

Pressespiegel

Kunde:	JOKARI-Krampe GmbH		Clipping-Nr.: 2010-013
Medium:	g+h Gebäudetechnik und Handwerk		
Erscheinungsweise:	7 x jährlich	Auflage:	16.063
Ausgabe:	05/September-2010	Seite:	14



# eine . meinung

Die Branche fokussiert

## Qualität geht vor

**Carsten Bünnigmann**  
Geschäftsführer Jokari

→ Schneller, höher, weiter lautet heute die Devise. Zutreffendes Motto für eine immer schnelllebiger werdende Gesellschaft. Stillstand wird als Rückschritt gesehen. Der niedrigste Preis ist häufig entscheidendes Verkaufsargument. Oft vergessen wird dabei die Frage nach der Qualität. Und das vor allem angesichts der zunehmenden Flut von Billigimitaten aus Fernost. Die „Geiz-ist-geil“-Mentalität ist längst in den Chefetagen großer Konzerne angekommen. Und doch gibt es sie noch: Qualität made in Germany. Sie ist weit mehr als nur ein Aushängeschild für den Export. Nehmen wir zum Beispiel die Branche der Präzisionswerkzeuge: Hier geht

Intelligente Lösungen für die Praxis – ohne die zukünftigen Trends aus den Augen zu verlieren. Aktuelle Entwicklungen anderer Wirtschaftsbereiche wie der Kommunikationstechnik, der Automobilindustrie mit der Entwicklung von Elektroautos sowie der Medizintechnik und des Nanobereichs fließen ein in die kontinuierliche Weiterentwicklung von Qualitätsprodukten made in Germany. Wer sich heute mit dem Thema Qualität beschäftigt, darf eines nicht vergessen: Angesichts der zunehmenden Billigimitate bekommt der Schutz vor Produktpiraterie eine völlig neue Dimension. Uns vor billigen Imitaten zu schützen, ist mittlerweile zur Managementaufgabe avanciert. Eine Aufgabe, der wir uns mit Ernsthaftigkeit und Vehemenz stellen: Erstens – weil wir uns zum Standort Deutschland bekennen. Zweitens – weil wir unsere Produktion nicht nach Fernost verlagern. Und drittens – weil wir Arbeitsplätze in Deutschland schaffen und erhalten wollen. Auch deshalb ist der Zusatz „Made in Germany“ fester Bestandteil unserer Markenkommunikation.

es heute nicht mehr um bahnbrechende Erfindungen oder darum, das Rad neu zu erfinden. Ziel ist vielmehr die intelligente Weiterentwicklung erfolgreicher Produkte. Dabei steht immer der Anwender im Fokus. Unter dem Motto „Gute Markenwerkzeuge noch besser machen“ geht es darum, bestehende Produkte mit einem Zusatznutzen auszustatten, um dem Wettbewerb aus Fernost Paroli zu bieten. In der Qualitätsdebatte steht nicht mehr in erster Linie die Innovation im Vordergrund, sondern vielmehr der Mehrwert für den Anwender, der tagtäglich mit erstklassigen Produkten wie zum Beispiel Markenwerkzeugen arbeiten will. In partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit den Elektrikern setzen wir auf

“ Qualität made in Germany steht für einen Wertschöpfungsprozess, der sich durch lange Lebensdauer und Nachhaltigkeit auszeichnet.

[www.jokari.de](http://www.jokari.de)