

RZ

TRENDS INTERIOR DESIGN

Räume gestalten
Ideen umsetzen

RAUMUSSTATTER
ZEITSCHRIFT

6-7/2016
JUNI/
JULI

B 4281

www.raumausstatter.com

OFFICE DESIGN

Der Mensch im Mittelpunkt

TREND MODULAR

Muster mit Ecken und Kanten

OBJECT CARPET

Probably the best carpet in the world

Onlinemarketingziel dabei ist die Steigerung der Markenbekanntheit. Hier werden wir neben der flankierenden klassischen PR-Arbeit neue Kommunikationskanäle – zum Beispiel netzwerkorientierte Onlinemarketingmaßnahmen wie den digitalen Fensterberater – einsetzen oder aber bestehende Kanäle wie den Direktmarketing-Bereich – zum Beispiel Newsletter oder Content-Marketing – ausbauen.

WELCHE HINTERGRÜNDE HABEN DIE TRENNUNG VON GESCHÄFTSFÜHRER FRANK TOVORNIK UND DIE EINSTELLUNG DER NEUEN VERKAUFSLEITERIN UND DES NEUEN MARKETINGLEITERS?

In einem mittelständischen Unternehmen wie Teba wird dem Zusammenhalt zwischen Vertrieb und Marketing ein hoher Stellenwert zugeschrieben. 2014 wurden Geschäftsführung und Marketingleitung zusammengeführt, um die Kompetenzen zu bündeln. Ein Umdenken in konzept-

oneller Hinsicht hat nun zu einer neuen Zielsetzung geführt. Eines unserer großen Ziele ist es, die Unternehmensmarken „Teba“, „Sun Collection“ und „CeGeDe“ stärker am Markt zu positionieren. Um das schnellstmöglich zu erreichen, haben wir die Position des Marketingleiters neu ausgeschrieben und nun mit Gordon Boddenberg die geeignete Führungskraft gefunden. Er hat durch seine lange Erfahrung in der B2B- und Herstellerkommunikation ein sehr gutes Verständnis der Branche. Die neue Stelle der Verkaufsführung konnten wir vor einem Jahr mit der sehr vertriebs erfahrenen Kollegin Pia Lange erfolgreich besetzen.

WIE MACHEN SICH DIE INVESTITIONEN IN DIE PRODUKTION BEMERKBAR?

Alle neuen Strukturen und Änderungen im Unternehmen sind aufeinander abgestimmt. In diesem Konzept spielen auch die Umbauten der Produktionshallen

eine erhebliche Rolle. Denn Teba steht für „Qualität Made in Germany“. Um die Qualität zu gewährleisten und gleichzeitig die Produktionseffizienz zu steigern, wurden Laufwege verkürzt, Geräte geschickter positioniert und Lager platzsparender angelegt – bei einer Produktionsfläche von etwa 17 000 Quadratmeter kein unerhebliches Projekt, das sich bereits bewährt hat.

WELCHE AUSWIRKUNGEN HAT DIE UMSTRUKTURIERUNG AUF DEN HÄNDLER?

Der Händler wird von der Markenoffensive der Marke „Teba“ profitieren. Das wird durch unsere zahlreichen Auszeichnungen für Eigenentwicklungen und als „innovativste Marke der Branche“ unterstrichen. In der digitalen Weiterentwicklung der „Teba Onlinewelt“ profitiert der Händler durch ein einfaches und geführtes Bestellportal, Zugriff auf alle wichtigen Unterlagen im Downloadbereich und digitalisierte Kollektionen. Unsere Key Account Manager arbeiten gezielter nach Marktsegmenten. Frau Lange als Verkaufsführerin hat die disziplinarische Führung des gesamten Außendienstes und im Marktsegment die freien Händler und Objekteure übernommen. Unterstützt wird sie von den Regionalverkaufsleitern und Gebietsverkaufsleitern.

WO SEHEN SIE TEBA IN FÜNF JAHREN?

Wir sind überzeugt, dass sich unsere Investitionen in das Unternehmen durch eine positive Umsatzentwicklung zeitnah rentieren werden.

VIELEN DANK FÜR DAS GESPRÄCH.

STECKBRIEF

Teba GmbH & Co. KG
Eisenbahnstr. 70
47198 Duisburg
www.teba.de

GESCHÄFTSFÜHRER:
Helmut Kreuz

MITARBEITER: 460

MARKEN:

Teba: innenliegender Sonnenschutz für den Fachhandel
Sun Collection: Mitnahmeprogramm
CeGeDe: außenliegender Sonnenschutz für den Fachhandel



Dreihausgasse, Wien 1974-2006



Scheydgasse, Wien seit 2006



Erich und Heinz Fleischmann



seit 1866

150 Jahre
englisch dekor

englisch dekor
textilverlag

150 Jahre Erfahrung
für eine aussichtsreiche Zukunft

www.englisch.at

ENGLISCH DEKOR

DIE MARKE FÜR
DAS OBJEKT

Englisch Dekor, der Textilverlag aus Wien, feiert 2016 sein 150-jähriges Firmenjubiläum – mit dem passenden Claim: „Feuer und Flamme für schwer brennbare Stoffe“. Im Laufe der Zeit hat sich der Stoffanbieter zum Spezialisten für den Objektbereich entwickelt. Er wird heute in der vierten Generation von den Brüdern und Eigentümern Heinz Wymetal-Fleischmann und Erich Fleischmann geführt (einen Bericht von der Jubiläumsfeier finden Sie auf Seite 48).

IM JUBILÄUMSJAHR

Ob modern, klassisch, Boutique, Landhaus – zu jedem Stil stellt Englisch Dekor Bücher zusammen, mit denen der Planer und Verarbeiter Gesamtkonzepte erarbeiten kann. Mit der

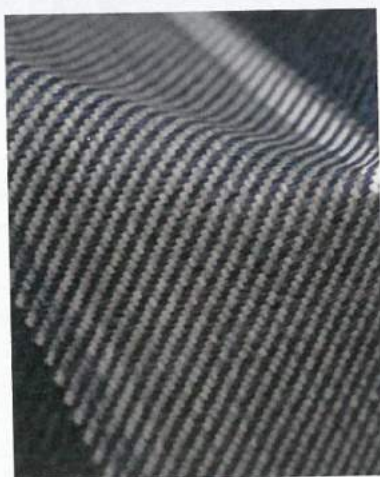
QUALITÄT: Kollektion „Sunset“ verbindet die Vorteile einer Naturfaser mit der Pflegeleichtigkeit eines synthetischen Gewebes
www.englisch.at



neuen Kollektion „Sunset“ folgt man dem Trend zur Natürlichkeit. So fangen die Stoffe das Licht der Abenddämmerung ein, erinnern an Weizenfelder oder das frische Grün des Frühlings. Ihr Griff ist trocken und angenehm, ihre Farbpalette warm und natürlich. Die schwer brennbaren Möbelstoffe bieten einen Strauß an überzeugenden Eigenschaften. Sie wirken temperaturnausgleichend – wärmen im Winter, kühlen im Sommer. Sie sind feuchtigkeitsregulierend, antistatisch, hautfreundlich, atmungsaktiv sowie antibakteriell. Außerdem verfügen sie über eine Fleckschutzausrüstung. Die Design- und Qualitätsentwicklung sämtlicher Kollektionen liegt in der Hand von Englisch Dekor und erfolgt in enger Abstimmung mit den Lieferanten. So können Markttrends umfassend abgedeckt werden.



Kollektion „Sunset“ spielt mit Stimmungen, Strukturen und Farben – ihre Inspirationsquelle: die Natur



Die neuen Möbelstoffe überzeugen durch ihre natürliche Anmutung



Neu: ein verformdetes Hahnentritt-Muster in frischen Farben



Griffige Strukturen treffen auf gute Pflegeeigenschaften