van DENTA/Comptoir Dentaire de Bruxelles®.**

- Studeerde af als Lic. Toegepaste Economische Wetenschappen UFSIA Antwerpen 1972.
- Stapt meteen in het familiale bedrijf van vader Bruggeman.
- De drijvende kracht achter de enorme expansie van het familiale bedrijf.
- DENTA® was aanvankelijk een klein dental depot dat het licht zag in 1934.
- De lokale activiteit in Antwerpen werd uitgebreid naar Brussel en Vlaanderen.
- Alles werd onder één groot dak ondergebracht in een groot complex te Kontich.
- Het depot werd uitgebreid tot een grote eenheid waar een tandarts of tandtechnicus alles kan terugvinden. Het totaal concept en het persoonlijk geprivilegieerde contact met de klant blijft een grote troef. Denta levert niet alleen kleingood en installaties maar verkoopt totaalconcepten, zowel bij verbouwing, renovatie als nieuwbouw. Een soort sleutel op de deur concept. Denta zorgt ook voor directe contacten met de industrie. In workshops demonstreert de fabrikant zijn producten en leert de tandarts hoe die te gebruiken.

*"Indien de tandarts evolueert, staat Denta klaar om mee na te denken over de beste oplossingen"*

**De VBT zou graag eens van de industrie vernemen wat de nieuwe tendensen zijn in de tandheelkundige business. Wat staat er ons te wachten? Wij als mondartsen kunnen gerust stellen dat 80% van wat wij nu doen, wij 10 jaar geleden er het bestaan niet van kenden. Is dat bij jullie ook zo?**

**FB:** Meneer Vandekerckhove, wij zijn niet 'de industrie'. Wij zijn de groothandel die de industrie bij de tandartsen vertegenwoordigt. Op GC en Alan na, kennen wij geen echte tandheelkundige industrie met productie in België.

**EB:** De industrie, je kent ze wel. 3M, Kerr, Nobel Biocare om er maar enkele te noemen. Zij hebben hun eigen 'Belgische' fabrieksvertegenwoordiging.

---

**"De industrie zoekt "piloottandartsen". Die piloottandartsen geven hun ideeën en "dromen" aan. Zij zetten samen de nieuwe trends. Niet wij! "**

---

**Ik begrijp het, jullie zitten zowat tussen hamer en aambeeld!**

**JPS:** Juist. Het is de industrie die de nieuwe producten en werkwijzen aanbrengt. Het is de tandarts die de nieuwe producten moet willen kopen. Wij zijn de buffer tussen industrie en consument. Wij zetten niet de nieuwe trends in. Ook de universiteiten niet! De universiteiten hebben de financiële middelen niet. De universiteit zal wel een aantal producten testen en verbeteren maar meer niet. De industrie zoekt "piloottandartsen". Die piloottandartsen geven hun ideeën en "dromen" aan. Zij testen de nieuwe instrumenten en producten. Er is een echte vervechting tussen de piloottandarts en de industrie. Zij zetten samen de nieuwe trends. Niet wij!

**JC:** Indien wij terugblikken kunnen wij 3 data van revolutionaire evolutie weerhouden:

- 1958 De Airrotor
- 1975 Lichthardende composieten
- 1990 De RX digitalisatie bij de meeste tandartsen

**FB:** en ook 2005 met de digitale afdruk !

---

**"De industrie maakt de producten, maar kan zich niet organiseren om elke tandarts te bereiken."**

---

**En de tandheelkundige implantaten?**

Ja natuurlijk een spectaculaire evolutie. Maar alles wat rond implantaten wordt aangebracht, is en blijft in handen van de industrie. De fabrikanten houden liever alles zelf in handen. Zij houden terecht de vinger aan de pols met eigen kantoren en vertegenwoordigers die echt de consument van nabij blijven bijstaan. Wij hebben hier weinig inbreng...

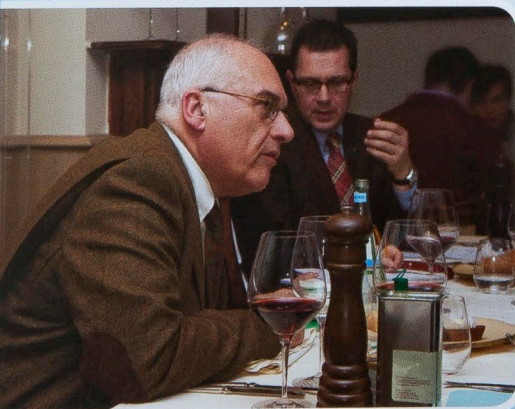
**FB:** Waar wij wel eventueel kunnen bijsturen is bij het gebruik van composiet. Amalgaam wordt in België nog weinig gebruikt. Piloottandartsen hielpen de gebruiksvriendelijkheid van composiet verbeteren en stimuleerden de industrie tot belangrijke verbeteringen van de mechanische en chemische eigenschappen van het "witte" product.

**JC:** Amalgaam heeft inderdaad een belangrijk milieuprobleem. Wat gebeurt er bvb bij crematie. De kwik wordt letterlijk in de lucht geblazen. Er bestaat een methode om het amalgaam van kwik te ontdoen. Amalgaam wordt samen met goud opgewarmd. De kwik verdampt bij 360 graden en wordt opgevangen. Het is evenwel maatschappelijk niet aanvaard voor de crematie de tanden te extraheren. Wij zouden kunnen droogvriezen om het kwik op te vangen, maar deze techniek is nu nog niet ingeburgerd.

**JPS:** Ja, wij hier in België wij kunnen zonder het amalgaam, maar Europa niet hoor! Composiet blijft een dure vulling gezien de arbeidsintensiviteit.

**Ok, maar wat is juist jullie toegevoerde waarde?**

**JPS:** Je moet het zo zien. De industrie maakt de producten, maar kan zich niet organiseren om elke tandarts te bereiken. Wel hebben zij eventueel vertegenwoordigers die hun product aanprijzen. Zelden zullen deze vertegenwoordigers de individuele tandarts bezoeken, maar zij zorgen dat zij bij bepaalde bijeenkomsten of congressen een groter publiek bereiken.



**FB:** Wel ja, ik zou de VBT aanraden niet telkens aan de handel de vraag te stellen om activiteiten te sponsoren, maar span ook de industrie in. Zij zijn de echte belanghebbers bij de promotie van hun producten.

**ED:** Je moet weten dat voor de industrie de tandheelkunde slechts een kleine markt betekent. Vaak produceren zij voor de geneeskunde of veeartsenij, en is het tandheelkundige product slechts voor een zeer kleine markt. Zij zijn gewoon om hun product langs grote kanalen per 1000 eenheden te verkopen. Denk maar bvb aan Omega Pharma. De apotheker wordt gebruikt door de producent om hun producten "en masse" te etaleren. Zo werkt het niet voor de tandheelkunde. Elk product wordt door de tandarts individueel beoordeeld. Wij moeten dat product per eenheid kunnen aanleveren en liefst direct na het telefoontje van de tandarts. Hier zit een grote toegevoegde waarde als tandheelkundige groothandel.

**JC:** En vergeet ook niet dat van ons en onze vertegenwoordigers verwacht wordt dat wij alle concurrerende producten kunnen naast elkaar plaatsen. De tandarts verwacht van onze vertegenwoordigers dat zij er het beste product kunnen uithalen en ook aanprijzen met de juiste argumenten. Die vertegenwoordiger moet zowat alles weten en kennen. Hij staat bovendien voor een erg kritische tandarts. Geen gemakkelijke job, geloof mij.

---

**“De tandarts verwacht van onze vertegenwoordigers dat zij er het beste product kunnen uithalen en ook aanprijzen met de juiste argumenten.”**

---

De individuele persoonlijke aanpak van de tandarts zal altijd primordiaal blijven.

**FB:** Daar zit nu net onze meerwaarde in t.o.v. de postorderbedrijven die de "courante" producten dikwijls tegen lagere prijzen leveren. Wij hebben daarom onze prijsbeleid drastisch gewijzigd. Een overgrote meerderheid van de tandartsen waarderen ons onafhankelijk advies en vertalen dit in een langdurige relatie gebaseerd op vertrouwen. Telefonisch kan elkeen direct bestellen en wij zorgen er zelfs voor dat telefonist(e) bijkomend advies kan verstrekken. Zoets is enkel in de tandheelkundige wereld denkbeeldig.

**JPS:** Let wel, deze individuele aanpak is een wereldwijd fenomeen. Vlaanderen is dan nog iets apart. De Vlaming zal wel eens gaan shoppen. In Wallonië zien wij dat veel minder.

**JC:** De prijs is dus wel belangrijk, zeker in vergelijking met postorderbedrijven. Maar toch, de individuele aanpak blijft het belangrijkste. Ik kan je vertellen dat de Benelux het goedkoopste gebied is in gans de wereld als het over tandheelkundige producten gaat.

**ED:** Wij stellen ook vast dat de industrie minder en minder zin heeft om zijn eigen mensen rond te sturen. Wat wij wel aanvoelen is de positieve invloed van de peer-reviews.

Wij achten het zeer nuttig dat de individuele tandarts met zijn collega's ervaringen uitwisselt. Soms kan een bepaald product al "gepromoot" zijn voor wij aankomen!

**Het aantal starters is enorm afgenomen. Steeds meer jongeren willen geen eigen praktijk opstarten. Doen jullie daar iets aan?**

**JPS:** Wij kunnen daar weinig of niets aan doen. De universiteiten zouden hier een belangrijke rol moeten spelen. In de opleiding zou een minimum aan "management" moeten bijgebracht worden. En ook de beroepsverenigingen. De VBT kan toch perfect de laatstejaars of afgestudeerden begeleiden naar zelfstandig denken en werken?

**ED:** Het minder aantal zelfstandige tandartsen is ook te verklaren door de sterke vrouwelijking van het beroep. Meer en meer jongeren willen een nine to five job. Ook Nederland "ronzelt" meer en meer Belgische tandartsen.

**FB:** Minder zelfstandige starters lijkt voor ons nadelig, maar die jongeren willen meer en meer een complete begeleiding. Zij willen de volledige investering in één keer doen. Zij vragen "sleutel op de deur". Ook hier is terug een persoonlijke aanpak het belangrijkste.

---

## “De prijs is dus wel belangrijk, zeker in vergelijking met postorderbedrijven.”

---

### Wordt de solopraktijk een marginale praktijkvoering?

**JPS:** Dat is wel heel extreem uitgedrukt. De solopraktijk zal altijd blijven bestaan. Wel zeer goed georganiseerd uiteraard. Ook in andere Europese landen en de VS is de solopraktijk niet weg te denken.

**JC:** Wel is als “solist” een juiste samenwerking met specialisten en bvb tandtechniker een noodzaak.

Meneer Vandekerckhove, je weet nog wel als econoom; “De wet van Pareto: de 20%-80%”. Elkeen doet datgene waar hij of zij het beste in is. Alles wat een ander beter en goedkoper kan doen, laat dat dan best doen in uw plaats, ondertussen kan je zelf doen waar jij het best in bent. Omgekeerd, als je overtuigd bent dat niemand grondiger en dieper kan reinigen, reinig dan zelf het gebit van uw patiënt. Je kan natuurlijk niet alles zelf doen. Delegeren moet kunnen aan bvb een “goed opgeleide” mondhygiënist(e), maar hij/zij moet dan wel zichzelf opbrengen natuurlijk.

De solopraktijk doet 80% zelf en delegeert extern 20%. De zaakvoerder van een groepspraktijk doet 20% zelf en delegeert intern 80%.

### Is het ontstaan van grotere groepspraktijken een goede zaak voor U? Ontstaan er nieuwe behoeften?

**FB:** De groepspraktijk is een oplossing voor veel problemen zoals:

- de vergrijzing, waardoor een tekort aan tandartsen dreigt
- het evenwicht tussen beroep en privé, belangrijk bij jongeren
- investeringen in nieuwe technologie
- efficiënt gebruik van middelen

De kunst bestaat erin de juiste partners te vinden die bereid zijn langdurig samen te werken. Goede afspraken over prestaties en financiële verdeelsleutels zijn een conditio sine qua non tot welslagen. Niet evident!

**JPS:** Wel is het zo dat wij de tandarts van de groepspraktijk minder vaak te zien krijgen. Wij passen ons terug aan door bvb over de middag samen te lunchen. Wij zorgen voor de tijdwinst en een gerichte huislevering. De persoonsbinding blijft het belangrijkste. Nieuwe behoeften? Dat is een uitdaging voor de industrie, niet voor ons.

### De verkoop van de tandartsstoel met bijkomende kast is uitgegroeid tot een verkoop van een digitale eenheid. Wat verkoopt U eerst?

**JPS:** Elk van ons verkoopt inderdaad meer en meer het totale concept. De unit met digitale pano en PC in een mooi kader aangebracht. Wij moeten doen dromen! Zo'n totaalconcept kost zeg maar 100.000 EUR excl. BTW. De concurrent verkoopt aan 110.000 EUR maar laat het uiteindelijk aan 95.000 EUR. Wij zijn op dat moment inderdaad concurrenten. Maar wij blijven beleefd onder elkaar hoor. Wij zijn uiteindelijk verkopers. Hier terug het belang van de persoonlijke benadering van de vertegenwoordiger. Niet de prijs is uiteindelijk zo belangrijk, wel onze toegevoegde waarde. Weet bvb dat in 1970 een unit 30.000 euro kostte. Weet U wat een unit anno 2012 kost? Nog altijd 30.000 euro.

### Wat betekent in % van uw omzet het aandeel groot materiaal versus klein gebruiksmateriaal en verbruiksmateriaal

Codema	uitrusting 30% producten 70%
Arseus	uitrusting 80% producten 20%
Denta	uitrusting 30% producten 70%
Henry Schein	uitrusting 20% producten 80%

Maar de verkoop van de uitrusting is dikwijls de start tot ...

### Wordt sommige uitrusting niet te snel aangekocht als geldmachine? Ik denk bvb aan Cone Beam CT, digitaal afdrukken, digitaal restaureren, binnenkort eventueel digitaal prepareren?

**FB:** Het is niet aan ons om daar over te oordelen. Wij bieden aan wat de industrie ons aanlevert. Wij laten iedereen vrij. Is de Cone Beam CT voorbehouden aan de radioloog of werkt de tandarts beter zelf met het toestel? Er is wel een belangrijk onderscheid te maken: de radioloog stelt de diagnose, de tandarts gebruikt de beelden als informatie voor zijn technische ingreep, bvb bij het plaatsen van implantaten. Het is meer aan de universiteit om dat uit te zoeken. Wij verkopen uiteraard zeer graag aan de tandarts.

**JPS:** Maakt de tandarts de restauratie zelf in de mond, of is een goede tandtechniker nog niet te vervangen? Wie zal het zeggen. In elk geval: in gans België staan er 80 Cerec toestellen. In Nederland 800, in Duitsland werkt 10% van de artsen met Cerec. Elke tandarts moet dat voor zichzelf uitmaken.

**JC:** De wet van Pareto, weet je wel!

**ED:** Vergeet niet, hoe beter de tandarts het stelt, hoe beter voor ons!

### Sommige mondartsen denken dat de industrie de apparatuur zo zal aanbieden dat wij nog enkel de bedieners zullen zijn van deze digitale technologieën. Wij maken minder en minder zelf nog iets direct of indirect in de mond.

**JPS:** Dat is wel heel extreem gesteld. De tandarts moet wel de patiënt ontvangen en zijn behandeling “verkoppen”. De automatisatie en digitalisering zal nooit volledig het artisanale van het tandartsenvak vervangen.

**FB:** De digitalisering is een hulpmiddel om sneller en comfortabeler te werken. Het is een onderdeel van. De industrie zal in samspraak met zijn piloottandartsen nooit iets op de markt brengen als dit geen toegevoegde waarde voor de tandarts zou betekenen. Het moet het artisanale werk van de tandarts vereenvoudigen en bevorderen.

**JC:** Vergeet ook niet dat het artisanale en het esthetische steeds maar belangrijker wordt voor de patiënt. Zo worden paro en ortho steeds belangrijker. In 1972 waren er 2500 Vlaamse tandartsen. Anno 1990 waren er 6000 tandartsen. Elk van die tandartsen heeft werk genoeg. Zij werken meer en meer aan esthetiek...

### De individuele aanpak zowel voor de mondarts als voor U is de sleutel tot succes?

**ED:** Zowel voor ons als voor jullie is inderdaad de persoonlijke aanpak de sleutel tot succes. Elke tandarts is voor ons verschillend en krijgt een “individuele” totaaloplossing. Elke patiënt is voor jullie verschillend. Dat is juist het plezante in de tandheelkundige wereld. Die creativiteit. Een buitenstaander kan dat niet meteen begrijpen....

### En toch, daar is die globalisering!

#### Outsourcing staat regelrecht tegen het artisanale, tegen de digitalisering van bv tandtechnisch werk!

**FB:** Naar onze begrippen ondersteunt outsourcing naar lageloonlanden eigenlijk slavenarbeid. Het outsourcen is echter niet zo evident. Denk maar aan de talrijke communicatiefouten. De tijd speelt hier in ons voordeel. China wordt met de dag duurder. De transportkost wordt altijd maar duurder. Vergeet ook niet dat de gebruikte grondstoffen veelal niet gekend zijn. Wat als er echt iets fout gaat?

**JC:** Europa is zowat onbetaalbaar geworden. Hoe dit komt is stof om nog eens samen over te spreken. Bij een volgende invitatie van de VBT misschien? De politieke moed ontbreekt om...

**ED:** Kwaliteit zal altijd bovendrijven. De Griek zal blijven de Duitse auto prefereren. Elkeen wil telkens het beste. Het beste product heeft geen prijs.

**JPS:** Weet U bv dat de Turkse tandartsen in België klagen over het toenemend aantal Turkse patiënten dat naar Turkije gaat voor mondverzorging?

---

**“Weet bv dat in 1970 een unit 30.000 euro kostte. Weet U wat een unit anno 2012 kost? Nog altijd 30.000 euro.”**

---

#### Internationale postorderbedrijven verkopen meer en meer het kleine materiaal, wat doet U daartegen?

**ED:** Weet dat de postorderbedrijven slechts 20% van de verkoop betekenen. Dat percentage is al jaren hetzelfde gebleven. Het postorderbedrijf werkt direct en goedkoop, maar het is zo anoniem. Na verloop van tijd wil de tandarts wel eens wat uitleg en een vergelijking van nieuwe producten.

Daar is dan onze vertegenwoordiger die zijn productkennis en productvergelijking aan de tandarts kan doorgeven. Terug die persoonlijke aanpak die in de tandheelkunde zo belangrijk is.

#### Hebben jullie een wapen tegen vervalste hulpmiddelen? Wat gaan jullie daar tegen doen? Is Unimec voldoende gewapend tegen deze toestand?

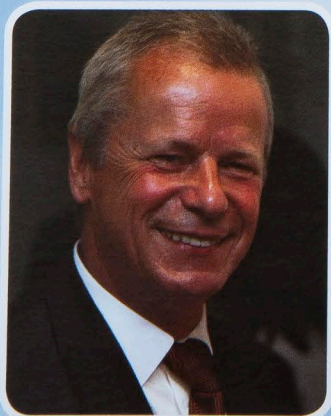
**JC:** Parallel import is van alle tijden. Een grijze markt zal er altijd bestaan. Dit is eigenlijk een probleem voor de industrie.

**FB:** Het is de industrie die vervalsing of namaak van hun producten moet aanpakken. Het is de industrie die hun product van het juiste label moet voorzien. Het is de industrie die ons als “Certified Dealers” moet naar voor schuiven. De certified dealer koopt zijn producten rechtstreeks bij de industrie. Het zijn de certified dealers die de tandarts ondersteunen en de nodige service nadien verzekeren. De industrie komt tussen bij problemen van hun eigen product.

**ED:** Internet is nog zo iets: niet tegen te gaan! Maar het druist zo in tegen de persoonlijke aanpak die de tandarts verwacht, zeker als het om investeringsgoederen gaat. Tandheelkunde is wel een aparte business, gewoon niet te vergelijken met gelijk welke andere business!

**JPS:** Wij als certified dealers zijn geen zware concurrenten onder elkaar. Wij nemen geen woekerwinsten. Weet wat ons wel heel erg dwars zit? De tandheelkunde wordt op één hoop gegooid met de geneeskunde en de farmacie. Je weet, het medische korps wordt gevisieerd. De Farmaceutische inspectie waak erover dat bv geen cadeaus meer worden gegeven aan de artsen. Er worden zeer zware boetes aangerekend voor elke overtreding. Wij zouden bv zo graag een iPad aan de tandarts aanbieden. De tandarts zou dat zo goed kunnen gebruiken bij de communicatie naar zijn patiënten. Weet U wij houden nog van de tandartsen!

**Wel, dat vind ik een mooie afsluiter. Dank aan allen, ik vond het gezellig, economen in open gesprek onder elkaar!**



Fernand Vandekerckhove