

Haustex

Haustextilien, Bettwaren, Matratzen, Schlafsysteme

RÖWA
FASZINATION BETT



Bei wem kauft der Fachhandel **Matratzen** ein ?

Hamburg. In der September-Ausgabe der Haustex veröffentlichten wir unser erstes Kundenbarometer in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsunternehmen B+L in Bonn. Es analysierte Marktbedeutung und Performance ausgewählter Bettwaren-Anbieter im Fachhandel. In dieser Ausgabe nun die Fortsetzung, in der wir uns dem nicht minder spannenden Bereich der Matratzen-Anbieter widmen.

Die Hoffnung auf eine profunde Beratungskompetenz und eine repräsentative Matratzenabteilung sind gewichtige Gründe dafür, dass die Verbraucher den Weg in ein Bettenfachgeschäft finden. Ein umfassendes Matratzensortiment für jeden Geschmack und alle Anforderungen ist deshalb für den Bettenfachhandel eminent wichtig. In der Regel steuern darum auch Matratzen und Unterfederungen, inzwischen auch immer öfter Boxspring-Systeme, den Löwenanteil zum Umsatz in den Bettenfachgeschäften bei. Deshalb liegt es in der Natur der Sache, dass ein Fachgeschäft auf eine möglichst umfangreiche Bandbreite von Anbietern setzt. Es ist im Vergleich zu den Bettwaren nicht damit getan, sich spitz aufzustellen und sich auf ein oder zwei starke Anbieter zu konzentrieren. Das hat auch die Umfrage von B+L ergeben, die das Unternehmen Ende September/Anfang Oktober durchgeführt hat. Und wer gedacht hatte, die Ergebnisse der Bettwarenanbieter seien nicht zu toppen, hat sich getäuscht. Die acht Firmen, die wir näher unter die Lupe genommen haben, schneiden mit einer Ausnahme noch einmal besser ab als ihre Kollegen von der Weichware.

Erneut wurde eine repräsentative Zahl von Fachhändlern nach ihren generellen Einkaufsquellen gefragt sowie um ihre subjektive Einschätzung von acht ausgewählten, marktstarken Anbietern gebeten. Und wie bei der ersten Umfrage war die Bereitschaft des Handels zu einem Telefoninterview sehr hoch. Wenn in etwa jedes zweite Telefonat zu einem erfolgreichen Interview führt, ist das ein Spitzenwert. Allen Interviewten dafür ein herzliches Dankeschön, verbunden mit der Bitte, sich nicht minder engagiert bei unseren folgenden Befragungen zu zeigen. Es lohnt sich.

Standardmäßig geht die erste Frage darum, welche Marken überhaupt im Bettenfachhandel liegen, beziehungsweise woher der Handel seine Ware bezieht. Im Vergleich zum Bettwarensortiment wurde deutlich, dass der Matratzenmarkt stärker diversifiziert ist: Im Bettengeschäft sind mehr Matratzenanbieter als Bettwarenanbieter zu finden. Das belegen die durchschnittlichen Marktanteile der Top 5 und Top 10 beider Bereiche. Die fünf größten Bettwarenanbieter kamen in unserer Umfrage auf einen durchschnittlichen Marktanteil von 31 Prozent. Bei der Matratze kommen die fünf am meisten genannten auf rund 35 Prozent. Ähnlich bei den zehn im Fachhandel am stärksten geordneten Hersteller. Bei der Bettware kommen die Unternehmen auf einen Durchschnittsmarktanteil von 21 Prozent, die Matratze hat auch hier mit gut 24 Prozent die Nase vorne. Umso beachtlicher angesichts der Markenvielfalt im Handel ist der hohe Marktanteil, den unsere Umfrage für den Branchenführer Röwa ergeben hat. 44 Prozent der Befragten erklärten, dass sie Produkte des Mössinger Unternehmens in ihrem Geschäft führen. Dicht dahinter folgen Rummel und Tempur mit 39 beziehungsweise 36 Prozent. Es folgen auf den Plätzen Lattoflex und Werkmeister. Bemerkenswert ist aus unserer Sicht die österreichische Firma Optimo, der es gelungen ist, sich dahinter mit 22 Prozent der Nennungen ebenfalls ein schönes Stück aus dem deutschen Matratzenmarkt zu erobern. Weitere Firmen mit nennenswerten Anteilen sind Grosana, Fey, Metzeler und schließlich Swisflex auf Platz zehn. Die Marke hat in der Branche immer noch Klang. Daher haben wir sie auch in unsere detaillierte Umfrage mit aufgenommen. Auf den folgenden Seiten finden sie die detaillierte Auswertung der acht ausgewählten Matratzenanbieter. ■

Bei welchen Anbietern von **Matratzen** kaufen Sie ein ?

Lieferant	Gesamt
1. Röwa	44%
2. Rummel	39%
3. Tempur	36%
4. Lattoflex	30%
5. Werkmeister	25%
6. Optimo	22%
7. Grosana	14%
Fey	14%
9. Metzeler	12%
10. Swissflex	9%
11. Irisette/Badenia	6%
12. Schramm	5%
13. Malie	4%
Hukla	4%
Veldeman	4%

**Weitere Anbieter, die mehrfach genannt wurden
(in alphabetischer Reihenfolge):**

Bast, Diamona, Frankenstolz, Froli, Hüsler, Kremat, Schlaraffia, Superba

Matratzen-Anbieter übertrumpfen ihre Bettwaren-Kollegen

Hamburg. In unserem ersten Kundenbarometer erhielten die acht ausgewählten Bettwarenanbieter vom Handel ein super Zeugnis ausgestellt. Mit nur wenigen Ausnahmen bescheinigte ihnen der Bettenfachhandel eine wirklich gute Arbeit. Doch die Kollegen von der Matratze konnten diese Leistung noch einmal toppen und stellen sich in der aktuellen Umfrage noch besser dar, erhalten noch bessere Noten. Allerdings mit Ausnahme eines Anbieters.

Was für ein Unterschied: Auf der einen Seite sieben Matratzen-Anbieter mit zum Teil wirklich brillanten Noten in den 16 abgefragten Kategorien, bei denen nach dem Prinzip der Schulnoten meist eine 1 vor dem Komma steht. Auf der anderen Seite Swissflex, mit einer Durchschnittsnote von 2,88. Das entspricht einer 3+, kann aber für den Recticel-Konzern nicht wirklich befriedigend sein. Es ist schade, was aus dieser tollen Marke geworden ist.

Während sich bei den Bettwaren nur drei Unternehmen als Sieger in den 16 Kategorien wiederfanden, gibt es diesmal sechs Firmen, die in wenigstens einer Kategorie den ersten Platz erringen konnten. Dreimal gab es sogar zwei Sieger mit identischen Noten bis in die Hundertstel Stelle: bei der Vertriebspolitik, der Warenverfügbarkeit und der Lieferzuverlässigkeit. Insgesamt wurden also sogar 19 erste Plätze vergeben. Champion, was die Zahl der ersten Plätze angeht, ist die Marke Lattoflex. In sechs Kategorien war die Performance des Unternehmens nicht zu überbieten. Jeweils dreimal konnten Grosana, Optimo, Röwa und Werkmeister den ersten Platz davon tragen. Tempur gewann einmal, wen wundert's, in der Kategorie Markenstärke.

Schaut man sich die Noten der Kategorie-Sieger an, dürfte dem einen oder anderen Wettbewerber etwas schwummerig werden. In sage und schreibe sieben Disziplinen schnitten sie mit der Schulnote 1 ab, also nicht schlechter als 1,44. Die am wenigsten gute Note, von schlecht kann ja wirklich nicht die Rede sein, ist eine 1,73 von Lattoflex bei der Verkaufsförderung – eine 2+. Es sind somit alles würdige Sieger.

Doch erste Plätze sind in der Gesamtabrechnung nicht alles. Im Ranking der acht Unternehmen, gemessen nach Durchschnittsnote und Punktzahl, ergibt sich ein etwas anderes Bild. Da liegt Röwa Dank einer über alle 16 Disziplinen tollen Vorstellung mit einer Durchschnittsnote von 1,74 einen Hauch vor Lattoflex mit 1,77, gefolgt von Werkmeister, mit einer 1,80 nur weitere drei Hundertstel dahinter. Auch die folgenden Firmen liegen dicht auf: Optimo 1,83, Grosana 1,84 und Rummel 1,90. Etwas weiter hinten liegt Tempur mit einer immer noch guten 2,08 als Note. Und dann, wie gesagt, Swissflex abgeschlagen als Letzter. Dass die Abstände zwischen den ersten sechs Firmen in der Umfrage so eng ausfallen würden, war nicht unbedingt zu erwarten. Eigentlich können sich daher sieben Unter- ▶

Sieger nach **Kriterien**

Kategorie	Sieger	Ø-Note
Lieferzuverlässigkeit	Grosana / Röwa	1,29
Freundlichkeit	Lattoflex	1,30
Qualität Innendienst	Lattoflex	1,31
Produktqualität	Röwa	1,32
Markenstärke	Tempur	1,36
Sympathiewert	Werkmeister	1,41
Lieferschnelligkeit	Grosana	1,43
Kulanz	Optimo	1,54
Preis-Leistungs-Verhältnis	Grosana	1,56
Qualität Außendienst	Lattoflex	1,56
Zukunftsperspektiven	Lattoflex	1,56
Reklamationsbearbeitung	Optimo	1,57
Warenverkäuflichkeit	Röwa / Werkmeister	1,69
Vertriebspolitik	Werkmeister / Lattoflex	1,70
Konditionen	Optimo	1,71
Verkaufsförderung	Lattoflex	1,73

Sympathiewert		Freundlichkeit		Preis-Leistungs-Verhältnis		Produktqualität	
Werkmeister	1,41	Lattoflex	1,30	Grosana	1,56	Röwa	1,32
Lattoflex	1,48	Optimo	1,40	Optimo	1,65	Werkmeister	1,35
Röwa	1,55	Werkmeister	1,41	Röwa	1,73	Rummel	1,60
Optimo	1,62	Rummel	1,53	Werkmeister	1,76	Optimo	1,64
Grosana	1,72	Röwa	1,55	Rummel	1,84	Lattoflex	1,65
Rummel	1,76	Grosana	1,61	Lattoflex	2,17	Grosana	1,68
Tempur	2,07	Tempur	1,78	Tempur	2,79	Tempur	1,78
Swissflex	3,18	Swissflex	2,76	Swissflex	3,24	Swissflex	2,82

Vertriebspolitik		Warenverkäuflichkeit		Lieferzuverlässigkeit		Lieferschnelligkeit	
Werkmeister	1,70	Röwa	1,69	Grosana	1,29	Grosana	1,43
Lattoflex	1,70	Werkmeister	1,69	Röwa	1,29	Röwa	1,53
Grosana	1,77	Optimo	1,81	Optimo	1,32	Werkmeister	1,55
Röwa	1,78	Grosana	1,85	Werkmeister	1,33	Optimo	1,57
Optimo	1,80	Rummel	1,91	Rummel	1,48	Tempur	1,61
Rummel	1,84	Tempur	1,97	Lattoflex	1,52	Rummel	1,79
Tempur	2,67	Lattoflex	2,13	Tempur	1,52	Lattoflex	2,06
Swissflex	3,65	Swissflex	3,31	Swissflex	2,12	Swissflex	2,65

Ranking nach Durchschnittsnoten

Hier werden alle Noten eines Anbieters addiert und daraus die Durchschnittsnote über alle Kategorien ermittelt. Sie sagt nichts über die Verteilung der Einzelnoten aus.

Platzierung / Firma	Durchschnittsnote
Röwa	1,74
Lattoflex	1,77
Werkmeister	1,80
Optimo	1,83
Grosana	1,84
Rummel	1,90
Durchschnitt aller Firmen	1,98
Tempur	2,08
Swissflex	2,88

Ranking nach Punkten

Dieses Ranking wertet die Platzierungen der einzelnen Unternehmen in den 16 Kategorien. Ähnlich der Punktevergabe der Formel 1-Autoren zählt jeder erste Platz 8, der zweite 7, der dritte 6 Punkte usw. in absteigender Reihenfolge. Die Noten spielen dabei keine Rolle.

Platzierung / Firma	Gesamtpunktzahl
Röwa	99
Werkmeister	91
Optimo	87
Lattoflex	85
Grosana	83
Durchschnitt aller Firmen	73
Rummel	64
Tempur	50
Swissflex	21

Konditionen		Kulanz		Reklamationsbearbeitung		Qualität Außendienst	
Optimo	1,71	Optimo	1,54	Optimo	1,57	Lattoflex	1,56
Grosana	1,79	Röwa	1,64	Röwa	1,66	Röwa	1,75
Rummel	1,91	Grosana	1,75	Werkmeister	1,68	Optimo	1,98
Werkmeister	2,00	Rummel	1,81	Grosana	1,88	Tempur	2,00
Röwa	2,13	Werkmeister	1,91	Rummel	1,89	Grosana	2,04
Lattoflex	2,41	Lattoflex	2,05	Lattoflex	1,98	Rummel	2,05
Swissflex	2,88	Tempur	2,48	Tempur	2,38	Werkmeister	2,08
Tempur	2,97	Swissflex	2,63	Swissflex	2,93	Swissflex	2,65

Qualität Innendienst		Verkaufsförderung		Markenstärke		Zukunftsperspektive	
Lattoflex	1,31	Lattoflex	1,73	Tempur	1,36	Lattoflex	1,56
Werkmeister	1,57	Tempur	1,91	Lattoflex	1,78	Werkmeister	1,87
Optimo	1,68	Röwa	2,15	Röwa	2,37	Röwa	1,90
Grosana	1,71	Rummel	2,36	Swissflex	2,53	Grosana	1,92
Röwa	1,72	Grosana	2,38	Werkmeister	2,82	Tempur	2,04
Rummel	1,72	Werkmeister	2,62	Rummel	2,91	Optimo	2,05
Tempur	1,98	Optimo	2,67	Grosana	3,00	Rummel	2,06
Swissflex	2,82	Swissflex	2,75	Optimo	3,25	Swissflex	3,18

nehmen als Sieger in den Augen ihrer Kunden sehen.

Neben dem Noten-Ranking nehmen wir auch eine Platzierung nach Punkten vor. Dabei bekommt ein Unternehmen für den ersten Platz 8 Punkte, für den zweiten 7, bis zu einem Punkt für den Achteplatzierten. Es sind also für ein Unternehmen maximal 128 Punkte möglich, wenn man in allen Kategorien gewinnt, und mindestens 8 Punkte. Durch dieses Verfahren werden die Unterschiede zwischen den Marken deutlicher, spreizt sich das Feld etwas weiter auf. Auch hier liegt Röwa mit 99 Punkten ganz vorne. Bei Lattoflex macht sich allerdings bemerkbar, dass man trotz allgemein guter Noten in der einen oder anderen Kategorie in der unteren Hälfte der Tabelle erscheint. Dadurch kommt das Bremervörder Unternehmen lediglich auf 85 Punkte und auf den vierten Platz. Davor geschoben haben sich Werkmeister und Optimo mit 91 und 87 Punkten. Sie profitieren von den insgesamt etwas höheren

Platzierungen. Werkmeister findet sich nur viermal in der unteren Tabellenhälfte wieder, Optimo desgleichen. Schlusslicht Swissflex kommt auf gerade mal 21 Punkte.

Man kann es aber drehen und wenden, wie man möchte: Röwa ist nach Einschätzung des deutschen Bettenfachhandels unter den führenden Matratzen-Anbietern die Nummer eins. Eine Gesamtnote von 1,74 spricht eine deutliche Sprache. In der Produktqualität wird das Unternehmen mit einer 1 (1,32) bewertet. Außerdem liegt das Unternehmen in den Kategorien Warenverkäuflichkeit (1,69) und Liefertreue (1,29) in der Gesamtwertung an erster Stelle. Es ist jedoch zu erwarten, dass dem Geschäftsführer Manfred Greiner, ein Perfektionist im positiven Sinne, dieser Erfolg nicht reichen wird. Denn bei genauerem Hinsehen gibt es noch Möglichkeiten der Verbesserung, wenn es angesichts des Wettbewerbs auch schwer fallen dürfte. Denn wenn man mit der Note 1,55 bei der Frage nach der Freund- ►

lichkeit des Anbieters nur den fünften Platz erreicht, liegt die Latte der Verbesserung verdammt hoch. Schließlich entspräche dieser Wert in der Schule einer 2+. Welcher Schüler hätte sich über solch eine Note nicht gefreut? Auch beim Thema Konditionen und Innendienst gibt es vier Unternehmen, die besser bewertet werden.

Lattoflex kann sogar sechs Kategorien für sich entscheiden. Bei der Freundlichkeit, dem Innen- und dem Außendienst macht dem Unternehmen

keiner etwas vor. Ebenso liegt das Unternehmen aus Bremervörde bei den Kriterien Vertriebspolitik und Verkaufsförderung ganz vorne. Wundert es da, wenn der Fachhandel der Mannschaft um Boris Thomas auch den ersten Platz bei der Frage nach der Zukunftsperspektive einräumt? Aber, und das muss auch erwähnt werden, bei den Themen Preis/Leistung, Verkäuflichkeit, Schnelligkeit, Konditionen, Kulanz und Reklamation machen die meisten der anderen abgefragten Firmen Lattoflex etwas vor. Wobei: Eine 2,41 als schlechteste Noten bei den Konditionen ist nun wirklich kein Beinbruch. Es ist immer noch eine 2.

Durchschnittsnoten der Kategorien

Kategorie	Durchschnittsnote
Zuverlässigkeit	1,48
Freundlichkeit	1,67
Qualität	1,73
Schnelligkeit	1,77
Innendienst	1,81
Sympathie	1,85
Kulanz	1,98
Reklamationen	2,00
Außendienst	2,01
Verkäuflichkeit	2,04
Zukunftsperspektiven	2,07
Preis/Leistung	2,07
Vertriebspolitik	2,11
Konditionen	2,23
Verkaufsförderung	2,32
Markenstärke	2,50

Und dann kommt Werkmeister, eher einer der Stillen unter den Matratzenanbietern aus dem Norden der Republik. Ein gutes Beispiel dafür, dass man nicht unbedingt lärmern muss, um Erfolg zu haben. Das in Henstedt bei Hamburg ansässige Unternehmen führt eine lupenreine Fachhandelsstrategie, und das wird offenbar honoriert. In vier Kategorien benoten die Händler die Leistungen des Unternehmens mit einer 1(-): bei der Sympathie des Anbieters, der Freundlichkeit, der Qualität und der Zuverlässigkeit. Das sind Pfunde, mit denen sich wuchern ließe. Als bestes der acht Unternehmen wird es bewertet bei der Freundlichkeit, der Verkäuflichkeit der Ware und der Zuverlässigkeit der Lieferung. Wenn es etwas gibt, wo Firmenchef Uwe Saenger noch optimieren könnte, dann bei den Kategorien Verkaufsförderung und Markenstärke, was ursächlich miteinander verbunden ist. Hier muss sich das Unternehmen mit der Note 3 (2,62 bzw. 2,82) weiter hinten im Konzert der acht Firmen einreihen. Und auch wenn der Außendienst als gut bewertet wird (2,08): Es gibt mit Swissflex nur einen Anbieter, der schlechter positioniert ist.

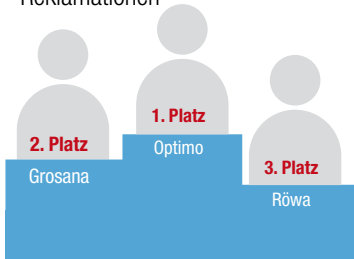
Die österreichisch Firma Optimo hat seit Anfang dieses Monats mit Hans Heiling einen neuen Geschäftsführer. Er folgt auf Frank Schleipfenbauer und findet für die weitere Entwicklung des Unternehmens beste Voraussetzungen vor. Eine Gesamtnote von 1,83, also eine gute 2, und ein Marktanteil von 22 Prozent im deutschen Bettenfachhandel sind ein deutliches Indiz dafür, dass

Die Unterschiede liegen im Detail

Was ist Ihnen wichtig: Geld, Image, Zukunft? Diese Kategorien geben Orientierung.

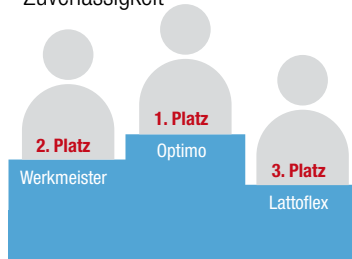
Geld

Konditionen, Kulanz
Reklamationen



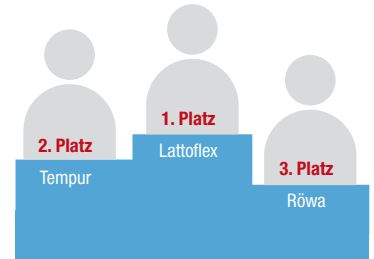
Mensch

Sympathie, Freundlichkeit
Zuverlässigkeit



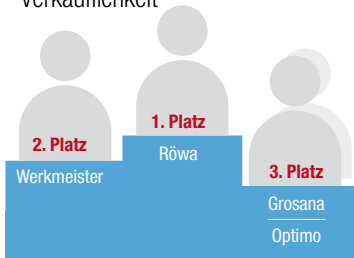
Image

Markenstärke, Qualität



Produkt

Qualität, Preis-Leistung,
Verkäuflichkeit



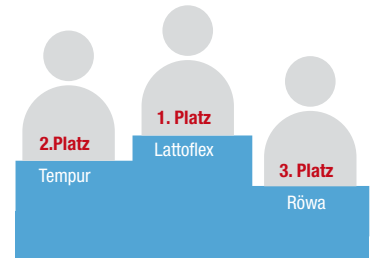
Service

Vertriebspolitik, Außendienst,
Innendienst, Schnelligkeit



Zukunft

Markenstärke, Verkaufsförderung



man bei der Eroberung des deutschen Marktes einiges richtig macht. Wenn es um den pekuniären Gedanken geht, macht den Österreichern keiner so schnell etwas vor: Platz eins bei den Kategorien Kulanz, Reklamationsbearbeitung und Konditionen. Potenzial bietet offenbar das Thema Verkaufsförderung, denn bei diesem Gesichtspunkt steht das Unternehmen nur auf Platz sieben.

Nur um eine Hundertstel Note schlechter als Optimo ist Grosana und läuft mit einer Gesamtnote von 1,84 auf Platz fünf ein. Sieger ist die Firma aus Reutlingen in den Kategorien Preis/Leistung, Zuverlässigkeit und Schnelligkeit. Eine Schippe drauflegen sollte Grosana allerdings noch bei der Freundlichkeit und der Markenstärke. Wenn die Qualität mit einer 2 benotet wird, kann man nicht

wirklich behaupten, dass das Team um Inhaber Ulrich Schwenk damit ein Problem hat, aber es gibt immerhin fünf Firmen, die besser bewertet werden. Das dürfte dem Produkt-Tüftler gar nicht gefallen. Auch an der stärkeren Etablierung der Marke im Handel sollte noch gearbeitet werden.

Wenn ein Unternehmen eine gute 2 (1,90) in der Gesamtbewertung erhält, sollte man meinen, dass es im Ranking ziemlich weit vorne landen sollte. Bei der Bettwaren-Umfrage ist Brinkhaus dies zumindest mit einer 1,94 und Platz 2 gelungen. Für Rummel reicht es dennoch nur zum Platz sechs, was die bärenstarke Gesamtperformance der Matratzen-Anbieter unterstreicht. Dabei steht bei Rummel in zwölf der 16 Kategorie-Noten eine eins vor dem Komma. Bei der Zuverlässigkeit schrammt man mit einer 1,48 ►

sogar nur ganz knapp an einer eins als Endnote vorbei und kommt trotzdem nur auf den fünften Platz. Immerhin landet die Firma bei Qualität und Konditionen unter den Top 3. In der oberen Hälfte bewegt man sich außerdem bei der Freundlichkeit, der Kulanz und der Verkaufsförderung.

Mit Tempur landet ein Spezialist für Visko-Schäume auf dem siebten Rang. Das klingt schlechter, als es in Wirklichkeit ist, denn eine Endnote 2 (2,08) ist und bleibt nun einmal im wahrsten Sinne des Wortes gut. Am besten bewertet wird die Markenstärke, das dürfte keine Überraschung sein. Bei der Verkaufsförderung steht das Unternehmen auf Platz zwei hinter Lattoflex, das dürfte angesichts des hohen Werbebudgets, den das Unternehmen seit Jahren fährt, schon mehr überraschen. Mit einer glatten zwei wird der Außendienst bewertet und liegt damit immerhin in der oberen Tabellenhälfte. Damit das Unternehmen bei der nächsten Umfrage im kommenden Jahr besser abschneidet, könnte es an den Konditionen, der Kulanz und der Reklamationsbearbeitung arbeiten.

Über Swissflex soll an dieser Stelle nicht viel gesagt werden, die Ergebnisse sprechen für sich. In der Bewertung liegt die Marke derzeit deutlich hinter den anderen zurück. Zu sehen, dass die Vertriebspolitik mit einer 4 (3,65) bewertet wird, muss die Verantwortlichen schmerzen. Aber der Recticel-Konzern hat die Probleme offenbar erkannt. Zur Möbelmesse in Köln kündigt Georg Lörz, verantwortlich für die Konzern-Marken in der Schweiz und in Deutschland, nicht nur eine neue Unterfederung an. Auch die Matratzen sind überarbeitet worden und enthalten künftig eine Geltex-Komponente. Doch damit dürfte es nicht getan sein.

Unser nächstes Kundenbarometer planen wir für die März-Ausgabe. Dann untersuchen wir den Markt der Bettwäsche. ■

Röwa ist Marktführer im Bettenfachhandel nach Marktanteilen und in der Bewertung der Kunden.



RÖWA
FASZINATION BETT



FASZINATION BETT.

RÖWA
FASZINATION BETT



Aus besonderen Ansprüchen entspringen Ideen, die begeistern. Aus der Leidenschaft für Perfektion und Qualität entstehen Produkte, die faszinieren.

Betten und Bettsysteme von Röwa. Die perfekte Synthese aus Design und Komfort, Funktion, Ergonomie und individueller Gestaltung.

roewa.de

