

„Wir müssen den Rohdiamanten weiter schleifen“ TEAM 7 feiert Erfolge auf der imm cologne 2011

Drei Designpreise und ein Umsatzplus von 7% auf jetzt 69 Millionen Euro – TEAM 7 befindet sich weiterhin auf Erfolgskurs. Im kommenden Geschäftsjahr rechnet CEO Georg Emprechtinger mit einem zweistelligen Wachstum: „Die Zustimmung zu TEAM 7 ist einfach sehr, sehr gut. Nach einer aktuellen Umfrage sind wir in puncto Glaubwürdigkeit, Qualität und Natürlichkeit den drei führenden Möbelmarken in Deutschland überlegen.“ Mit Sarah Wiener als Markenbotschafterin und einer neuen Kampagne will der Pionier und Marktführer ökologischer Designmöbel seine Bekanntheit weiter steigern. „it’s a tree story“ heißt der Claim, den Georg Emprechtinger auf der Kölner Möbelmesse vorstellte.

Auf dem Stand drängten sich die Händler, die Mitarbeiter schrieben fleißig Aufträge – entsprechend euphorisch fiel die Bilanz des CEO’s aus: „Wir haben ein Wachstum von 7% geschafft und damit unsere eigenen Erwartungen noch übertroffen. Nach allem, was ich hier auf der Messe sehe, können wir dieses Jahr mit einem zweistelligen Umsatzwachstum rechnen.“, sagte Georg Emprechtinger. „Ich höre oft von Fachhändlern, dass wir die innovativste Firma in der Branche sind, was Produktentwicklung anbelangt. Das kommt natürlich nicht von ungefähr: Bei uns arbeiten 40 Mitarbeiter das ganze Jahr über an technischen Entwicklungen.“ Auch beim Design spielt TEAM 7 in der obersten Liga mit: Gleich drei Mal wurde die österreichische Manufaktur mit dem begehrten Interior Innovation Award ausgezeichnet: Das Wohnprogramm lux, der Couchtisch stern und die vao Küche gewannen den Preis für innovatives Design.

Damit stellt der internationale Marktführer für ökologische Naturholzmöbel seine Designkompetenz wieder einmal unter Beweis. Was Glaubwürdigkeit, Natürlichkeit und Qualität anbelangt, traut man TEAM 7 ohnehin viel zu, das ergab eine Umfrage unter LOHAS (lifestyle of health an sustainability), also Menschen, die kritisch und umweltbewusst konsumieren. „In diesen Bereichen sind wir den drei führenden Möbelmarken in Deutschland überlegen.“, sagte Georg Emprechtinger. „Jetzt ist es unsere Aufgabe, diesen Rohdiamanten weiter zu schleifen und seine Facetten noch deutlicher herauszuarbeiten.“ Diese Aufgabe fällt künftig LLR zu. Die Hamburger Werbeagentur steht im Kreativen-Ranking an zweiter Stelle und hat die neue Kampagne für TEAM 7 entworfen. „it’s a tree story heißt der Claim, den Agenturchef Bent Rosinski beim Händlerabend vorstellte. „Die Marke hat in Deutschland eine Bekanntheit von 25% da ist noch mehr drin.“, sagte Rosinski. Er lobte die Werte für die TEAM 7 steht: die große Authentizität, die Natürlichkeit, die Qualität und das Handwerk. Werte, die er in der neuen Kampagne kommunizieren will: „Die Kampagne erzählt echte, wahre Geschichten rund ums Thema Holz.“

Markenbotschafterin Sarah Wiener tut ein Übriges, um TEAM 7 einer breiten Öffentlichkeit zu präsentieren. Die überzeugte Bio-Köchin ist ein bekennender Fan des Naturmöbelherstellers und hat ihr neues Restaurant und ihre Showküche in Berlin mit TEAM 7 Möbeln eingerichtet.

Ein Flagshipstore in Wien soll als Gesicht der Marke die edlen Möbel international erlebbar machen. Denn aus der kleinen oberösterreichischen Manufaktur ist längst ein Premiumanbieter geworden, die mit Geschäften in Miami, Novosibirsk, Tel Aviv und Taipeh inzwischen rund um den Globus vertreten ist. Hier sieht

Emprechtinger gute Möglichkeiten, den Umsatz des Unternehmens weiter zu steigern.

In den Stamm Märkten Österreich, Deutschland und der Schweiz sieht der Unternehmer ebenfalls gutes Wachstumspotential: mit lux und L1, einer neuen Variante der linee Küche, hat TEAM 7 auch preislich attraktive Angebote im Sortiment. „Bei den Küchen ist es wie mit dem Auto: je aufwändiger die Ausstattung, desto teurer wird es. Von 7.000 bis 70.000 Euro ist bei unseren Küchen alles drin. Das Wohnprogramm lux ist nicht nur jung in der Anmutung, sondern auch jung im Preis.“, sagt Georg Emprechtinger.

Mit dieser Strategie sieht sich er sich gut gerüstet, um sein Ziel, den Umsatz von TEAM 7 bis 2014 auf 100 Millionen Euro zu steigern, auch zu erreichen.