

# Produktive Partnerschaft

Seit über 25 Jahren bestehen enge Beziehungen zwischen dem japanischen Hausgerätehersteller Rinnai und Schott: „Ceran“ Glaskeramik-Kochflächen von Schott werden in Gas-Kochgeräten von Rinnai eingesetzt. In Zukunft will man die gemeinsamen Aktivitäten – insbesondere in Asien – forcieren.

► „Der Mensch sollte sich immer hohe Ziele stecken“, erklärt Susumu Naito, Vorstandsvorsitzender der japanischen Rinnai Corporation mit Sitz in Nagoya. Seit der Firmengründung im Jahr 1920 hat das Unternehmen stets im Sinne dieses Mottos agiert und seine Kunden mit kontinuierlich optimierten Technologien zufrieden gestellt. „Rinnai hätte nicht überlebt, wenn wir uns auf preiswerte und technisch wenig anspruchsvolle Produkte konzentriert hätten.

Unser Ziel ist, die Lebensqualität der Menschen zu verbessern, indem wir qualitativ hochwertige Produkte und einen guten Service bieten“, erläutert Naito.

Schon sehr früh schlug Rinnai Brücken ins Ausland. Im Jahr 1955 knüpfte man erste Kontakte zu einem deutschen Hersteller von Gas-Infrarot-Strahlungsbrennern. Überzeugt von einer potentiell hohen Nachfrage dafür auf dem japanischen Markt wurde von Naito eine enge Zusammenarbeit vereinbart.

Auch die von Schott mit diesem Hersteller Anfang der 70er-Jahre gemeinsam durchgeführte Entwicklung von Gas-Strahlungsbrennern für „Ceran“ weckte das Interesse an dieser Produkt-Idee für Japan – erste Kontakte zu Schott entstanden.



Rinnai Präsident Yoshio Yamazaki (v.l.) und Vorstandschef Susumu Naito setzen auf hochwertige Produkte, guten Service und das ausgeprägte Markenbewusstsein der Japaner.

raturbeständigkeit der Glaskeramik ermöglichte es, den leistungsstarken Brenner unmittelbar mit der Kochfläche zu kombinieren.

## Produktvorteile überzeugen

„Ceran“ Kochflächen werden in Japan vor allem aufgrund ihres Designs zunehmend populärer. Aber auch die glatte, ebene Oberfläche des robusten und langlebigen Produkts ist ein Pluspunkt.

Verbraucherumfragen in Japan zufolge bevorzugen die einheimischen Kunden Gas-Kochgeräte mit „Ceran“. Der Grund: Die Herde sind einfach zu handhaben und problemlos zu reinigen. Dies ist insbesondere bei der Zubereitung der in Japan typischen, frittierten Gerichte von großem Vorteil.

Die Partnerschaft zwischen Rinnai und Schott existiert seit nunmehr 25 Jahren. „Unsere Kooperation mit Schott basiert vor allem auf gegenseitigem Vertrauen“, erläutert Naito. Eines der Highlights der Zusammenarbeit ist ein Gas-Brenner-System (Inner Burner), das Rinnai 1999 konzipierte und aus dem gemeinsam mit Schott ein innovatives Gas-Kochgerät mit einer „Ceran“ Glaskeramik-Kochfläche entwickelt wurde. Insbesondere die hohe Temperaturbeständigkeit der Glaskeramik ermöglichte es, den leistungsstarken Brenner unmittelbar mit der Kochfläche zu kombinieren.

Die Partnerschaft zwischen Rinnai und Schott existiert seit nunmehr 25 Jahren. „Unsere Kooperation mit Schott basiert vor allem auf gegenseitigem Vertrauen“, erläutert Naito. Eines der Highlights der Zusammenarbeit ist ein Gas-Brenner-System (Inner Burner), das Rinnai 1999 konzipierte und aus dem gemeinsam mit Schott ein innovatives Gas-Kochgerät mit einer „Ceran“ Glaskeramik-Kochfläche entwickelt wurde. Insbesondere die hohe Temperaturbeständigkeit der Glaskeramik ermöglichte es, den leistungsstarken Brenner unmittelbar mit der Kochfläche zu kombinieren.

Erfolgreiche Gemeinschaftsentwicklung:  
Gas-Kochgerät mit innovativem Brenner-System von Rinnai und „Ceran“ Glaskeramik-Kochfläche von Schott.





Rinnai und Schott: Seit über 25 Jahren vertrauensvolle Partnerschaft. Beide sind davon überzeugt, dass die Marktanteile der hochwertigen Rinnai Gasherde mit „Ceran“ von Schott in Asien deutlich wachsen.

Neben japanischen Küchenausstattungen, die die Geräte inzwischen zunehmend in ihr Sortiment aufnehmen, sind diese auch in vielen prominenten japanischen Kochschulen zu finden. Dabei spielt eine wichtige Rolle, dass sich dieser neue Küchenherd-Typ gleichermaßen zur Zubereitung französischer, chinesischer als auch japanischer Speisen eignet. Dies resultiert aus dem neuen Brennerkonzept mit hoher Leistung, guter Regelbarkeit und sehr guter Temperaturverteilung in allen Leistungsstufen.

### Gemeinsames Marketing

Die Japaner sind für ihr extrem hohes Markenbewusstsein bekannt. Der Name Schott, der in den Augen der japanischen Verbraucher – wie auch andere deutsche Marken – für gute Qualität und Zuverlässigkeit stehe, so Rinnai Präsident Yoshio Yamazaki, spielt

### Rinnai Corporation: Spezialist für Gasgeräte

Das 1920 gegründete Unternehmen Rinnai Corporation mit Firmenzentrale in Nagoya, Japan, beschäftigt 3.185 Mitarbeiter und erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2001/2002 einen Umsatz von 172,365 Milliarden Yen (1,44 Milliarden Euro). Das Produktspektrum umfasst alle Arten von Gasgeräten: Heißwassererzeuger (Boiler), Kochgeräte sowie Kühl- und Heizgeräte. Allein in Japan verfügt Rinnai über vier Produktionsstätten, 20 Filialen und 86 Verkaufsbüros. Joint Venture Tochterunternehmen (insgesamt 14) befinden sich überwiegend an Standorten in Asien, aber auch in Australien, Brasilien, Großbritannien, Neuseeland und den USA.

1958 erhielt der japanische Gasgerätehersteller die erste Lizenz aus Deutschland, 1970 gründete man in Taiwan die erste Auslandsgesellschaft, 1976 die erste in Europa (Großbritannien). Seit 1979 ist Rinnai ein börsennotiertes Unternehmen.

Neue Perspektiven für asiatische Köche: Die moderne Gasherde-Generation von Rinnai ist einfach zu handhaben und leicht zu reinigen.



beim Marketing für die neuen Gas-Kochgeräte eine wichtige Rolle. So werden die Kochgeräte mit großem Erfolg in der Kombination „Rinnai & Schott ‚Ceran‘ aus Deutschland“ beworben. Nach Aussagen von Rinnai wünschen viele japanische Kunden angesichts ihrer Liebe zum Detail auch ausdrücklich die deutsche Flagge als Aufkleber auf der „Ceran“ Kochfläche.

„Bei uns steht der Kunde immer an erster Stelle,“ erklärt Yamazaki. Besonderes Augenmerk legt das Unternehmen daher auch auf einen makellosen Kundendienst.

„Das Jahr 2003 wird für uns ein extrem wichtiges Jahr. Wir hoffen, dass wir mit unseren innovativen Gasherde-Produkten mit ‚Ceran‘ langfristig mit einem Anteil zwischen 70 und 80 Prozent zum japanischen Marktführer werden“, erläutert Präsident Yamazaki. Hierbei setzt man vor allem auf eine wachsende Nachfrage angesichts der in Japan stark in Mode gekommenen Einbauküchen.

#### Marktanteile in Asien erhöhen

Rinnai und Schott haben inzwischen ihren Kooperationsvertrag verlängert. Ziel beider Unternehmen ist es, die Partnerschaft von Japan und Korea auf ganz Asien auszubauen und zu intensivieren.

Der japanische Markt für Gas-Kochgeräte beläuft sich derzeit auf insgesamt fünf Millionen Geräte. Der Marktanteil von Rinnai

liegt zur Zeit bei etwa 55 Prozent. Der Anteil von Gas-Kochgeräten mit „Ceran“ ist bereits erheblich; Rinnai ist überzeugt, dass bereits in naher Zukunft sehr viele Endabnehmer überwiegend Rinnai Gas-Kochgeräte mit „Ceran“ bevorzugen und dieser Marktanteil deutlich wächst.

Die neuen Gas-Kochgeräte haben auch in Japans Zeitungen ein positives Feedback erhalten. Die renommierte Wirtschaftszeitung „Nihon Keizai Shimbun“ hat beispielsweise das Gas-Kochgerät mit „Ceran“ in der Produkt-Bestseller-Liste aufgeführt.

#### Korea und China im Visier

In Ostasien richtet Rinnai den Blick vor allem auf den südkoreanischen Markt. Südkorea hat sich für Rinnai aufgrund der beträchtlichen Kaufkraft der Bevölkerung zum zweitwichtigsten Markt in Asien entwickelt. Die Koreaner legen nicht nur Wert auf qualitativ hochwertige Produkte, sondern bevorzugen mittlerweile stilvolle Produkte mit schönem Design.

„Die neuen Gas-Kochgeräte mit ‚Ceran‘ Glaskeramik-Kochflächen haben in Korea zu einer wahren Revolution in der Küche geführt“, erläutert Sung Mo Kang, Präsident von Rinnai Korea. Nicht nur das exquisite Design, sondern insbesondere die hochwertigen technischen Eigenschaften der unter dem Namen „Jewell“ angebotenen Geräte haben Rinnai in Korea zum Marktführer für Gasherde gemacht. „Für uns bedeutet dies einen wichtigen Wendepunkt. Ging es bei Hausgeräten bislang um Funktionalität, spielen für den koreanischen Verbraucher Design-Aspekte eine zunehmend größere Rolle“, erklärt Sung Mo Kang.



Sung Mo Kang, Präsident von Rinnai Korea, erwartet für seine innovativen Gas-Kochgeräte einen Boom in naher Zukunft.



Ein Juwel in koreanischen Küchen: „Jewell“, ein Gas-Kochgerät mit exquisitem Design und hochwertigen technischen Eigenschaften.

Rinnai Korea blickt mit Optimismus in die Zukunft. „Schon in wenigen Jahren werden wir dem japanischen Vorbild gefolgt sein und hier einen wahren Boom mit unseren innovativen Gas-Kochgeräten mit ‚Ceran‘ erleben“, prognostiziert Sung Mo Kang. Dieser Erfolg basiert insbesondere auf der positiven Zusammenarbeit mit Schott und dessen Vertriebsgesellschaft Schott Korea.

Neben Korea hat Rinnai aber auch den riesigen chinesischen Markt im Auge. „Wir hoffen in China in den kommenden Jahren kräftig wachsen zu können. Selbst wenn wir dort nur einen Marktanteil von fünf Prozent erreichen, wäre das ein riesiger Erfolg“, erläutert Yamazaki. Wie stark Rinnai in China wachsen kann, hängt allerdings auch davon ab, wie schnell sich im Land Erdgas als Energiequelle durchsetzt.

„Unsere Kooperation mit Schott Glas wird stärker und stärker. Daher sind wir auch sehr optimistisch, was die künftige Geschäftsentwicklung angeht. Rinnai setzt auf Glaskeramik und guten Service von Schott“, so Yamazaki. ◀

