

Interview

„Mehr-wert“ für die Praxis

Jürgen-Richard Fleer, General Manager der J. MORITA EUROPE GmbH, zu Firmenphilosophie und Innovationen

Herr Fleer, vor drei Jahren feierte Morita seinen 100. Geburtstag. Sie selbst sind mittlerweile seit 2008 in führender Position für das Unternehmen tätig. Wie erleben Sie die Firmenphilosophie und die damit verbundenen Werte?

Morita baut als Familienunternehmen seit mehr als 100 Jahren auf das Vertrauen unserer Kunden und unserer Partner. Dabei stehen wir in ständigem Austausch mit Anwendern aus Zahnmedizin, Radiologie und der Hals-, Nasen-, Ohrenheilkunde, mit Fachhändlern und universitären Forschungseinrichtungen. Auf diese Weise versetzen wir uns in die Lage, auf die echten, manchmal versteckten Bedürfnisse besser eingehen zu können. Unsere Aufgabe ist es, Ärzten und ihren Teams konkrete Mehrwerte zu bieten – so schaffen wir optimale Voraussetzungen für perfekte Behandlungsergebnisse. Das ist unser Wunsch, das ist der Wunsch unserer Partner, der Wunsch der Patienten. Auf diese Weise arbeiten wir alle zusammen daran, die Lebensqualität der Menschen zu verbessern.

Sie sagen, Sie arbeiten alle zusammen daran. Doch wie funktioniert das? Haben die verschiedenen Personengruppen nicht alle unterschiedliche Interessen und Vorstellungen?

Wir alle teilen eine gemeinsame Leidenschaft: das Wohl der Patienten. Moritas Anteil an dieser Aufgabe ist es, immer wieder Grenzen des technisch Machbaren zu überschreiten. Dabei müssen neue Produkte natürlich auch der Konkurrenz überlegen sein, um sich gegen den Wettbewerb durchzusetzen. Dementsprechend streben wir dauerhaft nach Innovation, Präzision und Qualität und natürlich auch nach höchster Ästhetik.

Dazu kommt unser eigener Anspruch an unsere Entwicklungen: Uns geht es nicht um die Unterstützung ausgewählter Marktteilnehmer, es geht um die Wertschätzung aller Praxen, die das maximal Mögliche für ihre Patienten erreichen wollen. Im Klartext bedeutet das: All unsere Produkte und Systemlösungen müssen das Potential haben, viele Zahnärzte zu unterstützen.

Beim ersten Hinhören klingt das geradezu selbstlos, auf der anderen Seite schwingt hier natürlich der ökonomische Hintergedanke mit – die breite Zielgruppenansprache erhöht ja auch die Anzahl potentieller Kunden ...

Natürlich arbeitet das Unternehmen auch ökonomisch, sonst hätten wir uns nicht so lange halten können. Wirtschaftlichkeit ist hier die Basis unserer Existenz, unseren Sinn im Handeln prägt es aber nicht. In erster Linie geht es darum, unseren Werten treu zu bleiben. Denn unsere nachhaltigen Prinzipien, ganz in der Tradition unseres japanischen Mutterkonzerns, führen uns zum Erfolg. Unser hoher moralischer Anspruch steht nicht im Widerspruch zu ökonomischem Denken – hier kommen wir wieder auf das Thema Vertrauen zurück. Im wertschätzenden Umgang mit Mitarbeitern, Kollegen und Partnern sowie unserem gesellschaftlichen Engagement können wir wachsen. Davon profitieren alle, auch wir.

Schließlich orientieren wir uns mit unseren Entwicklungen an den Bedürfnissen unserer Partner. Ein Beispiel dafür ist unser hoher Qualitätsanspruch. Unsere Produkte sind sehr wertbeständig, stehen über die gesamte Nutzungsdauer für höchste Funktionalität. Unsere Systeme sind oft länger als 15, manchmal sogar länger als 20 Jahre in Benutzung. Die Service- und Wartungskosten fallen für die Anwender äußerst gering aus, sie bekommen etwas für ihre Investition zurück. Und diese hohe Messlatte legen wir bei all unseren Innovationen an – wer Morita kauft, muss sich darauf verlassen können, dabei ein gutes Geschäft gemacht zu haben.

Sie legen großes Gewicht auf Wertbeständigkeit, Qualität und Nachhaltigkeit. Eine Praxis könnte demnach mit einem Röntgengerät aus Ihrem Hause ohne weiteres fünfzehn Jahre oder länger hervorragend arbeiten. Ihre Entwicklungszyklen sind aber deutlich kürzer. Wie passt das zusammen?

Das würde ich gerne an einem Beispiel demonstrieren. Nehmen wir die bildgebenden Systeme von Morita. Natürlich – und ganz im Einklang mit unserem

Anspruch an die Funktionalität – ist es wichtig und richtig, immer die beste Qualität zu liefern. Das heißt aber nicht, grundsätzlich auf das Höchstmaß beim Imaging hinzuarbeiten. Eine derart hohe Bildqualität wird oft nur von Spezialisten und bestimmten Fachgebieten in der Praxis benötigt. Schauen wir uns unser bewährtes Kombinationssystem Veraviewepocs 3D R100 an. Dieses liefert nach wie vor eine herausragende und führende Bildqualität und eignet sich für den Einsatz in jeder Praxis. Natürlich unterscheiden sich die Anforderungen von Generalisten an ein 2D/3D-Röntgengerät von denen eines Endotologen, Implantologen oder Chirurgen. Diese Spezialisten können von der noch höheren Aufnahmequalität des Nachfolgers Veraview X800 profitieren, für die Generalisten reicht die beeindruckende Auflösung des Veraview 3D R100 vollkommen bei einer Vielzahl von Indikationen aus – also versuchen wir nicht, diese Partner zu einem „Upgrade“ auf das neuere Kombinationssystem zu drängen. Unser Ziel ist es, Gold-Standard-Systeme anzubieten – das heißt aber eben nicht, dass die Leistung in Grenzbereiche vordringen muss, die im Praxisalltag über die reine Faszination hinaus keinen klinischen Nutzen erzeugt.

Herr Fleer, das ist ein Beispiel. Wie viele solcher Beispiele finden sich darüber hinaus bei Morita?

Unsere Grundsätze finden sich in all unseren Produkten und Lösungen. Morita beschreitet seit über 100 Jahren den Weg von Total Quality und Total Performance. Wir sind Familienunternehmen und gründen unsere Erfolge auf langfristigen Partnerschaften. Unsere Produkte müssen echte Mehrwerte für die Praxis mit sich bringen, und diesen Grundsatz haben wir uns immer zu Herzen genommen. Vor diesem Hintergrund ist unser Endodontie-System Tri Auto ZX2 entstanden – ein einzigartiges Handstück zur kombinierten Apex-Lokalisation und Aufbereitung –, so ist unser Lasersystem AdvErL Evo entstanden, so sind unsere Turbinen TwinPower entstanden und so entstehen unsere Behandlungseinheiten. Und darüber hinaus haben wir anlässlich der IDS 2019 nun die MORITA ACADEMY ins Leben gerufen, um Zahnärzte und Zahnärztinnen bei ihrer beruflichen Tätigkeit und in ihrem Praxiserfolg umfassend und nachhaltig zu unterstützen.

Die MORITA ACADEMY? Was verbirgt sich dahinter?

Die Aufgabenbereiche der Zahnarztpraxen werden immer vielfältiger. So sind Zahnärzte zum Beispiel neben ihrer fachlichen Kompetenz immer stärker auch als

Führungspersönlichkeit, Unternehmer oder Experte in der Patientenkommunikation gefordert. Aus diesem Grund werden in der MORITA ACADEMY nicht ausschließlich fachlich-medizinische Themen vermittelt. Hier setzen wir den Fokus bewusst auch auf Themenfelder wie Leadership und Mitarbeiterführung, Praxisentwicklung, Patientenbindung oder Work-Life-Balance. In der Aus- und Fortbildung werden diese Bereiche oft sträflich vernachlässigt, obwohl sie für den beruflichen Erfolg und die Lebensqualität des Praxisteam von entscheidender Bedeutung sind.

Zur Umsetzung dieser Ziele sind wir eine Partnerschaft mit dem Gross ErfolgsColleg eingegangen, einem Pionier und führenden Experten für Leadership und Management im Healthcare- und Dentalsektor. So stellen wir höchste Qualität bei allen Themen und Leistungen und die Verbindung eines wissenschaftlichen Fundaments mit direkter Praxistauglichkeit sicher. Zudem bieten wir mit der MORITA ACADEMY ein Forum für interaktiven Gedanken- und Erfahrungsaustausch. Das gesamte Leistungsangebot darzustellen würde leider den Rahmen dieses Interviews sprengen. Gerne informieren wir interessierte Zahnärzte detaillierter an unseren Ständen auf der IDS: Halle 10.2, Stände R040, S049, S051 – ich freue mich schon darauf!

Weitere Information zu Morita finden sich unter: www.morita.com/europe