

Wandel zum Lifestyle-Anbieter geglückt

Gut gerüstet für die Zukunft: Aus Maja Werk wurde Maja Möbel – mit neuem Markenprofil und einer klaren Vorwärtstrategie | Neue Programme



Der Living-Bereich wird künftig weiter ausgebaut. Im Fokus: Wohnregale, Raumteiler und Kommoden, designstark und mit innovativen Technologien, beispielsweise der patentierten Cable-Board-Technologie.



Innovation braucht Tradition. Das hat Maja in 2014 wie kein zweiter unter Beweis gestellt und sich völlig neu positioniert. Die Marke Manfred Jarosch Möbelwerke, kurz MAJA, stand seit 1964 für die Herstellung von Qualitätsmöbel zur Selbstmontage und war absoluter Spezialist für Einzeilmöbel. 2014 feierte das Unternehmen sein 50-jähriges Bestehen und nahm dies zum Anlass für eine komplette Markenrunderneuerung und Neuausrichtung des Unternehmens. „Wir hätten so wie bisher nicht weitermachen können“, sagt Geschäftsführer Heinz Hien, seit 34 Jahren „Vater“ des Unternehmens. „Wir hatten keine Strategie, die auf die Zukunft ausgerichtet war.“ Das hat sich nun völlig gewandelt. Bereits seit über eineinhalb Jahren ist Maja nun als Maja Möbel am Start und unterstreicht bei jedem seiner Messeauftritte seine neue Identität einmal mehr und festigt seine Neupositionierung – wie kürzlich auf der M.O.W.

Neue Corporate Identity – frischer Look

Modern, aufgeschlossen, konzeptstark und designorientiert – so ist das neue Erscheinungsbild von Maja Möbel. Das avisierte Ziel der Neuausrichtung, der

Marke Maja eine neue Wertigkeit zu verleihen, sie vertriebsorientiert, modern und zukunftsweisend auszurichten, ist dem Unternehmen gelungen. Mit einem neuen frischen Look, neuen Messeauftritten, einem modernen Unternehmenslogo, einer neuen Website und vor allem mit der strategischen Neuausrichtung als wertiger Lösungsanbieter für individuelle Wohn- und Bürokonzepte hat Maja den Wandel zum Lifestyleanbieter geschafft. Heute zeigt Maja Möbel nicht mehr nur seine Kompetenz in Sachen Einzeilmöbel im SB-Segment, sondern präsentiert dem Handel wertige Komplettprogramme und Systeme. „Wir bieten Konsumlösungen, die nutzenorientiert sind und die ‚Probleme‘ des Endverbrauchers lösen – und für den Verkäufer einfachst zu verkaufen sind“, erklärt Manfred Molis, Mitglied der Geschäftsführung und Leiter Marketing und Vertrieb, die Ausrichtung. „Wir setzen bei unserer Modellpolitik auf Farbenfreude und Systemprogramme.“

Starke Konzepte für Media – Office – Living

„Wir haben am Anfang unserer Neuausrichtung unsere Markenwerte überarbeitet und genau definiert“, erklärt Heinz Hien. „Designstärke, Entwicklungskompetenz, Servicekraft und Umweltverantwortung beschreiben die vier Säulen, auf die sich Maja Möbel in Zukunft stützen wird.“ Auf dieser Grundlage wurden die Produktgruppen strukturiert und ein deutliches Trading-up innerhalb der Warengruppen vollzogen. Seither gliedert sich das Produktportfolio von Maja Möbel ganz klar in die Bereiche Media, Office und Living und punktet mit wertigen Komplett- und Systemprogrammen, die das gesamte Handelsspektrum ansprechen. Im Bereich Office hat man mit den „Mini“-Offices nicht nur einen Begriff geprägt, sondern sich erstmals als



Touraround geschafft. Geschäftsführer Heinz Hien (r.) und Manfred Molis, Mitglied der Geschäftsführung und Leitung Marketing & Vertrieb: „Wir haben uns gut aufgestellt und können die Zukunft meistern.“ Fotos: Maja Möbel

„Problemlöser“ etabliert. Die „Mini“-Offices treffen den Nerv der Zeit und bieten clevere Lösungen, die jeden noch so kleinen Stauraum gekonnt ausnutzen. Mit dem Komplettprogramm „Set+“ setzt Maja Möbel diese Innovationskraft fort und präsentiert dem Handel ein Bürokonzept, das durch Komplettlösungen für den Verkäufer am POS einfachst zu handeln und zu verkaufen ist. Im Media-Bereich hat Maja Möbel mit dem farbenfrohen „ColorConcept“ den richtigen Riecher bewiesen. „Mit dem „SoundConcept“ setzt Maja Möbel noch einen oben drauf und präsentiert designorientierte Lowboards, die sich mit einer breiten Farbpalette an eine designaffine Zielgruppe richten und zudem mit ihren innovativen Sound-Technologien überzeugen. Das Sound-

system wurde bereits mehrfach für seinen guten Klang ausgezeichnet. Neue Technologien und innovative Möbellösungen – damit will Maja Möbel zukünftig auch verstärkt das Living-Segment bedienen. Die neue Cable-Board-Technologie von Maja Möbel macht es möglich. Hiermit können Kabel über Kabelkanäle unsichtbar in Raumteilern und Wandregalen geführt werden. Ein echter Coup, den Maja hier gelandet hat – und von dem in einer der nächsten Ausgaben des MÖBELMARKTES noch mehr zu lesen sein wird.

Enger Partner des Handels

„Bei der Entwicklung unserer Produkte gehen wir sehr strategisch vor“, erklärt Manfred Molis. „Wir wollen marktnahe,

nutzenorientierte Konzepte entwickeln, die am POS leicht verkäuflich sind. Wir möchten für unsere Kunden nicht nur Produzent sein, sondern Partner bei der Entwicklung und Umsetzung neuer Lösungen. So entsteht für alle eine Win-Win-Situation.“ Dazu kann Maja nicht nur auf eine lange Tradition, eine 60-jährige Erfahrung im Möbelbau und auf enge Partnerschaften mit dem Handel zählen. Auch die betrieblichen Voraussetzungen sind bei Maja Möbel mehr als gegeben. Mit seinen beiden Werken in Kasendorf in Oberfranken und dem vollautomatisierten Werk in Wittichau in Sachsen und den mehr als 850 Mitarbeitern kann das zur Vivonio-Gruppe gehörende Unternehmen von Losgröße 1 bis hin zu Größtserien produzieren und weltweit liefern. Seit 2013 fertigt Maja Möbel zudem Leichtbaumöbel, unter anderem für Ikea, und kann so wertvolle Synergien nutzen. „Neue Energie für Marke und Handel“ – das hat sich Maja Möbel zur Neuausrichtung in 2014 auf die Fahne geschrieben und die letzten eineinhalb Jahre nicht nur mit Leben gefüllt, sondern konsequent und strategisch unter Beweis gestellt. „Wir haben uns gut aufgestellt und können die Zukunft meistern“, zeigen sich Heinz Hien und Manfred Molis zufrieden.

Kontinuität gewährleistet

Auch personell hat Maja Möbel bereits die Weichen für die Zukunft gestellt. Seit Mitte September ist Dr. Markus Witte neben Heinz Hien neuer Geschäftsführer bei Maja Möbel in Kasendorf. Heinz Hien (63) wird sich schrittweise in den Ruhestand verab-

Im Media-Bereich treffen die beiden Systemprogramme „ColorConcept“ und „SoundConcept“ den Nerv der Zeit.



Das Produktportfolio von Maja Möbel gliedert sich klar in die Bereiche Media, Office und Living. Wertige Komplettprogramme und Systeme sprechen nun das gesamte Handelsspektrum an.

schieden. Dr. Markus Witte wird dann den eingeschlagenen Wachstums- und Innovationskurs fortführen und Majas starke Position in der Herstellung von Mitnahmemöbeln weiter ausbauen. sa



Mit seinen Mini-Offices und dem Komplettprogramm „Set+“ bietet Maja dem Verkäufer im Bereich Office einfache Verkaufskonzepte, mit denen sich leicht Mehrverkäufe am POS generieren lassen.

