

Interview

Morita ist wie eine Familie

„Erzähle uns deine Morita-Geschichte“

Natalie Reck ist 26 Jahre alt, kommt aus Hanau und absolvierte vom 01. Dezember 2021 bis zum 31. März 2022 ein Praktikum im Bereich Digitales Marketing von J. MORITA EUROPE GMBH am Standort Dietzenbach. Im Interview berichtet sie von ihren Erfahrungen und erzählt ihre eigene Morita-Geschichte.

Welche beruflichen Ziele haben Sie?

Mein Hauptziel ist der Masterabschluss in International Marketing mit der Ausrichtung Brand Management. Bei der Branche habe ich mich nicht festgelegt, kann mir aber auch den Healthcare- oder Dentalbereich vorstellen. Den Consumermarkt finde ich auch spannend, vielleicht im Bereich Fashion.

Warum machen Sie ein Praktikum bei JME?

In meinem Studiengang ist ein Praktikum Pflicht. Also habe ich aktiv und systematisch gesucht – über die üblichen Portale wie Stepstone oder Indeed, alle Suchoptionen abgeklappert. Ich habe nach einem Unternehmen gesucht, das auch Produkte herstellt. Auf eine Branche habe ich mich nicht festgelegt. Ich bin auf Morita aufmerksam geworden, weil mich die Tätigkeitsbeschreibung angesprochen hat. Im Vorstellungsgespräch sagte man mir dann, dass ich an verschiedenen Projekten arbeiten würde. Das hat mir gefallen. So bin ich zu Morita gekommen, und mittlerweile begeistert von der Dentalbranche, die ich vorher nur als Patientin beim Zahnarzt wahrgenommen habe.

In welche Projekte waren Sie involviert und was waren Ihre Aufgaben als Praktikantin bei JME?

Ich habe mich um verschiedene Belange im digitalen Bereich gekümmert, dazu gehörten SEO/SEA Kampagnen, eigenständige Beiträge für die Social-Media-Kanäle, generell die Erstellung von Content, das Erstellen und Versenden von

Newslettern und das Einstellen von Content auf die Website und in den Webshop. Ich hatte ein eigenständiges Projekt zum Thema Social Proof: Weshalb sind Kundenbewertungen wichtig für ein Unternehmen? Das heißt, ich habe die ersten Schritte einer neuen Strategie zum Thema Kundenbewertungen entwickelt, um am Ende des Tages eine Handlungsempfehlung abgeben zu können. Ich fand ganz toll, dass man mir die Möglichkeit eines eigenen Projekts gegeben hat und mir damit auch Vertrauen geschenkt hat. Dadurch konnte ich in meiner Praktikumszeit etwas auf die Beine stellen, was Morita weiterbringt und war letztendlich als Praktikantin auch eine Stütze für das Unternehmen.

Sie studieren Digitales Marketing in Darmstadt. Wie digital ist Morita aus Ihrer Sicht?

Im Vergleich zu anderen Branchen liegt die Dentalbranche in digitaler Hinsicht etwas zurück. Ich sehe da noch Luft nach oben. Allerdings hat die Branche mittlerweile auch Fahrt aufgenommen. Innerhalb der eigenen Range und im Vergleich zu den direkten Mitbewerbern sehe ich Morita allerdings digital sehr gut aufgestellt. Das zeigen auch die Kennzahlen, die ich aus der Branche zusammengetragen und aufgestellt habe. Natürlich kann man Morita nicht mit den „Branchenriesen“ vergleichen, die mit einer enormen Manpower eine andere Schlagzahl haben. Aber Morita ist in den für die Branche wichtigen Social-Media-Kanälen und Online-Portalen aktiv vertreten und mit vielversprechenden weiteren Projekten regelrecht im digitalen Aufbruch. Was derzeit geplant und vorbereitet wird, ist absolut up to date, daher sehe ich eine sehr gute digitale Zukunft für Morita.

Ist die Dentalbranche aus Ihrer Sicht ein attraktives Arbeitsumfeld?

Die Branche, die Mitarbeiter hier bei Morita und ihre Kunden, habe ich als sehr offen, sehr höflich erlebt. Ich wurde herzlich aufgenommen. Vor meinem Praktikum kannte ich die Dentalbranche nur von meinem halbjährlichen Zahnarztbesuch. Ich hatte auch keine Ahnung von den Gerätschaften dort, sondern war einfach nur heilfroh, wenn die Zähne gesund waren und ich nach Hause gehen durfte. Jetzt habe ich einen ganz anderen Einblick in die Zahnmedizin und vor allem in die Zahngesundheit bekommen. Wenn ich demnächst wieder beim Zahnarzt bin, nehme ich bestimmt auch die Ausstattung ganz anders wahr. In dieser Hinsicht habe ich die Branche mit meinem Praktikum neu kennengelernt und habe wirklich nur positive Eindrücke gesammelt.

Bei Morita wird sehr viel Wert auf einen respekt- und vertrauensvollen Umgang gelegt. Wie haben Sie das erlebt?

Bei Morita zu arbeiten ist wie in einer Familie. Man fühlt sich vom ersten Tag an super wohl und sehr gut aufgehoben. Es ist ein sehr harmonisches und herzliches Miteinander. Es wird sehr viel gelacht und gescherzt, dennoch wird hart gearbeitet. Es fühlt sich so an, als würde man sich schon sehr lang kennen, auch wenn man erst kurz oder - wie ich – für eine begrenzte Zeit dabei ist. Es ist einfach ein ganz tolles Miteinander, ein Geben und Nehmen, eine Wertschätzung. Man wird gefordert, aber auch unterstützt. Man hilft sich gegenseitig und bekommt Hilfe, wenn man sie braucht und einfordert. Auch mit den internationalen Kolleginnen und Kollegen war das so. Ich hatte zwar keine gemeinsamen Projekte mit ihnen vor Ort, war aber bei ganz vielen internationalen Meetings dabei. Wir haben uns dort mit Teams aus Amerika, Australien, aus Kanada und anderswo ausgetauscht, um deren Meinung und Feedback zu bestimmten Themen einzuholen. Sowohl intern in Dietzenbach als auch international gibt es einen sehr guten Zusammenhalt.

Konnten Sie die Morita Produkte und Systeme kennenlernen? Hat Sie etwas besonders beeindruckt?

Ganz am Anfang meines Praktikums habe ich eine Schulung zu allen Produkten bekommen. Das hat mir einen guten Überblick verschafft. Genauer kennenlernen konnte ich die beiden Stars aus dem Sortiment: das DVT-System Veraview X800 aus dem Röntgenbereich und die Behandlungseinheit Signo T500. Es lief gerade auch eine Kampagne zu dieser Einheit, daher stand sie im Fokus und es wurde viel über das Produkt gesprochen. Lukasz Hasske - Regional Sales Manager Süddeutschland - ist einmal mit mir durch den ganzen Showroom gegangen und hat mir alles erklärt. Er hat mich auch zu den Beratungsterminen mitgenommen. Dadurch habe ich erfahren, was die Kunden besonders interessiert, welche Bedürfnisse sie haben. Genau diese Erlebnisse haben mir die Branche geöffnet – da habe ich mich abgeholt und zugehörig gefühlt. Ohne das direkte Erlebnis im Austausch mit dem Kunden hätte ich nicht so schnell einen Zugang gefunden.

Haben sich Ihre Berufsziele nach dem Praktikum verändert?

Grundsätzlich hat sich nichts an meinen Zielen verändert. Allerdings ist mir klar geworden, dass ich auf jeden Fall mit Produkten arbeiten möchte. Da stecken echte Emotionen drin, und das reizt mich.

Wie fällt das Fazit Ihres Praktikums insgesamt aus?

Ende März war mein Praktikum zu Ende und ich werde Morita definitiv mit einem weinenden und einem lachenden Auge verlassen. Ich habe mich von Tag Eins an sehr wohl gefühlt. Mittlerweile fühle ich mich dazugehörig zur Morita Familie. Und es wird komisch sein, nach meinem Praktikum nicht mehr dazuzugehören. Allerdings glaube ich, dass ich auch dann ein Teil der Morita Familie bleiben werde. Und das ist doch etwas ganz Besonderes!

Frau Reck, vielen Dank für das Gespräch.

Natalie Reck

Die ausgebildete Bankkauffrau Natalie Reck studiert Onlinekommunikation mit Schwerpunkt Onlinemarketing an der Hochschule Darmstadt. Privat trifft sie gerne ihre FreundInnen in Frankfurt, geht aus und genießt das Kulturleben. Außerdem reist sie leidenschaftlich gerne und hofft, dieses Jahr noch nach New York fliegen zu können.



Abb. Natalie Reck – studiert Onlinemarketing an der Hochschule in Darmstadt und absolvierte ein Praktikum in der Marketingabteilung von Morita.

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 Vertriebsgesellschaften 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.