

Interview

Alle Zahnärzte in unserer Region kennen die Qualität von Morita

Zur weltweiten #moritafamily gehören auch unsere Vertriebspartner. Einer von ihnen ist Incotrading S.A. mit Sitz in Madrid, Spanien. Das Fachhandelsunternehmen wurde 1987 gegründet und widmet sich heute mit rund 50 Mitarbeitern dem Import und Vertrieb von medizinischen und zahnmedizinischen Geräten in Spanien, Portugal und Lateinamerika. Wir sprachen mit Geschäftsführer Andrés Gómez Yanguas.

Mr. Gómez, wie ist Ihr Unternehmen aufgestellt?

Incotrading wurde 1987 gegründet und hat 47 Mitarbeiter. Wir importieren und vertreiben Produkte für den Dental- und den Krankenhaussektor und wir sind der exklusive Vertriebshändler von Morita-Produkten in unseren Hauptmärkten – Spanien, Portugal sowie einige Länder in Lateinamerika. Incotrading verkauft nicht direkt an die Zahnärzte. Wir vertreiben an Händler oder Zwischenhändler. Dennoch sind wir es, die sich mit unserer Tochtergesellschaft Incosat um den Kundendienst und die technischen Dienstleistungen kümmern. (Technischer Support, Installation etc.) Außerdem arbeiten wir mit externen Servicedienstleistern zusammen. Wir kümmern uns um die Endverbraucher, und auch wenn wir nicht direkt an sie verkaufen, schließen wir mit ihnen Service- und Wartungsverträge ab, um die Geräte stets in einwandfreiem Zustand zu halten.

Vertreten Sie das gesamte Produktportfolio von Morita?

Lassen Sie es mich so ausdrücken: Die einzige dentale Produktkategorie, die wir nicht in unserem Portfolio haben, sind die Behandlungseinheiten. Das liegt daran, dass alle Händler, mit denen wir zusammenarbeiten, im Bereich der Behandlungseinheiten ihre Marken verkaufen. Wir wären also in einer Wettbewerbssituation, wenn wir Behandlungseinheiten von Morita im Portfolio hätten.

Wie kam es überhaupt zu Ihrer Partnerschaft und warum haben Sie sich für Morita entschieden?

Wir sind seit 2006 exklusiver Vertriebspartner für J. Morita Europe. Morita hatte von Anfang an einen sehr guten Ruf für seine Endo-Geräte. Als sie mit Röntgengeräten nach Europa kamen, haben wir uns ihre bildgebenden Systeme und die Bildqualität sehr genau angesehen. Zu dieser Zeit hatten wir eine andere Imaging-Marke in unserem Portfolio, aber als wir die Imaging-Lösungen von Morita kennenlernten, beschlossen wir, zu Morita zu wechseln. Zu dieser Zeit wurden die Endodontie-Geräte von einem anderen

Unternehmen vertrieben. Aber als wir begannen, mit Morita-Röntgengeräten zu wachsen, entschied Morita, dass wir auch ihre Endodontie-Geräte vertreten sollten, und wir trafen eine entsprechende Vereinbarung. Heute sind wir Vertreter von Morita für Endodontie-Geräte, Röntgengeräte und Übertragungsinstrumente. Wir sind mit der Marke Morita vor allem aus zwei wesentlichen Gründen sehr zufrieden: Morita bietet hervorragende Qualität und ist innovativ. Alle neuen Geräte und alle neuen Funktionen, die Morita entwickelt, sind besser als ihre Vorgänger.

Welchen Ruf genießt Morita bei den Zahnärzten in Ihrem Vertriebsgebiet?

Anfänglich war Morita nur für seine Endodontie-Geräte bekannt. Schritt für Schritt und Jahr für Jahr haben wir die Bekanntheit der Marke Morita über die Endodontie hinaus erweitert und den Umsatz gesteigert. Heute kennt jeder Zahnarzt in Spanien die Marke Morita, und er weiß auch, dass dieses hochwertige Produkt seinen Preis hat. Die Qualität der Morita-Produkte ist über jeden Zweifel erhaben.

Worin unterscheiden sich die Morita-Produkte von denen der anderen Anbieter?

Zu den wichtigsten Unterscheidungsmerkmalen gehören die unübertroffene Bildqualität der Morita-Röntgengeräte und die höchste Präzision der Endodontie-Produkte. Auch die Langlebigkeit der Morita-Produkte ist legendär (auch wenn der Verkäufer das nicht gerne hört). Morita-Geräte haben eine sehr lange Lebensdauer. Sie müssen nicht nach 4 oder 5 Jahren ausgetauscht werden. Das freut die Anwender und zeigt ihnen, dass sich ihre Investition in die hohe Morita-Qualität gelohnt hat.

Das Vertriebsgebiet von Incotrading ist riesig. Wie sind Sie organisiert?

Wir arbeiten mit verschiedenen Zwischenhändlern zusammen, um das große Vertriebsgebiet abzudecken. Im Bereich der bildgebenden Systeme haben wir jedoch unsere Leute für den Kundendienst und ein Handelsteam. Das heißt, die Zwischenhändler haben hier eine vermittelnde Rolle. Sie stellen uns den Anwendern vor, und wir kümmern uns um alles: Wir installieren und erklären das Gerät, wir machen das Angebot, und wir sorgen für die Garantie und den Kundendienst.

Gibt es etwas, das Sie gerne verbessern würden?

Was wir gerne verbessern würden, ist die Identifizierung von mehr Meinungsführern (Key Opinion Leaders) in unserem Gebiet. Das ist ein wichtiges Ziel für uns, denn die Zahnärzte verlassen sich mehr auf Empfehlungen der anderen als auf die Aussagen von Hersteller oder Händlern.

Wenn Sie all diese Kundendienste übernehmen, brauchen Sie ja auch gut geschultes Personal.

Wie eng arbeiten Sie dabei mit Morita zusammen?

Gerade bei bildgebenden Systemen haben wir es mit sehr komplexen Gegebenheiten zu tun. Hier brauchten wir anfangs eine intensivere Unterstützung durch Morita. Heute haben wir sehr gute Produktspezialisten an Bord, die "ihre" Systeme sehr gut kennen. Heutzutage macht die Software oft 90 % des Produkts aus, und man muss stets auf dem neuesten Stand bleiben. Damit unsere Produktspezialisten echte Spezialisten bleiben, werden sie natürlich auch regelmäßig von Morita geschult - mindestens zweimal im Jahr. Diese finden sowohl bei uns in Madrid als auch bei J. Morita Europe in Deutschland statt.

Wie haben Sie während der Corona-Pandemie den engen Kontakt zur #moritafamily und zu den Endkunden gehalten?

Während der Pandemie war das nicht so einfach. Der zahnmedizinische Bereich in Spanien war nur für 6 Wochen geschlossen und die Zahnkliniken setzten dann ihre Arbeit fort, aber unsere Kontaktaufnahme war schwieriger, weil wir keinen Zugang zu den Praxen und Kliniken hatten. So mussten wir die Kommunikation mit den Kunden per Telefon und Videoanruf durchführen. Der Umsatz brach zu Beginn der Pandemie auch ein, erholte sich aber schnell nach 3 bis 4 Monaten. Schließlich mussten die Patienten ja behandelt werden, und die Zahnärzte brauchten dafür die entsprechende Ausrüstung. Trotz der Hindernisse, die sich aus den Reisebeschränkungen ergaben, waren wir in der Lage, ein sehr hohes Serviceniveau zu bieten.

Welches ist das meistverkaufte Morita-Produkt in Ihrem Bereich?

Bei den Röntgengeräten ist unser Bestseller ganz klar das Veraview X800. Er hat 2019 auch einen Designwettbewerb gewonnen. Wir sehen, dass neben der Qualität und der Benutzerfreundlichkeit auch das Design zur Beliebtheit eines Produkts beiträgt.

Apropos Endodontologie: Morita hat einen Endodontie-Motor mit Funktionen, die andere nicht haben: Tri Auto ZX2. Wir sind stolz darauf, dass wir großartige Produkte wie dieses in unserem Portfolio haben.

Wie zufrieden sind Ihre Kunden mit den Morita-Produkten? Bekommen Sie einfach Feedback von ihnen?

Eine dauerhaft hundertprozentige Kundenzufriedenheit lässt sich nicht erreichen. Aber unsere Kunden sind sehr zufrieden. Sie sagen uns, dass sie die hohe Qualität sowohl der Produkte als auch unseres Service sehr schätzen. Sie freuen sich auch über die Langlebigkeit der Systeme und darüber, dass sie kaum einmal ein defektes Gerät austauschen müssen. Aber gerade dann, wenn ein Gerät am Ende seines Lebenszyklus steht oder defekt wird, erhalten wir das ehrlichste Feedback von unseren Kunden. Dann

kommen sie zu uns zurück und entscheiden sich wieder für Morita. Ein überzeugenderes Feedback kann man nicht bekommen. Und wenn sie dann ihren Kollegen von der hohen Qualität ihrer Geräte erzählen, ist das für uns die allerbeste Werbung. So verkaufen wir am besten: durch Mund-zu-Mund-Propaganda.

Wie eng ist Ihre Beziehung zu Morita? Haben Sie regelmäßig Kontakt?

Morita und Incotrading sind von Anfang an echte Partner gewesen. Wir haben eine enge Beziehung zu unserem Auftragnehmer J. Morita Europe und stehen natürlich in regelmäßigem Kontakt. Wir tauschen zum Beispiel jede Woche Informationen mit den Technikern von Morita aus. Aber unsere Beziehung zu Morita sollte nicht als die zwischen einem Hersteller und einem Kunden betrachtet werden. Incotrading ist eher wie ein verlängerter Arm des Herstellers. Um ehrlich zu sein, sehen wir uns selbst als "spanisches Morita". Morita und Incotrading gehören einfach zusammen.

Was halten Sie von #moritafamily?

#moritafamily ist nicht nur ein gutes Motto; es beschreibt, was wir alle fühlen. Wir sind eine Familie und Incotrading steht für diese Familie und kämpft für sie in Spanien, Portugal und Lateinamerika. Wir sind ein Teil von ihr, wir helfen, die #moritafamily zu schaffen und zu vergrößern.

Herr Gómez, vielen Dank für dieses Gespräch.

Kontakt:

J. MORITA EUROPE GMBH
Carmen Schwarz
Justus-von-Liebig-Straße 27b
63128 Dietzenbach
Germany
T +49. 6074. 836 0
F +49. 6074. 836 299
info@morita.de
www.morita.de

Über Morita:

Die Morita-Gruppe zählt zu den bedeutendsten Herstellern von medizinisch-technischen Produkten. Das japanische Traditionsunternehmen mit Vertriebs-gesellschaften in Europa, USA, Brasilien, Australien und Afrika weist ein breites Sortiment auf. Führend in der Röntgendiagnostik und der Endodontie bietet das Produktportfolio leistungsstarke bildgebende Systeme bis hin zur 3-D-Volumen-tomographie, Behandlungseinheiten, Laser, Turbinen, Hand- und Winkelstücke, Instrumente sowie endodontische Mess- und Präparationssysteme. Mit ausgeprägtem Qualitätsdenken und kontinuierlicher Forschung orientieren sich weltweit mehr als 2.000 Mitarbeiter an den Bedürfnissen von Anwendern und Ärzten. So lebt der Geist von Junichi Morita weiter, der das Unternehmen im Jahr 1916 gründete. Morita befindet sich mittlerweile in dritter Generation in Familienbesitz unter Leitung von Haruo Morita.