presigno
unternehmenskommunikation

Pressespiegel

Kunde:	**JOKARI-Krampe GmbH**		Clipping-Nr.: 2012-06
Medium:	**www.guh-elektro.de**		
Erscheinungsweise:	online	Auflage:	
Ausgabe:	11.4.2012	Seite:	

g+h Gebäudetechnik und Handwerk

Home | Verlag | Ansprechpartner | Mediadaten | Über uns | Datenschutz | Impressum

> eht Videowettbewerb auf der Internet-Plattform E-Volution | SG LEUCHTEN präsentiert Neuhei <

Ihre Anregungen für guh-elektro.de!

Suche

Artikel, News, Firmen,... Suchen

Erweiterte Suche

THEMEN & TERMINE
- » News
- » Produkte
- » Fachartikel
- » Messetermine
- » Seminarplaner
- » Events
- » Betriebsführung

PERSONEN & FIRMEN
- » Köpfe der Branche
- » Meinungen
- » Innovationspreisträger
- » Guiding Star
- » Technik-Highlights
- » Produkt des Monats
- » Premium Referenz
- » Firmenportraits

MAGAZIN & LESER
- » Themenhefte
- » Lesertest
- » Lesertestergebnisse
- » Themenvorschau 3/12
- » Abo / Probeheft

MULTIMEDIA & SERVICE
- » Flimmerkiste
- » Elmos Korna Online
- » Katalogservice
- » Hersteller Online

11. APRIL 2012

zurück | Artikel drucken | Artikel empfehlen | Artikel kommentieren

Neue Zeiten, andere Wege

Talk

Jokari. - Mit dem Neubau der Firmenzentrale und der Modernisierung des Maschinenparks hat das Unternehmen in den letzten Jahren die Weichen weiter Richtung Zukunft in Deutschland gestellt. g+h sprach mit Frank J. Goebbels, Vertrieb, über den innovativen Zeitgeist des Unternehmens.

Mehrseitiger Artikel:

1 2 +

Herr Goebbels, bitte geben Sie uns einen kurzen Einblick in das Unternehmen Jokari.

ANZEIGE

Gerne. Jokari ist seit mehr als 40 Jahren am Markt und als Spezialist bekannt für Abisolierwerkzeuge. Wir beschäftigen uns mit allem, was dem Kabel aus dem Mantel hilft und suchen dafür Lösungen, die dem Elektriker die Arbeit erleichtern. Vom Kunststoffgranulat bis zum fertigen Werkzeug geschieht alles hier im Unternehmen.

Welches sind die herausragenden Merkmale Ihrer Produkte?

Wir achten bei allen Produkten auf Qualität, Nachhaltigkeit und Sicherheit für den Anwender. Nicht umsonst wird gerade das Jokari-Messer inzwischen schon als Branchenname für den Artikel des Abisoliermessers benutzt. Das ist sehr schön, birgt aber auch eine große Herausforderung. Viele

Ausgabe:

g+h 02/2012

Unternehmen:

JOKARI-Krampe GmbH, Ascheberg

Bilder:

» Stellenmarkt
» Bauherreninformation
» Fachbücher
» Business-Ratgeber

Newsletter abonnieren

E-Mail-Adresse Los

Jetzt kostenlos eintragen
Zum Newsletter-Archiv

Aktuelle Ausgaben

2/2012

1/2012

» Editorial
» Surfcenter
» Multimedia
» Apps

ANZEIGE

Marketingtricks

Marketingtricks

Innovationspreis 2012

Elektriker wissen nicht, dass wir mehr als 70 Produkte rund um das Thema Abisolieren im Portfolio haben, also sehr, sehr viel mehr Lösungen bieten können.

Wie läuft in Ihrem Haus ein Innovationsprozess ab?

Teilweise entstehen Neuheiten oder Verbesserungen bei uns im Haus. Ganz oft ist es aber tatsächlich so, dass von der Kabelindustrie neue Produkte entwickelt werden, die für die Anwendung an sich sehr gut sind, bei denen aber bei der Entwicklung nicht darüber nachgedacht wird, wie der Anwender dieses Kabel vor Ort abisolieren kann. In solchen Fällen werden wir von Elektrikern angesprochen. Haben wir kein entsprechendes Produkt in unserem Portfolio, geht es in die Entwicklung – von der ersten Idee, über Praxistests mit Prototypen im Labor und in befreundeten Unternehmen bis zur Marktreife.
Bitte umreißen Sie kurz Ihren Aufgabenbereich bei Jokari.

Ich bin für die strategische Weiterentwicklung im Unternehmen zuständig. Das heißt, ich analysiere heimische und internationale Märkte. Denn andere Kabel in anderen Ländern benötigen oftmals auch andere Werkzeuge. Ich verfolge die Umsetzung bis zur Einführung eines Partners oder eines tatsächlichen Vertriebsweges. Das geschieht zum einen in der realen Welt in der wir Partner tatsächlich ansprechen. Der zweite Weg ist die virtuelle Welt. Um in der innovativen Welt der Elektrotechnik am Ball zu bleiben, suchen wir immer nach neuen, schnellen Kanälen.

Was **unterscheidet Jokari von anderen Herstellern?**

Nachhaltigkeit und Qualität, gepaart mit einer schnellen Innovationsfähigkeit. Unsere Größe ermöglicht uns schnelle Reaktionszeiten, aber auch eine qualitativ hochwertige Ausführung. Die komplette Produktion geschieht hier in Ascheberg, deswegen können wir umgehend reagieren.

In welchen Ländern liegen Ihre Hauptexportmärkte?
Wir sind in Europa sehr aktiv, sehen aber auch das Potenzial der Überseemärkte. Und nicht nur die reinen Industrieländer wie Australien und Neuseeland, sondern auch Länder wie Indien, Brasilien und Kolumbien.

Mehrseitiger Artikel:
1 2 →

Welche Marketingstrategien verfolgen Sie?

Wir versuchen mit unseren Produkten und Informationen nah am Kunden zu sein. So ist zum Beispiel die Idee zu unserer Kabeldatenbank entstanden, die wir in naher Zukunft launchen werden. Hier kann der Elektriker online Lösungen finden. Darüber hinaus laufen bei Youtube und auf unserer Homepage informative Produktfilme, verbunden mit der Möglichkeit uns auch über Social Media Kanäle zu erreichen.

Was hat es mit den QR-Codes auf Ihren Broschüren auf sich?

Der QR-Code ist ein zweidimensionaler Code, der eigentlich

1 Unternehmens-Katalog:

mal von Toyota aus logistischen Gründen entwickelt worden ist. Heute wird er sehr viel für Marketing- und Informationsstrategien genutzt. Mit modernen Smartphones hat man die Möglichkeit über einen Scanner sehr schnell zu einer Information im Internet geführt zu werden. Bei uns sind das meistens Anwendungsvideos, die sprachfrei sehr anschaulich erklären, wie man das entsprechende Produkt einsetzen kann. Wir wollen das Ganze aber auch mehr und mehr zur Händlerunterstützung nutzen, indem wir auf den Blistern unserer Produkte QR-Codes haben werden, die dem Händler direkt vor Ort mehr Informationen zur Verfügung stellen. In anderen Ländern ist man hier schon erheblich weiter, aber inzwischen nutzen auch bei uns Medien wie Spiegel, Stern und auch Tageszeitungen den QR-Code um ihren Lesern über die Printausgabe hinaus Informationen zu liefern.

Die Zeit spricht im September 2011 von „bösen Pixelmustern". Wie sicher sind diese gedruckten Links wirklich?

Diesen Artikel habe ich auch gesehen. In der Thematik geht es darum, dass man genauso wie am normalen Computer, einen Link nicht einfach blind anklicken sollte, weil sich dahinter eventuell Schadsoftware verbergen könnte. Moderne Scanner für QR-Codes zeigen aber im ersten Schritt immer den Link im Klartext an, so dass der Nutzer sieht, ob er sich auf dem Weg zur gewünschten Seite befindet.

Welche Highlights sind von Jokari auf der Light + Building 2012 zu erwarten?

Auf der Light + Building werden wir zwei große Highlights präsentieren. In der realen Welt ist das der Secura Nr. 1. Die Urfassung dieses Werkzeugs hilft seit vielen Jahren bei der sicheren Entmantelung von Koaxialkabeln. Wir haben es jetzt an die Anforderungen moderner Kabel angepasst. In der virtuellen Welt werden wir, wie gesagt, die Kabeldatenbank mit mehr als 5.000 Datensätzen präsentieren, die – mit hoffentlich zahlreichen Rückmeldungen der Anwender – kontinuierlich erweitert wird. Unsere Produkte sind unsere eine Stärke, die andere ist, dass wir den Finger am Puls der Zeit haben und die neuen Medien- und Kommunikationslandschaften für uns und unsere Kunden nutzen.
Herzlichen Dank für das informative Gespräch.

www.jokari.de

QR-Code

Ein Bild sagt mehr als 1.000 Worte. Wie ist es dann erst bei einem Film? Als Premium-Magazin wird sich g+h auch der neuen Kommunikationswege bedienen und Smartphone-Nutzern über QR-Codes Zusatzinformationen in Form von kurzen Interview-Mitschnitten oder Produktfilmen zur Verfügung stellen.

Mehrseitiger Artikel:
← 1 2