

ADA Möbelwerke | Neue Konzepte „Es bleibt herausfordernd!“

Rück- und Ausblick der ADA Möbelwerke zum 65. Firmenjubiläum

Freitag, 16.12.2022

Bei ADA blickt man auf 65 Jahre Möbelgeschichte und ein durchwachsenes Jahr 2022 zurück. Trotz Wirtschaftskrise, Preissteigerungen und sinkender Nachfrage sieht der österreichische Möbelhersteller 2023 vorsichtig optimistisch entgegen. Auch wenn mit einigen Herausforderungen zu rechnen ist.

2022 – Ein Schulterblick zurück

2022 war das Jahr der Firmenjubiläen: 65 Jahre ADA Anger, 30 Jahre ADA Körmend und 20 Jahre ADA Nova. Auf der Hausmesse standen die Erfolgsgeschichte sowie die „Think green!“-Philosophie im Fokus. Daneben sorgten innovative Produkte für Aufsehen in der Branche, wie Essgruppe „Ina“ mit der „ADAdaption“-Funktion. Weitere Highlights 2022 waren die zwei Auszeichnungen als „Best of Design“ von Schöner Wohnen und der Market Quality Award 2022 für das Matratzensortiment.

Personell gab es im August Änderungen im Vorstand. Nach dem Ausscheiden von Robert Fizimayer bilden Gerhard Vorraber und Michael Wibmer die Vorstands-Doppelspitze.

2023 – Neue Herausforderungen annehmen Wirtschaftlich gesund aufgestellt

ADA startet gesund aufgestellt in das Jahr 2023. Mit einer regionalen Fertigung und langjährigen Lieferanten produziert ADA nahezu autark. „Die momentane Wirtschaftslage ist jedoch für uns alle eine Herausforderung. So ist allein der Strompreis an einigen Standorten um bis zu 500 Prozent gestiegen“, betont ADA-Vorstand Gerhard Vorraber. Dazu kommen hohe Rohstoffpreise, Materialknappheit und die schwankende Nachfrage der Endkunden. Schwierigkeiten, mit denen alle Industriebetriebe aktuell zu kämpfen haben.

Diversität & Fachkräftemangel

Die soziale Vielfalt ist für das Traditionsunternehmen eine Herzensangelegenheit. Der Konzern beschäftigt nicht nur mehr als 15 verschiedene Nationalitäten, sondern auch Mitarbeiter*innen mit Beeinträchtigungen. Trotz der Offenheit gegenüber Diversität bleibt es schwierig, Fachkräfte zu finden. „Langjährige Mitarbeiter*innen gehen in Pension und mit ihnen auch das handwerkliche Know-how“, so ADA-Vorstand Michael Wibmer.

Eine starke Marke

„Wir arbeiten aktuell an einer Ein-Marken-Strategie. Den Fokus legen wir auf mindful living und Entschleunigung. So viel sei vorab verraten“, kündigt CMO Margot Wisiak an. Weitere Maßnahmen, um mehr Endkunden anzusprechen und die Frequenz im Handel anzukurbeln, sind geplant.

„2023 müssen wir den Gürtel deutlich enger schnallen und uns auf unsere Stärken fokussieren. Wir sind vorsichtig optimistisch gestimmt. Trotzdem heißt es für uns, flexibel und vorbereitet zu sein, um auf veränderte Situationen reagieren zu können“, schätzt ADA-Vorstand Gerhard Vorraber das kommende

Jahr ein. 

„Es bleibt herausfordernd!“

Links

- [Artikel als pdf](#)