

## Newsletter

### GROB präsentiert neue Unternehmensbroschüre

Nr. 068

31.08.2011



Nach über 18 Monaten Recherchearbeit haben die GROB-WERKE zum ersten Mal in Ihrer Geschichte eine Unternehmensbroschüre aufgelegt. Eine Unternehmensbroschüre, die sich in Text und Bild mit ihrer über 85-jährigen Geschichte, ihren Zielen und ihrer Philosophie, aber auch im Detail mit ihren Unternehmensbereichen auseinandersetzt.

Entstanden ist ein 46-seitiges, zweiteiliges Werk, das erstmals zur EMO in Hannover aufgelegt wurde. Ein Werk, das in deutscher, englischer, portugiesischer, chinesischer, koreanischer und russischer Sprache aufgelegt wurde und schon damit den weltweiten Erfolg des Unternehmens dokumentiert.

Die Idee zu diesem Werk wurde bereits vor einigen Jahren geboren, als 2006, anlässlich des 80. Geburtstags des Firmengründers, seine ganz persönliche Erfolgsgeschichte in einem Buch beschrieben wurde. Schon damals entstand der Wunsch, nach einer GROB-Unternehmensbroschüre, die aus der Sicht des Unternehmens die Firmenerfolgsgeschichte dokumentiert. Wer sind die Menschen im Hintergrund, wer die vielen Helfer, die über acht Jahrzehnte zum Erfolg des Unternehmens beigetragen haben.

„ Mit der GROB-Unternehmensbroschüre halten wir endlich ein Dokument in den Händen, das die Familienphilosophie unseres Unternehmens bestens dokumentiert, die Arbeit der vielen Menschen im Hintergrund beschreibt, die über Generationen zum Erfolg der GROB-WERKE beigetragen haben und die einen Beleg darüber abgibt, warum die GROB-WERKE seit langem als weltweiter Technologieführer in ihrer Branche gelten“ , freut sich Christian Grob über die Imagebroschüre, deren Entstehung Chefsache war und an der auch er intensiv beteiligt war.



TEAM FÜR MARKETING-ERFOLGE

Die GROB-Unternehmensbroschüre umfasst zwei Teile, die einmal das Unternehmen als „ weltweit operierendes Familienunternehmen“ darstellen und zum zweiten seine „ technologische Kompetenz über Generationen“ beschreiben. „ Mit der Zweiteilung haben wir die Voraussetzungen geschaffen, schnell auf technologische Veränderungen im Unternehmen reagieren zu können, ohne die komplette Broschüre neu auflegen zu müssen,“ begründet Robert A. Thiem von der Agentur TME diese Vorgehensweise.

Sowohl in der Bild-, wie auch in der Textsprache wurde versucht, dem Technik getriebenen, in der Tradition behafteten Kern des Unternehmens gerecht zu werden. Wie es den Spagat über Jahrzehnte immer wieder geschafft hat, den Anforderungen moderner Zeiten zu entsprechen. Wie es Generationen immer wieder geschafft haben, erfolgreich den Bedürfnissen der Weltmärkte zu entsprechen und sie darüber hinaus mit neuen, bei GROB entwickelten Technologie zu steuern und zu beeinflussen. Wie heißt es doch in der Unternehmensbroschüre: „ Die über 80-jährige Unternehmensgeschichte der GROB-WERKE schafft Selbstidentität, sorgt für hohes Vertrauen bei Kunden und Lieferanten, aber auch für eine enorme Innovationskraft, die die Technologieführerschaft des Unternehmens immer wieder aufs Neue unter Beweis stellt.“

Dem ist nichts hinzuzufügen.