

Pressemitteilung

## Hitomebore: Liebe auf den ersten Blick

**Unter dem japanischen Begriff „Hitomebore“ („Liebe auf den ersten Blick“) lädt die J. MORITA EUROPE GMBH Zahnärztinnen und Zahnärzte auf eine Begegnung mit der MORITA-Welt ein. Durch eine Reihe von Initiativen und Angeboten schafft das Unternehmen zusätzliche Gelegenheiten, MORITA und seine attraktiven Produktwelten besser kennenzulernen. Ziel der Kampagne ist eine dauerhafte, von gegenseitiger Wertschätzung geprägte Beziehung des Unternehmens mit seinen Kunden.**

### **Liebe auf den ersten, zweiten und dritten Blick**

„Hitomebore“ ist der japanische Begriff für „Liebe auf den ersten Blick“. Bei MORITA ist es der Name der neuen Dach-Kampagne, die dazu auffordert, das Unternehmen und sein umfassendes Produkt-Portfolio näher kennen- und lieben zu lernen. Auch bereits überzeugte Anwender\*innen sind jederzeit herzlich willkommen, Neues zu entdecken. Ob beim ersten, zweiten oder dritten Date - es lohnt sich immer, einen genauen Blick auf das umfassende Portfolio von MORITA zu werfen, denn es reicht von den Instrumenten, Röntgensysteme über Behandlungseinheiten bis zum Laser-System. Vor allem in der Gesamtbetrachtung aller MORITA Produkte wird deutlich, dass in jedem kleinen Detail der gleiche hohe Anspruch steckt und hinter jedem Produkt Menschen mit viel Leidenschaft für ihre Arbeit stehen.

### **Hier schlägt das Herz für innovative Technologien und preisgekröntes Design**

Liebe ist ein großes Wort mit vielen Facetten. In Bezug auf MORITA beinhaltet es die Wertschätzung der Mitarbeiter\*innen untereinander sowie gegenüber ihren Kund\*innen und Geschäftspartner\*innen. Es bezeichnet die Liebe der Menschen zum Detail und meint auch ihre Hingabe an innovative Technologien, an ein vollendetes Design und an eine absolut präzise Verarbeitung. In diesem Sinne versteht sich die Initiative „Hitomebore“ als Aufforderung, sich persönlich von den Qualitäten der medizinisch-technischen MORITA Systeme zu überzeugen. Passend dazu sticht das Keyvisual der Kampagne ins Auge: ein Koi – in der japanischen Tradition ein Symbol für Mut, Stärke, Fortschritt, Erfolg und Glück.

## Einladung zu einem First Date

MORITA bietet eine Vielzahl an Gelegenheiten zum Kennenlernen. Über [www.morita.de/hitomebore](http://www.morita.de/hitomebore) können sich Interessierte einen ersten Eindruck der MORITA Produktwelten machen oder direkt zu einem der zahlreichen Live- oder Online-Anlässe anmelden. Begleitet wird die Hitomebore-Kampagne von attraktiven Aktionen mit Preisvorteilen in allen Produktkategorien. 2022 wird wieder ein spannendes Jahr für MORITA. Sie sind neugierig geworden und freuen sich auf das erste Kennenlernen? Dann kontaktieren Sie uns für einen Termin: [info@morita.de](mailto:info@morita.de)



Abb. Hitomebore – lernen Sie die Produktwelt von Morita kennen und lieben.

## 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-Volumentomographie, 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.