



Interview GIT 11/2010

Die Kraft der Marke

Aus dem Konsumgüterbereich kennen und lieben wir Marken, vorausgesetzt diese sind gut geführt und halten die abgegebenen Werbeversprechen. Auch in der Laborbranche vertrauen Anwender namhaften Marken. Über Marken werden Werte wie Qualität, Zuverlässigkeit, Innovationskraft und Vertrauen transportiert. Zweifelsohne ein zunehmend wichtiger Wettbewerbsvorteil für Markenhersteller. Einen für die Branche unüblichen und neuen Ansatz zur Markenführung hat die DURAN Group GmbH, Hersteller von Laborglasprodukten und Eigentümer der Marke DURAN®, gewählt.

1. Die Duran Group hat eine Lizenzvereinbarung mit der Firma Lenz geschlossen. Was bedeutet das konkret?

Tobias A. Thiele: Unser Unternehmen ist Europas führender Hersteller von Laborgläsern und setzt mit der Marke DURAN® viele Standards in den Laboratorien weltweit. Seit mehr als 125 Jahren vertrauen Wissenschaftler auf die einzigartigen Eigenschaften unserer Produkte: hohe chemische und thermische Resistenz, Inertheit und Langlebigkeit. Dabei zeichnen sich die durch die DURAN Group hergestellten Artikel besonders durch einen hohen Automatisierungsgrad in der Herstellung aus. Dies macht uns an unseren Standorten in Deutschland wettbewerbsfähig. Bei unseren Produkten handelt es sich aber nicht ausschließlich um Fertigartikel, wie zum Beispiel Laborbecher. Eine Vielzahl unserer Artikel sind Halbzeuge für die Weiterverarbeiterindustrie und für Glasbläsereien. Diese Kundengruppen sind für uns wichtige Multiplikatoren unseres Qualitäts- und Markengedankens. Mit der Lizenzierung unserer Produktmarke DURAN® an die Firma Lenz setzen wir einen weiteren Meilenstein in unserer Markenstrategie. Unter der Voraussetzung der Einhaltung von definierten Qualitätsstandards gewähren wir dem Lizenzpartner die Möglichkeit ausgewählte, von ihm hergestellte Produkte mit der Marke DURAN® zu markieren und zu bewerben.

2. Welche Bedeutung hat die Lizenzvereinbarung für die Firma Lenz?

Susanne Eberhard:

Wir sehen in der Lizenzvereinbarung eine klare Chance und Potenzial für unser Unternehmen. Lenz Produkte sind auf dem Markt qualitativ hochwertiger Laborglasgeräte gut etabliert. Mit der Lizenzvereinbarung setzen wir ein eindeutiges Signal an die Teilnehmer unserer Branche, dass Lenz als weiterverarbeitendes Unternehmen mit der DURAN Group als Hersteller künftig noch enger als bisher an dem gemeinsamen Ziel einer Wert erhaltenden Markenführung beider Marken arbeiten wird. Da nur ausgewählte Unternehmen eine Lizenz zur Nutzung der Marke DURAN erhalten werden, stellt diese deutliche Markenpositionierung gleichzeitig eine Differenzierung gegenüber Marktteilnehmern dar, die die Marke missbräuchlich verwenden.

3. Welche Rechte und Pflichten ergeben sich aus der Lizenzvereinbarung?

Susanne Eberhard: Die Lizenzvereinbarung definiert ganz klar die Nutzung der Wortmarke DURAN auf Produkten, in Texten, auf Werbematerialien und auf Produktbildmaterial. Werbematerialien, die lizenzierte Produkte zeigen, werden deshalb künftig nach gewissen Vorgaben erstellt und mit dem Lizenzgeber abgestimmt. Deshalb werden beide Firmen künftig auch bei der Planung und Umsetzung von Marketingmaßnahmen enger zusammen arbeiten. Eine weitere Voraussetzung, die für Lenz aber seit jeher eine Selbstverständlichkeit ist, ist die ausschließliche Verwendung von DURAN Halbzeugen oder DURAN Rohr als Rohmaterial für die Herstellung lizenzierter Produkte nach entsprechenden Normen und Spezifikationen.

4. Warum wurde die Firma Lenz als erster Lizenznehmer ausgewählt?

Tobias A. Thiele: Die DURAN Group und die Firma Lenz führen seit über 60 Jahren eine enge Geschäftsbeziehung. In dieser Zeit ist Lenz ein wichtiger Abnehmer von DURAN® Hohlglas und DURAN® Komponenten und damit ein wichtiger Markenbotschafter für DURAN® geworden. Da das Produktspektrum der Firma Lenz sehr umfangreich und unsere Geschäftsbeziehung zueinander sehr offen und konstruktiv ist, war es nahe liegend Lenz als ersten Lizenzpartner zu wählen.

5. Wie wirkt sich die Vereinbarung auf die Vermarktung der Produkte aus?

Tobias A. Thiele: Die Lizenzierung ändert an unseren jeweiligen Vermarktungsstrategien bzgl. Vertriebskanälen vorerst nichts. Unabhängig voneinander bearbeiten wir unsere Regionen und Zielgruppen. Durch die autorisierte Markierung der Produkte mit der Marke DURAN® wird in vielen Gebieten der Marktzugang jedoch erleichtert, da DURAN® als Qualitätsführer weltweit bekannt ist und einen hervorragenden Ruf genießt.

6. Welche Philosophie steht überhaupt hinter dieser Vereinbarung und wie exklusiv ist sie?

Tobias A. Thiele: Unsere Branche erlebt viele Änderungen: Technologische Innovationen, Automatisierung, Simulationen, Konsolidierung von Herstellern und Händlern - um nur einige zu nennen. Auch im Markenumfeld ist Bewegung: eingeführte Marken verschwinden, neue Marken – u.a. Handelsmarken gewinnen an Bedeutung. Wir verstehen Umbruch als Chance für unser Unternehmen. Und mit starken Partnern an der Seite lässt sich ein neuer Weg bekanntlich einfacher bewältigen. Die Firma Lenz ist der erste DURAN®-Lizenznehmer. Unser Konzept sieht eine eher eingeschränkte Anzahl an weiteren Partnern vor.

7. Wo liegen die Kernkompetenzen der Firma Lenz?

Susanne Eberhard: Für Markenhersteller wird es immer wichtiger, sich auf seine Kerntugenden zu konzentrieren. Hierzu gehören in erster Linie Innovation und Produktentwicklung. Wir bieten unseren Kunden ein sehr breites Produktspektrum an, das vom allgemeinen Laborverbrauchsmaterial bis hin zu komplexen Reaktionssystemen reicht. Durch ständige Investitionen in unsere Produktionsanlagen richten wir uns am neuesten Stand der Verarbeitungstechnologie aus und sichern uns den technologischen Vorsprung gegenüber unseren Wettbewerbern. Mit 80 Jahren Erfahrung in der Glasbearbeitung und einer großen Zahl an gelernten Fachkräften mit hoher fachlicher Kompetenz können auch kundenspezifische Sonderlösungen problemlos umgesetzt werden.

8. Welche Ziele verfolgt die Firma Lenz mit welchen Strategien mittelfristig?

Susanne Eberhard: Die kontinuierliche Gewährleistung unserer hohen Produktqualität steht für uns an erster Stelle. Deshalb werden wir wie bisher alle Anstrengungen daran setzen, unseren Kunden ein qualitativ hochwertiges und zuverlässiges Produkt anzubieten. Die Pflege und weitere Stärkung der Marke Lenz spielt in diesem Zusammenhang eine große Rolle. Durch weitere Spezialisierung insbesondere im Bereich großvolumiger Glasapparate wollen wir künftig neue und bisherige Märkte weiter erschließen und hierbei noch intensiver als bisher die Kommunikation zu unseren Kunden und zu den Endverbrauchern unserer Produkte suchen.

9. Warum ist eine Lizenzvereinbarung für die DURAN Group so wichtig?

Tobias A. Thiele: Unserem Unternehmensgründer Otto Schott ist es gelungen aufgrund seines systematischen Ansatzes eine einzigartige Glasart zu erfinden. Mit der Anmeldung der Marke DURAN® (lat. Durable = widerstandsfähig) im Jahre 1938 hat er seine Weitsichtigkeit erneut unter Beweis gestellt. Starke Marken sind für den Unternehmenserfolg heute unabdingbar. Wir treten seit mehr als 70 Jahren täglich den Beweis für unsere Markenwerte an: Verlässlichkeit, Qualität, Innovation – und glauben Sie mir – Wissenschaftler haben vermutlich den höchsten Anspruch an Markenversprechen! Unsere Marke hat uns zum Marktführer in Europa gemacht. Mit Lizenzpartnern an der Seite, die von unserer Markenpersönlichkeit profitieren werden, bauen wir gemeinsam unsere Position weiter erfolgreich aus. Dies ist unser klares Ziel.

Bildmaterial:

1.) Übergabe der Lizenzurkunde (Bild MG0046):



2.) Gruppenbild mit Lizenzurkunde (Bild MG0037)



Jeweils von links nach rechts: Tobias A. Thiele (Marketingleiter DURAN Group), Susanne Eberhard (Geschäftsführerin Lenz Laborglas), Stefan Lenz (Geschäftsführer Lenz Laborglas), Michael Merz (Geschäftsführer DURAN Group)

Interviewpartner:

Tobias A. Thiele, Marketingleiter DURAN Group GmbH

Susanne Eberhard, Geschäftsführerin Lenz Laborglas GmbH & Co. KG