

Kobra Formen GmbH, 08485 Lengsfeld/Sachsen, Deutschland

Neue Marken- und Produktstrategie im Formenbau

Die Leistung eines guten Formenbauers lebt von seinem technischen und technologischen Sachverstand seines Handwerks, seiner unbedingten Orientierung am Markt und seiner Begeisterungsfähigkeit für Visionen. Die Bereitschaft zu lernen

und das Engagement jedes einzelnen Mitarbeiters genießen im Hause Kobra oberste Priorität, um sich zukunftsicher erfolgreich am Markt positionieren zu können.

Am 10. März 2006 präsentierte das Unternehmen vor 250 geladenen internationalen Gästen, darunter vor allem treue Kunden sowie Vertreter aus Politik und Gesellschaft, seine neue Produkt- und Markenstruktur der Öffentlichkeit. Grundlage für die neue Produkt- und Markenstruktur bildet die strategische Ausrichtung des Unternehmens. „Vision to Reality“ lautet das Motto und verdeutlicht diese Strategie als Slogan.

Im Vordergrund stand dabei insbesondere die Entflechtung von Verfahren, Technologien und Ausstattungen im Bereich „Kobra Elements“. Dieser repräsentiert das Kerngeschäft des Unternehmens und konnte erheblich an Transparenz gewinnen. Das dient einerseits dem Kunden, der jetzt einen besseren Überblick über das tatsächliche Leistungsspektrum des Formenherstellers vermittelt bekommt, wie auch Kobra selbst.

Da Kobra auf internationalen Märkten agiert, wurden neben dem Aufbau einer funktionellen Struktur auch formale Anpassungen notwendig. Diese äußern sich insbesondere in der Formulierung englischer Bereichs- und Produktmarken sowie

der einheitlichen Gestaltung der Labels in Anlehnung an ein Corporate Design. Diese Tatsache soll nicht darüber hinwegtäuschen, dass es sich bei diesem Formenhersteller um ein mittelständisches deutsches Unternehmen handelt, als vielmehr dazu beizutragen, dieses Verständnis auf internationaler Ebene transportieren zu können. Schließlich werden aktuell 70% der Umsätze im Ausland erwirtschaftet. Kobra ist ein weltoffenes Unternehmen, das sich seiner Wurzeln und Identität bewusst ist.

Somit gibt es bei Kobra zukünftig vier zentrale Bereiche, die sich als neue Bereichsmarken in das Unternehmen integrieren. Die Marke „Kobra Elements“ vereint alle Kernprodukte unter einem Dach. Dies umfasst insbesondere Verfahren, Technologien und Ausstattungen im konstruktiven Formenbau. Die Bereiche „Kobra Design“ und „Kobra Create“ betreiben kreatives Steindesign, von der Bereitstellung der Basisprogramme bis hin zu vollkommen neuen, vom Kunden vorgegebenen Steinformen. „Kobra Impulse“ ist die neue Service-, Kommunikations- und Entwicklungsplattform des Unternehmens. Künftig

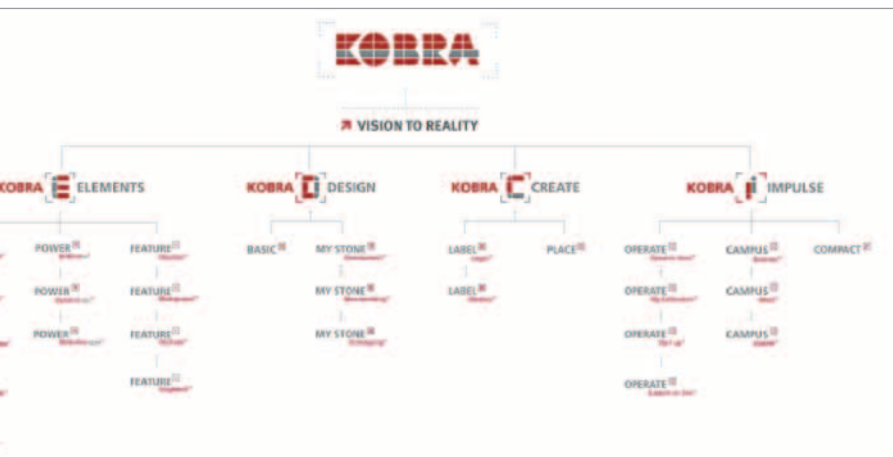
wird der Kunde in der Lage sein, Produkte und Services gezielt und direkt aus den jeweiligen Geschäftsbereichen zu ordern. Die gewohnte Form ist jetzt beispielsweise als Produkt bei „Kobra Elements [Power]“ erhältlich. Der Kunde kann sich von „Kobra Design [My Stone]“ Steinprototypen anfertigen oder von „Kobra Create [Label]“ sein ganz persönliches Logo in Stein für den kommerziellen oder privaten Einsatz gestalten lassen. Produkt- und Kreativschulungen sowie Angebote des Unternehmens zu Qualifizierungen sind als Update auf der Kommunikationsplattform der Ideen bei „Kobra Impulse [Campus]“ abrufbar.

Bei der Wahl einer Produkttechnologie erhält der Kunde jetzt einen klaren Überblick über die angewandten Herstellungsverfahren sowie deren Ausstattungsvarianten. So wird bspw. der Einsatz einer „Power >Dynamic I<“ nach dem Verfahren „Form >Optimill carbo<“ gefertigt (vormals Optimill gefräst, Polytec gehärtet) und die dazugehörige Auflast enthält das „Feature >Singlebolt<“ (Einzelteilstempel). Auf diese Weise ist Kobra trotz der hohen Individualität seines Geschäfts in der Lage, Produkte eindeutig zu klassifizieren und die Effizienz interner Prozesse zu steigern.

Weitere Informationen:



Kobra Formen GmbH
 Plohnbachstraße 1
 08485 Lengsfeld/Sachsen, DEUTSCHLAND
 T +49 37606 3020
 F +49 37606 30222
 info@kobragroup.com
 www.kobragroup.com



Neue Produkt- und Markenstruktur bei Kobra