



## Pressemitteilung

### Aus fabfab wird The Creative Club:

#### Neues Markendach für Europas Do-it-yourself-Online-Marktführer von Jung von Matt

*Schenefeld bei Hamburg, 24. August 2021.* **fabfab (fabulous fabrics) begann als Online-Händler für Stoffe und Nähzubehör. Heute ist das Hamburger Unternehmen ein digitales Schwergewicht, das auf 15 europaweiten Online-Plattformen – wie [stoffe.de](https://stoffe.de) und [makerist.de](https://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 (TCC) umbenannt. Das Markendesign und den Markenauftritt entwickelte Jung von Matt.**

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 und des gesamten Unternehmens symbolisiert. **Hier entsteht gerade eine neue globale Bühne für Kreativität.**“

#### **fabfab ist Vergangenheit. TCC ist die Zukunft!**

Die neue Dachmarke verbindet gekonnt alle Mitarbeiter\*innen standortübergreifend in einem Club. Sie lockt neue Talente an und bietet noch mehr Potenzial für internationales Wachstum. Damit ist der Name The Creative Club die ideale Basis für eine attraktive Investor-und-Employer-Brand. Das Team von Jung von Matt BRAND IDENTITY hat diese Bedeutung äußerst gelungen in das Markendesign übersetzt.

Moritz Thauer, Consulting Director bei Jung von Matt BRAND IDENTITY: „Bei der Entwicklung des neuen Markenauftritts für The Creative Club haben wir uns stark vom Clubgedanken inspirieren lassen und mit dem Monogramm eine prägnante und wiedererkennbare Bildmarke geschaffen. Wie in einem echten Club können darunter alle Marken ihren Platz finden.“

Thauer erklärt weiter: „Das neue Logo erlaubt einen einfachen und modernen Auftritt nach außen und viel Varianz nach innen. Aus dem Monogramm wird zudem ein einfaches Gestaltungsprinzip abgeleitet, das den Mitarbeiter\*innen viele Freiheiten im Umgang mit der Marke ermöglicht – und damit auf die Unternehmensvision ‚Empowering people to bring creative ideas to life‘ einzahlt.“

#### **Innovationsmaschine: The Creative Club**

Mit über 600 neuen Produkten pro Monat ist The Creative Club eine Innovationsmaschine, die 4000 Pakete pro Tag über das hauseigene Schenefelder Zentrallager in die Welt verschickt. Im Sinne der Nachhaltigkeit werden bereits 30 % der Importe als Überhangware wieder in den Produktlebenszyklus zurückgeführt.



## Pressemitteilung

The Creative Club soll eine inspirierte, aktiv kommunizierte Marke sein. Zur Stärkung des Kommunikationsbereichs hat das Unternehmen daher Lisa Ulsamer als PR-und-Communications-Manager gewonnen. Ulsamer war vorher Beraterin bei der auf den Familienbereich fokussierten PR-Agentur rabach kommunikation GmbH und Co. KG.

### 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 30 000 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](mailto:presse@thecreativeclub.com)