

Aus fabfab wird The Creative Club:**Europas führendes Digitalunternehmen im DIY-Markt auch nach Corona-Lockdown weiter auf rasantem Erfolgskurs**

Schenefeld bei Hamburg, 24. August 2021. **The Creative Club (TCC), ehemals fabfab, führt auch im 1. Halbjahr 2021 den rasanten Erfolgskurs im digitalen Do-it-yourself-Geschäft (DIY) fort:**

- **Der Umsatz in Deutschland wächst über 70 % im Vergleich zum Vorjahr.**
- **TCC ist somit doppelt so stark gewachsen wie der DIY-Markt und dreimal so stark wie der gesamte E-Commerce-Markt in Deutschland.¹**
- **In den Niederlanden beläuft sich das Umsatzwachstum von TCC auf beeindruckende 130 %.**
- **Das Unternehmen mit Sitz in Hamburg und Berlin baut damit weiter seine führende Rolle als die digitale Online-Kreativplattform in Europa aus.**
- **Für die Zukunft ist die weitere internationale Expansion geplant. Das Ziel: globaler Marktführer im 100 Milliarden Euro großen DIY-Segment werden.**

fabfab (fabulous fabrics) begann als Online-Händler für Stoffe und Nähzubehör. Heute ist das Kreativunternehmen ein digitales Schwergewicht, das auf 15 europaweiten Online-Plattformen – u. a. stoffe.de und makerist.de – über 30 000 physische DIY-Produkte und über 70 000 digitale Schnittmuster und E-Books anbietet. Um dieses umfangreiche Angebot auch über den Namen zu transportieren, haben die Unternehmensköpfe fabfab nun in The Creative Club umbenannt. Markendesign und -auftritt entwickelte Jung von Matt BRAND IDENTITY.

Dr. Andreas Seifert, CEO von The Creative Club, zum Marken-Relaunch: „Mit The Creative Club läuten wir eine neue Ära ein. Ein Name, der unseren Community-Gedanken verdeutlicht und gleichzeitig die Kreativität unserer Produkte, unserer Mitarbeiter*innen und des gesamten Unternehmens symbolisiert. Hier entsteht gerade eine neue globale Bühne für Kreativität!“

Mit über 600 neuen Produkten pro Monat ist TCC eine Innovationsmaschine, die 4000 Pakete pro Tag über das hauseigene Zentrallager im Großraum Hamburg in die Welt verschickt. Im Sinne der Nachhaltigkeit werden bereits 30 % der Importe als Überhangsware wieder in den Produktlebenszyklus zurückgeführt.

„Wir leben unser Geschäft mit der unbedingten Leidenschaft, Kund*innen glücklich zu machen“, erklärt Seifert. „Mit hoher Energie, Ideenreichtum und Wagemut machen wir unsere Kund*innen zu Fans unseres Clubs. Dabei ermöglichen wir ihnen nicht nur Produkte, Inspiration und einen Community-Austausch für ihre nächsten DIY-Projekte. Viel wichtiger ist uns, dass wir mit unserem Wirken zu ihrem Wohlbefinden beitragen“, so Seifert. Rund 91 % der Konsument*innen geben an, dass Kreativarbeit sie entspannt. 93 % sehen das kreative Selbermachen als ihre Leidenschaft und Spaß an, 87 % als persönliches Erfolgserlebnis.²

Mehr „Purpose“ geht nicht.

¹ bevh – Der E-Commerce-Verband, 2021

² fabfab Brand Strategy Study, 2020



Pressemitteilung

Kernfaktor für diese erfolgreiche Wertschöpfung ist die starke Unternehmenskultur. Für die ca. 337 Mitarbeiter*innen aus 35 Nationen an zwei Standorten (Hamburg und Berlin) ist TCC mehr als nur ein Job. Jede*r Mitarbeiter*in gestaltet das Unternehmen mit, übernimmt Verantwortung und trägt die eigenen Ideen ins Team. Dabei ist das flexible Arbeiten genauso selbstverständlich wie eine offene Feedback- und Fehlerkultur und eine Frauenquote von nahezu 50 % in der Führungsebene und 70 % im gesamten Unternehmen. Hunde, Yoga-Stunden, frisches Obst und regionale Küche komplettieren dank des Feel-good-Teams das Arbeitsumfeld.

Redaktionelle Hinweise

Weitere Informationen finden Sie unter [The Creative Club](#).

Über The Creative Club

[The Creative Club](#) ist Europas führendes digitales Unternehmen im Do-it-yourself-Online-Markt. Neben den deutschsprachigen Kreativplattformen [stoffe.de](#) und [makerist.de](#) ist das Unternehmen noch in elf weiteren europäischen Ländern präsent und exportiert in über 50 Länder weltweit. Das Angebot umfasst über 30 000 physische DIY-Produkte und über 70 000 digitale Schnittmuster und E-Books. The Creative Club beschäftigt circa 337 Mitarbeiter*innen aus 35 Nationen an den zwei Standorten Hamburg und Berlin.

Pressekontakt

The Creative Club

Lisa Ulsamer

Tel.: +49 160 187 2396

E-Mail: presse@thecreativeclub.com