



Die Zukunft der Warenbeschaffung

All-in-One-Bestellplattformen und kluge Warenkörbe



Boris Cords

Komfort, Flexibilität und große Auswahl: Der Onlinehandel ist längst in der Zahnarztpraxis angekommen. Immerhin rund ein Drittel seiner Umsätze erzielt der Dentalhandel inzwischen über Online-shops und Vergleichsportale. Das bedeutet andererseits, dass nach wie vor weit mehr als die Hälfte der Käufe klassisch, also handschriftlich per Bestellzettel beim „Hauslieferanten“, erfolgt. Wesentliche Zeit- und Kostensynergien bleiben so ungenutzt, wie Boris Cords weiß. Im Interview spricht der AERA-Gründer über die Vorteile, aber auch die Ansprüche an den Preisvergleich im Internet und wagt einen Ausblick in die Zukunft des Onlinekaufs von Verbrauchsmaterialien.

Herr Cords, Sie haben vor über 25 Jahren AERA gegründet. Seitdem hat sich viel am Dentalmarkt getan. Wie ist Ihre Sicht auf die Entwicklung?

Die Zahl der Anbieter für Verbrauchsmaterialien wächst stetig; aktuell gibt es allein in Deutschland über 250 Lieferanten. Die bekannten Depots sind zwar nach wie vor vorherrschend, es sind aber auch viele neue Namen in den vergangenen Jahren dazu gekommen – darunter günstige Tochterunternehmen der klassischen Depots.

Was macht aus Ihrer Erfahrung heraus ein gutes Vergleichsportale aus?

Es muss eine vollständige Lieferantenübersicht, hohe Datenqualität sowie Aktualität bieten. Zusätzlich zu den Online-Produktinformationen sollten kompetente Ansprechpartner bei Fragen weiterhelfen. Bei uns arbeiten z.B. mehrere ZFAs im Produktsupport, die sich mit den Produkten auskennen.

AERA betont die Entscheidungsfreiheit der Nutzer, bei welchen Lieferanten sie bestellen möchten. Führt die Aufteilung auf mehrere Händler nicht zu unnötigen Portokosten, wodurch die Einsparung durch günstige Produkte hinfällig wird?

Diese Bedenken halten sich hartnäckig, obwohl wir dafür immer wieder Lösungswege aufzeigen. Umgesetzt haben wir das beispielsweise in Form einer Vorschlagsfunktion für die Warenkörbe mit „passenden“ Produkten, die sich an der jeweiligen Bestellhistorie orientieren. Parallel dazu beschäftigen wir uns seit Jahren mit mathematischen Methoden, die eine automatische Verteilung auf die Warenkörbe ermöglichen. Außerdem stehen uns inzwischen ergänzende Informationen zur Servicequalität der Händler zur Verfügung, womit wir die Warenkorboptimierung noch weiter vereinfachen können.

Denken Sie dabei auch in Richtung einer „vollautomatischen Ein-Klick-Lösung“?

Tatsächlich setzen wir uns sehr intensiv mit dem Einsatz künstlicher Intelligenz auseinander. Dabei ist folgendes Szenario denkbar: Der Kunde legt seine Wunschprodukte in einem „Merkzettel“ ab und der Algorithmus verteilt die Produkte nach zuvor individuell festgelegten Kriterien auf die am besten passenden Warenkörbe. So weit sind wir heute bereits. Im nächsten Schritt erfolgen automatisch Vorschläge für Ergänzungsprodukte oder sinnvolle Mengenanpassungen für die Warenkörbe, bei denen nach wie vor Portokosten anfallen würden. Wir arbeiten mit Hochdruck daran, einen weitgehend automatisierten Bestellvorschlag anzubieten, der sich an am bisherigen Einkaufsverhalten orientiert.

Abschließend noch die Frage: Wo wird die Reise in den kommenden Jahren hingehen?

2018 hat jeder vierte Zahnarzt in Deutschland über AERA-Online bestellt. Dabei ist die Anzahl der Nutzer noch gar nicht berücksichtigt, die unser Portal ausschließlich zur Preisrecherche verwenden. Vielleicht „nutzt“ also schon heute jede dritte Praxis AERA-Online. Gleichzeitig sind wir uns der großen Dynamik innerhalb der Branche bewusst, weshalb wir unsere Plattform in verschiedene Richtungen weiterentwickeln. Beispielsweise vernetzen wir seit Längerem im Hintergrund Informationen, die in Zukunft viele Abläufe weiter vereinfachen werden. Das reicht von zusätzlichen Produktinformationen über die bereits realisierten Sicherheitsdatenblätter bis hin zur Anbindung an andere Softwareprodukte. Da wir die komplette Softwarearchitektur in unserem Haus entwickeln, sind wir in der Lage, sehr schnell auf alle möglichen Szenarien zu reagieren. Das wird uns in den kommenden Jahren noch ordentlich auf Trab halten.

Vielen Dank für das Gespräch.