



ADA Markenrelaunch mit Mindful living Schwerpunkt



Vom einfachen Möbelhersteller zum „Entschleuniger des Alltags“: Die ADA Möbelwerke starten im Herbst 2023 mit der neuen Marke „ADA. Mindful living“ durch. Das Familienunternehmen hat es sich zum Ziel gesetzt, den Menschen ein achtsames und bewusstes Wohnen mit österreichischer Gemütlichkeit und Gelassenheit zu ermöglichen. Mit nachhaltigen Möbeln in handwerklicher Perfektion verspricht ADA mehr Ausgeglichenheit und stellt gleichzeitig seine Werte - verantwortlich, verwurzelt, passioniert – in den Vordergrund. Werte, die das Traditionsunternehmen in den Möbeln, Services und der Kommunikation erlebbar macht.

Margot Wisiak, CMO von ADA, zum Hintergrund dieser Entwicklung: "Unser Ziel ist es, die Endkund:innen besser zu erreichen, klarer zu kommunizieren und kosteneffizienter zu arbeiten. Indem wir die Begehrlichkeit und Nachfrage der Marke steigern, erleichtern wir dem Handel, ADA noch besser zu verkaufen. Die bestehenden Marken ADA AUSTRIA premium & ADA trendline werden in diesem Zuge durch eine Marke ersetzt: **ADA. Mindful living**. Wir treten mit einer Marke und einer kraftvollen Botschaft nach außen



Von links:
CMO Margot Wisiak und
Vorstand Gerhard Vorraber der ADA Möbelwerke

Auch **Vorstand Gerhard Vorraber** sieht eine enge Verbindung zwischen dem Markenimage und der Verantwortung gegenüber langjährigen Handelspartnern: „Ein moderner Markenauftritt, der die Bedürfnisse der Konsument:innen berücksichtigt und sie noch dazu begeistert, ist entscheidend. Nur dann erreichen wir, dass Endkund:innen in die Möbelhäuser kommen und konkret nach ADA Möbeln fragen. ADA Möbel, die dann

wiedermum durch unsere Handelspartner verkauft werden.“

Die neue Marke soll noch näher an das Leben der Menschen heranrücken. Davon zeugt auch der Markenclaim: „ADA. Mindful living“ lädt die Menschen ein, inmitten einer lauten, hektischen Welt ihren Ort der Ruhe und Geborgenheit zu finden. Wo kann das besser gelingen als in den eigenen vier Wänden?

Für die Markenidentität wurde ein neues Corporate Design geschaffen, das sowohl die Markenwerte - verantwortlich, verwurzelt, passioniert - als auch den Mindful living Charakter klar in den Fokus rückt und eine noch stärkere Präsenz im Handel schafft. Das verschlankte Logo und die natürlich authentischen Farben aus der Oststeiermark zeigen die Verwurzelung des größten österreichischen Polstermöbelherstellers. Die Passion und Verantwortung, dass man sich mit ADA langlebige Möbel für ein echtes Leben nach Hause holt, spürt man auch in den Bildern: Lachende sich auf der Couch unterhaltende Pärchen, Haustiere, die versuchen Snacks vom Esstisch zu stehlen und Kinder, die mit den Kissen verstecken spielen. Situationen, die aus dem Leben gegriffen sind.



Mit der neuen Marke launcht ADA auch ein neues Stammsortiment, das aus den Produktlinien Sleeping, Seating und Dining besteht. Die beiden bestehenden Eigenmarken werden durch die neue Marke „ADA. Mindful living“ ersetzt. Die wichtigsten und stärksten Möbel sind weiterhin vertreten. „Dadurch können Verkäufer:innen nach wie vor ihr bereits vorhandenes Wissen über unsere ADA Möbel einsetzen. Zum anderen haben wir auch den Vorteil, dass Möbel, die bisher gut am Markt angenommen wurden, auch weiterhin den Endkund:innen zur Verfügung stehen. Da wir uns ständig weiterentwickeln, arbeiten wir natürlich auch schon an Neuentwicklungen für die Marke.“, so ADA Vorstand Gerhard Vorraber.

ADA startet im Herbst mit 32 Möbeln im Stammsortiment, das sich teils aus bestehenden und teils aus neuen Modellen zusammensetzt. Die ausgewählten Möbel beinhalten nahezu alle Funktionen und Besonderheiten, für die ADA bekannt ist. Gut durchdacht konzentrieren sich die Eigenschaften nicht auf ein einzelnes Möbel, sondern teilen sich auf unterschiedliche Modelle im Stammsortiment auf. Dadurch schafft man eine verständliche Produktdifferenzierung und überzeugende Verkaufsargumente.

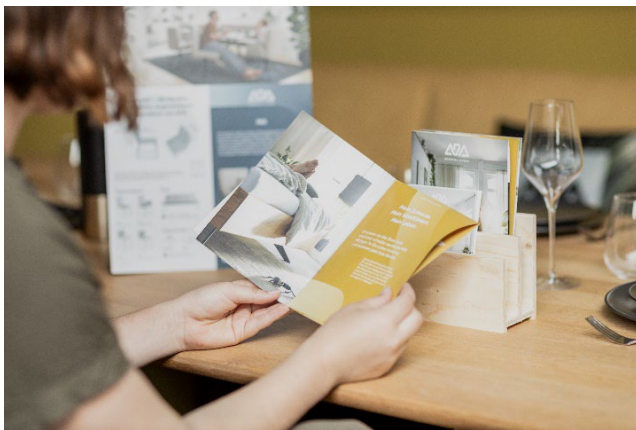
Dem ADA Stammsortiment wird auch eine neue Bühne auf den Flächen im Handel geboten. Flexibilität, Sichtbarkeit und ein nachhaltiges Markenbild mit Wohlgefühlcharakter stehen dabei im Fokus. Abgestimmte Werbemittelpakete unterstützen den Verkauf am POS.



MINDFUL LIVING



Neue flexible POS Studios mit Wohlgefühlcharakter.



*Von links:
Faltprospekt zum Mitnehmen
für Endkund:innen und Stiller
Verkäufer mit Systemübersicht
zur Verkaufs-Unterstützung.*

Neben dem POS-Auftritt setzt ADA auch auf die Digitalisierung und den Onlineauftritt, der die neue Markenidentität unterstützt. Neu ist der ADA Möbelkonfigurator mit Augmented Reality Funktion für die individuelle Sofaplanung. Abgerundet wird der Markenrelaunch Anfang Oktober mit einem Image-Event für Handelspartner und Endkund:innen in Wien.

Margot Wisiak, CMO der ADA Möbelwerke: „Wir sind ein Familienunternehmen und mit über 65 Jahren Erfahrung der größte Polstermöbelhersteller Österreichs. Wenn es um Langlebigkeit und Wohlfühlen in den eigenen vier Wänden geht, nehmen wir unsere Verantwortung sehr ernst. Unser neuer Markenauftritt zeigt, wer wir sind: Wir sind die Entschleuniger des Alltags und schenken mit unseren Möbeln mehr Ausgeglichenheit. Denn wir glauben fest an eine bessere Lebensqualität, wenn die Menschen mit sich und ihrem Lebensraum achtsamer umgehen.“

Fotos: © ADA

Pressekontakt

SGC | Stilgeflüster GmbH
Mühlenkamp 63a
22303 Hamburg

Sonia Marsch

Tel: +49 (0) 40 20 93 48 23 44
E-Mail: sonia@sgc-agency.com
Web: www.sgc-agency.com