



Pressemitteilung

JAKO-O - der Dienstleister für die Familie

Alles was Eltern brauchen: Durchdachte Produkte, Information und Weiterbildung

„**Für Eltern gedacht – von Eltern gemacht**“: Die Firmenphilosophie von JAKO-O ist ebenso einfach wie erfolgreich. Fast zwei Millionen Familien vor allem in Deutschland, aber auch im Ausland schmökern im bunten JAKO-O-Versandkatalog, klicken im Internet auf www.jako-o.de oder kaufen in einem der vier Läden. Seit der Gründung im Jahr 1987 dreht sich beim „Versandhaus für ausgewählte Kindersachen“ alles um Eltern und Kinder, um durchdachte Produkte und Dienstleistungen, die Familien und Kinder stark machen.

JAKO-O bietet ein umfangreiches Angebot zum Spielen, Lernen, Lesen, Basteln ebenso wie Kleidung und Möbel für Kinder von 0 bis 10 Jahren. Alle Produkte werden sorgfältig ausgewählt und von den JAKO-O-Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mit ihren Kindern getestet. „Wir sind unsere eigene Zielgruppe. Deshalb bieten wir unseren Kunden überdurchschnittliche Beratung“, sagt JAKO-O-Chefin Bettina Peetz. Und der Leitgedanke „Was brauchen Familien – was brauchen Kinder?“ hat schon bald nach der Gründung dazu geführt, sich nicht auf den reinen Versandhandel zu beschränken. Schon seit 1995 können Eltern sich von JAKO-O beispielsweise Verleihkisten mit Spielmaterial für Kinderfeste zuschicken lassen, die seither ständig im Einsatz sind.

JAKO-O nimmt Familien, ihre Probleme und Bedürfnisse ernst. Deshalb geht es bei den Aktivitäten nicht nur um Spiel und Spaß. Seit drei Jahren bietet das Unternehmen in verschiedenen Städten zum Beispiel „Gern-Lern-Seminare“ für Schüler mit Tipps und Techniken zum erfolgreichen Lernen. In „Familien-stark-mach-Wochen“ lernen Eltern und Kinder, sich als Team erfolgreich weiterzuentwickeln.

Mit den **Familien-Kongressen** 2003 in der Universität Kassel, 2004 in der Universität Köln und 2006 in der Universität Erlangen/Nürnberg hat JAKO-O diese Gedanken weitergedacht: Umfassende Weiterbildung in Sachen Erziehung, Schule, Partnerschaft, Familienmanagement, aber auch in Sachen Familienpolitik steht dort auf dem Programm. Der 4. Familien-Kongress ist für 2008 geplant.

Zu einem neuen Arbeitsschwerpunkt hat sich mittlerweile das familienpolitische Engagement des Unternehmens entwickelt. Dafür hat JAKO-O die „Familien-Lobby“ geschaffen – eine Plattform, die die Interessen der Familien bündelt und ihnen im politischen und gesellschaftlichen Geschehen deutlich Gehör verschafft. Unter www.loff.info sind Eltern zum Engagement aufgerufen: „Engagieren Sie sich für ein neues innovatives Bildungsgesetz“, Reform im ehelichen Güterrecht, Kennzeichnungs-



Pressemitteilung

pflicht für Genfood sind einige Themen, um die sich JAKO-O kümmert. Ein Beirat aus namhaften Experten unterstützt diese Aktivitäten.

Die „Versandfamilie“ wächst

Der Versandhandel wird dabei nicht vernachlässigt. Im Frühjahr 2004 hat JAKO-O die Kataloge FIT-Z mit einem Sortiment für Jugendliche von 10 bis 16 Jahren und QIÉRO! mit Kleidung für Frauen sowie Produkten für Zuhause auf den Markt gebracht. FIT-Z wurde im Oktober 2004 als beste Katalog-Neuerscheinung des Jahres ausgezeichnet.

JAKO-O gehört gemeinsam mit dem Spielwarenhersteller HABA und dem Kindergarten- und Schulausstatter Wehrfritz zur HABA-Firmenfamilie. Sie beschäftigt im nordbayerischen Bad Rodach etwa 1.400 Mitarbeiter. Für familienfreundliche Arbeitsbedingungen hat die Unternehmensgruppe das Zertifikat zum „audit berufundfamilie“ erhalten. Mehr über JAKO-O unter www.jako-o.de.