

Interview

# Tradition plus Motivation gleich Erfolg

Japan – international erfolgreich – breites Produktspektrum von Röntgen- und Endodontiegeräten bis hin zu Demonstrationsmodellen und Verbrauchsmaterialien: Diese Stichworte weisen auf die J. Morita Europe GmbH mit Sitz in Dietzenbach hin. Von hier aus betreut das Team um Niederlassungsleiter Frédéric Suter den gesamten europäischen Raum. Seit Herbst letzten Jahres kümmert sich Bernhard Reif als verantwortlicher Leiter um den Vertrieb Deutschland.

**Herr Reif, Sie sind der „neue Mann“ im Vertriebsteam. Wie würden Sie Ihren Weg bis und mit Morita beschreiben?**

Während meiner beruflichen Laufbahn habe ich die Dentalbranche von fast allen Seiten kennen gelernt: Nach meiner Ausbildung zum Zahntechniker habe ich zunächst fünf Jahre in einem Münchner Praxislabor gearbeitet. Mit 28 Jahren erfolgte der Umstieg in den Außendienst – die richtige Entscheidung, wie ich schnell feststellte. Es folgten insgesamt 15 Jahre im Vertrieb, davon fünf für den Dentalhandel und zehn für die Industrie. Parallel dazu habe ich eine zweijährige Ausbildung zum Fachwirt für Marketing absolviert. Bei Morita arbeite ich seit dem ersten Oktober letzten Jahres.

**Welche Stärken besitzen Sie? Wie motivieren Sie sich?**

Meine Stärken? – Ich bin ein kommunikativer und kreativer Mensch, verfüge über eine gute Intuition, und ich arbeite zielstrebig auf Lösungen und Ergebnisse hin. Durch meine langjährige berufliche Erfahrung im Handel und in der Industrie verfüge ich weiterhin über sehr gute Kontakte, die im Alltagsgeschäft in unserer persönlichen und überschaubaren Branche von erheblichen Nutzen sind. Die beste Motivation für mich ist der Wille zum Erfolg und eine positive Einstellung zum Leben.

**Was zeichnet das Unternehmen Ihrer Meinung nach aus, und was wollen Sie mit beziehungsweise für Morita erreichen?**

Tradition wird im Hause Morita nicht als Stillstand verstanden, sondern vielmehr als Herausforderung, bewährte Techniken mit modernen Ansprüchen zu verbinden. Das zeigt sich in vielen Bereichen: Zum einen in der Produktpalette, zum anderen aber auch auf dem zwischenmenschlichen Sektor. Sehr wichtig ist uns der Kontakt zu unseren Kunden, denen wir eine gute persönliche Betreuung und schnellen Service im Problemfall bieten. Hinzu kommen Fortbildungskurse, die die aktuellen Produktentwicklungen vermitteln. Wir möchten die Dachmarke Morita forcieren, indem wir die reichhaltigen Ressourcen, über die das Unternehmen in Japan verfügt, step-by-step in Deutschland umsetzen.

Zu den Potenzialen gehören natürlich auch unsere Mitarbeiter. Die sprichwörtliche japanische Höflichkeit, die auch hier in Deutschland die interne Kommunikation prägt, spiegelt sich in der großen Zahl langjähriger Mitarbeiter und spricht für ein hohes Maß an Identifikation. Engagiert, kreativ und zuverlässig stärken sie zweifellos die Leistungsfähigkeit des Unternehmens. Mit einem erweiterten Außendienstteam wird Morita in Zukunft noch dynamischer im deutschen Dentalmarkt auftreten.

**Welche Rolle spielt der Dentalhandel für Ihre Firma?**

Für die Umsetzung unserer Ziele spielt der Fachhandel eine große Rolle. Deshalb sind wir nicht nur auf den großen Messen und regionalen Fachdentals vertreten, sondern nehmen auch an Depotveranstaltungen teil. Bei den letzteren schätzen wir unter anderem auch die persönliche Atmosphäre, in der die Informationsvermittlung stattfindet. Sehr wichtig sind auch die Endodontie-Seminare mit externen sowie die Endo-Workshops mit eigenen Referenten, die Morita in Zusammen-



Das Firmengebäude der J. Morita Europe GmbH in Dietzenbach.