



Team 7 + Firnhaber: Doppeltes

Marken-Jubiläum

Seit drei Generationen gibt es in Stuttgart das Einrichtungshaus Firnhaber- natürlich Wohnen. Seit über zwei Jahrzehnten ist das Einrichtungshaus der größte Team 7-Händler in Deutschland. 2009 ist für beide ein besonderes Jahr: Firnhaber feiert sein 85-jähriges Bestehen, Team 7 sein 50. Jubiläum.

Aufgrund dieses doppelten Marken-Jubiläums wurde im Stilwerk Stuttgart gemeinsam von beiden Unternehmen am 21. Juli eine Sonderausstellung eröffnet. Ein halbes Jahr lang werden dort von nun an zahlreiche Produkte der aktuellen Team 7-Kollektion der Öffentlichkeit präsentiert.

Die Sonderausstellung zeigt nicht nur die Liebe zum Holz, die beide Unternehmen verbindet. Vielmehr steht sie auch beispielhaft für die erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Industrie und Handel. „Ohne unsere Kooperationspartner hätten wir nie den Vorsprung in die oberste Designliga erreicht“, so Team 7-Geschäftsführer Dr. Georg Emprechtinger. „Dazu zählt auch der schwäbische Möbelanbieter Firnhaber. Als exklusiver Vertriebspartner von Team 7 in Stuttgart gibt das Einrichtungshaus wichtige Impulse und Anregungen nach Österreich weiter. Gemeinsam testen wir Prototypen auf dem Markt, um sie später evtl. nachbessern zu können. So gelingt es uns, marktorientiert zu agieren und uns den Strömungen anzupassen, aber auch selbst Trends zu setzen.“

„Wir arbeiten hervorragend mit Team 7 zusammen“, so Frank Firnhaber. „Unsere Kunden schätzen vor allem die Qualität der Team 7-Möbel. Durch international agierende Designer und innovative Technologien schafft der österreichische Hersteller zeitlose, wertbeständige Klassiker, die über Jahrzehnte halten, was sie versprechen. Kunden, die zu uns kommen, kaufen häufig Möbel nach, die es bereits seit vielen Jahren im Team 7-Sortiment gibt. Im Vergleich zu anderen Anbietern

können wir auch Produkte ordern, die mit ihrer zeitlosen Formensprache heute noch genauso beliebt sind und die in Ried individuell nachgefertigt werden können – das ist ein großer Vorteil.“

Beide Unternehmen haben ihre Prognosen für das erste Halbjahr erfüllt und bleiben in ihren Erwartungen an die zweite Jahreshälfte stabil.

Trotzdem sind sich beide sicher: Qualität zahlt sich aus, auch wenn es auf dem Möbelmarkt schwieriger werden wird.



Die Team 7-Ausstellung im Stilwerk in Stuttgart. Fotos: Firnhaber

Leonardo: Eine

Lifestyle-Marke

wird 150!

Glas ist die Leidenschaft von Leonardo – und das seit 150 Jahren! Mit Begeisterung und Know-how hat sich das Familienunternehmen aus Bad Driburg in den vergangenen 150 Jahren vom Glasanbieter zur Lifestyle-marke entwickelt. „Mit der Marke Leonardo bieten wir heute Lifestyleprodukte aus Glas an und begeistern Menschen auf der ganzen Welt. Leonardo steht für ins-

Domicil: Neue

Standortpolitik

zur Marken-Sicherung

Domicil eröffnet im September in der Düsseldorfer Innenstadt ein neues Einrichtungshaus. Das Domicil Haus an der Westerholter Straße wird im Gegenzug geschlossen; der Räumungsverkauf beginnt in diesen Tagen. Der Umzug ist Teil einer neuen Standortpolitik des Unternehmens, das seine Expansion vor über dreißig Jahren mit Einrichtungshäusern am Stadtrand begann. Mit dem Einstieg der Marke in den internationalen Markt haben sich in den letzten zwei Jahren auch die Standortoptionen erweitert. Neue Domicil Einrichtungshäuser entstehen jetzt auch in interessanten Innenstadtlagen, teilweise ziehen vorhandene Häuser vom Stadtrand in die City um. Dass man auch in Citylage erfolgreich Einrichtung verkaufen kann, beweist das Münchner Domicil Einrichtungshaus, das schon 2003 als Pilot für sogenannte City Center Stores eröffnet wurde und sich trotz geringerer Ausstellungsfläche im Vergleich zu den traditionellen Häusern von Anfang an gut behauptete.

„Das neue Düsseldorfer Domicil liegt absolut zentral, wird zusätzlich mit der neusten Kollektion ausgestattet, und für unsere Zielgruppe gibt es kaum etwas Vergleichbares“, sagt Domicil Geschäftsführer Christian Hartmannsgruber. „Darum sehen wir in der Eröffnung einen weiteren Schritt für die positive Entwicklung in der zweiten Jahreshälfte. Wir hatten einen unerwartet hervorragenden Start im ersten Quartal, der sich erwartungsgemäß auf Grund der eher schwachen Sommermonate so nicht halten ließ. International wachsen wir weiter enorm schnell mit einem Shop-in-Shop-Konzept und auch das Objektgeschäft – die Einrichtung von Hotels, Restaurants, Boardinghouses usw. - entwickelt sich sehr erfreulich.“

