

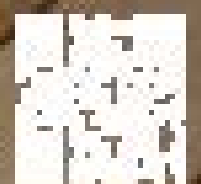
Stummel
im Anmarsch

Bäume blockieren
die Straße

Unwetterwarnung

Zuhause, wo die Welt in Ordnung ist.

Sitzgruppe NOVARA



www.ada.at

BLICK PUNKT **MÖBELMARKT**

07
23



Fotos: ADA

ADA. Mindful Living

Die ADA Möbelwerke starten im Herbst 2023 mit der neuen Marke „ADA. Mindful living“ durch. Das Familienunternehmen aus der Steiermark will den Menschen ein achtsames und bewusstes Wohnen mit österreichischer Gemütlichkeit und Gelassenheit ermöglichen. Mit nachhaltigen Möbeln in handwerklicher Perfektion schenkt 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.



Das Zuhause als Rückzugsort, wo die Welt in Ordnung ist – mit langlebigen Möbeln von ADA.

ADA Markenrelaunch: Mindful living



Die ADA Möbelwerke werden zum Entschleuniger des Alltags: Der Relaunch startet im Herbst mit der neuen Marke „ADA. Mindful living“. Dabei setzt der oststeirische Möbelhersteller auf eine Marke mit einer klaren Botschaft: Achtsames Wohnen mit Austrian Gemütlichkeit und Gelassenheit. Ein Rückzugsort im Sinne von „Zuhause, wo die Welt in Ordnung ist“.

Eine starke Marke – eine kraftvolle Botschaft

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 und ADA trendline werden in diesem Zuge durch eine Marke ersetzt: ADA. Mindful living. Wir treten mit einer Marke und einer kraftvollen Botschaft nach außen noch stärker auf.“ 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 wiederum durch unsere Handelspartner verkauft werden.“

Die neue Marke soll noch näher an das Leben der Menschen herandrücken. 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?

Verantwortlich, verwurzelt, passioniert

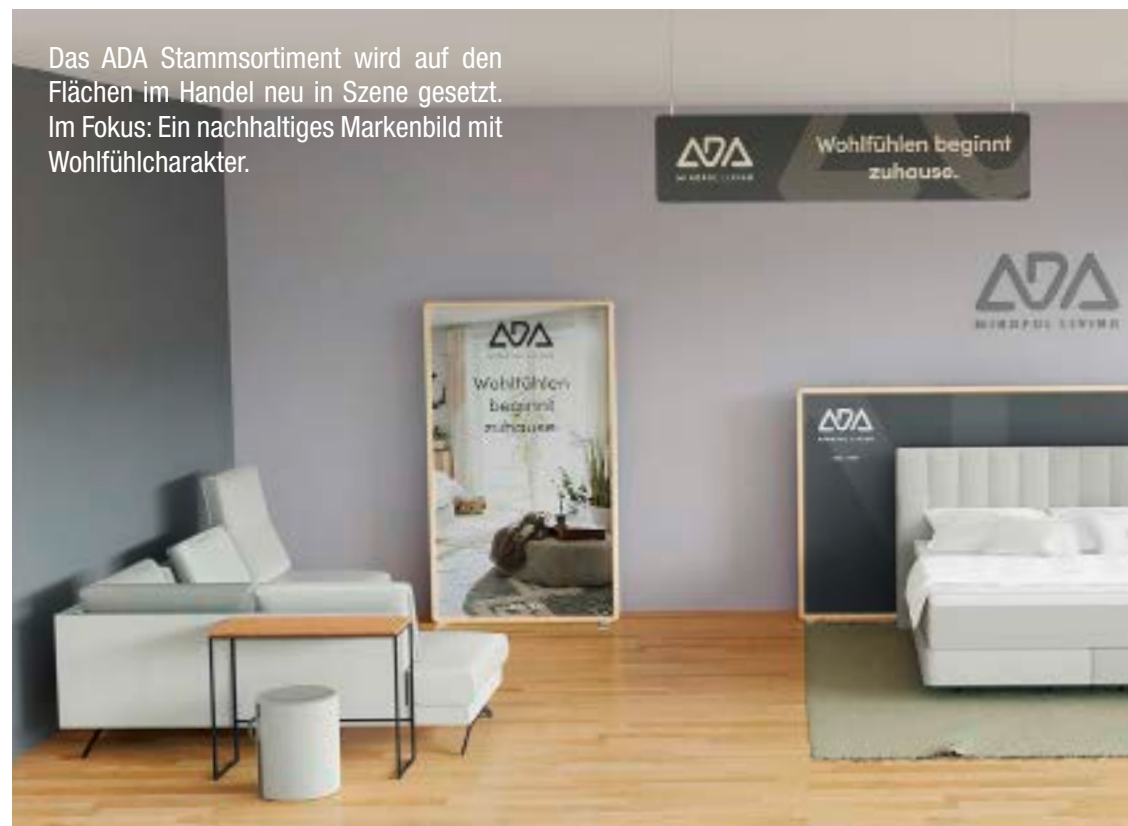
Für die Markenidentität wurde ein neues Corporate Design geschaffen, das sowohl die Markenwerte – verantwortlich, verwurzelt, passioniert – als auch den „Mindful living“-Charakter klar in den Fokus rückt und eine noch stärkere Präsenz im Handel schafft. Das verschlankte Logo und die natürlich authentischen 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 Pär-

chen, 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 aktuellen 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

Das ADA Stammsortiment wird auf den Flächen im Handel neu in Szene gesetzt. Im Fokus: Ein nachhaltiges Markenbild mit Wohlfühlcharakter.





Achtsames Wohnen mit Austrian Gemütlichkeit: Die Bildsprache spiegelt die Werte der neuen Marke „ADA. Mindful living“ wider – mit Situationen, die aus dem Leben gegriffen sind.

natürlich auch schon an Neuentwicklungen für die Marke“, so ADA Vorstand Gerhard Vorraber.

Neu: Möbelkonfigurator mit Augmented Reality

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 Wohlfühlcharakter stehen dabei im Fokus. Abgestimmte Werbemittelpa-

kete unterstützen den Verkauf am POS. 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.“



Werbemittelpakete für den POS: Faltprospekt zum Mitnehmen für Endkund:innen sowie „Stiller Verkäufer“ mit Systemübersicht zur Verkaufsunterstützung.