

Haustex

Haustextilien, Bettwaren, Matratzen, Schlafsysteme

RÖWA
FASZINATION BETT



Wo kauft der Fachhandel seine Matratzen?

Hamburg. Vor einem Jahr veröffentlichten wir das erste Kundenbarometer über Matratzen-Anbieter im Bettenfachhandel und die meisten der acht untersuchten Unternehmen konnten sich über ein gutes Abschneiden freuen. Jetzt kommt mit der zweiten Auflage der Handelsbefragung für die Unternehmen die Stunde der Wahrheit: Konnte man seine Marktposition halten, vielleicht sogar verbessern und kann man die Performance nach Meinung der Bettenfachhändler bestätigen?

Ende September/Anfang Oktober befragte das Bonner Marktforschungsinstitut B+L wieder 170 Bettenfachhändler über den Matratzen-Markt im Allgemeinen und Ihre Meinung zu acht ausgewählten Lieferanten im Besonderen. Wie im letzten Jahr bei der ersten Befragung wurden wieder die gleichen acht Firmen unter die Lupe genommen, auch wenn Swissflex erneut nicht zu den Top acht in der Verbreitung im Bettenfachhandel gehört. Aber die Recticel-Marke hat in den letzten zwölf Monaten einige Anstrengungen im Produkt und im Marketing unternommen, sodass es durchaus angebracht ist, das Standing dieser Marke im Handel und eventuelle Veränderungen näher zu analysieren.

Wie üblich klopfen wir mit der ersten Frage die Verbreitung der wichtigsten Lieferanten im Bettenfachhandel ab. Dabei geht es lediglich um die Frage, welche Marken der betreffende Händler führt, nicht um seine Umsätze, die er mit den Marken erzielt. Aber die Verbreitung dürfte auch einen guten Anhaltswert über die Umsätze der Firmen abgeben.

Röwa konnte seine Position als Nummer eins in der Verbreitung halten. Dass der Verbreitungsgrad mit 52 Prozent um acht Prozent über dem Vorjahreswert liegt, dürfte allerdings auch teilweise an methodischen Modifikationen in der Befragung liegen. Dadurch kommen auch die meisten an-

deren Top-Lieferanten des Handels auf höhere Prozentwerte als im Vorjahr. Unabhängig davon ist die Tatsache, dass etwas mehr als jeder zweite Befragte angibt, Röwa in seinem Sortiment zu führen, ein stolzer Wert. Knapp dahinter läuft Rummel auf Platz zwei der Verbreitung mit 50 Prozent ein. Der Abstand zwischen den beiden Unternehmen war im letzten Jahr noch etwas deutlicher, als Rummel auf 39 Prozent kam. Auch Tempur konnte seinen Platz drei halten mit einem Verbreitungsgrad von 43 Prozent, nach 36 Prozent im Vorjahr.

Auf Platz vier eine Veränderung: Werkmeister verdrängt Lattoflex auf den fünften Platz, liegt mit einem Anteil von 39 Prozent jetzt vor dem Unternehmen aus Bremervörde, das auf 35 Prozent kommt. Optimo und Grosana konnten ihre Plätze in der Verbreitung ebenfalls mit 31 beziehungsweise 28 Prozent bestätigen. Platz acht geht an Fey mit 12 Prozent und liegt damit erneut vor Swissflex, das im Vergleich zum Vorjahr unverändert auf 9 Prozent kommt. Metzeler erreicht eine Verbreitung im Fachhandel von 8 Prozent. Malie, Badenia gemeinsam mit seiner Lizenzmarke Irisette, Schramm, Hukla und Veldemann erreichen wie in der ersten Umfrage niedrige einstellige Prozentwerte.

Auf den folgenden Seiten lesen Sie eine detaillierte Analyse der Handelsumfrage für die acht ausgewählten Lieferanten. ■

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

Lieferant	Gesamt
1. Röwa	52 %
2. Rummel	50 %
3. Tempur	43 %
4. Werkmeister	39 %
5. Lattoflex	35 %
6. Optimo	31 %
7. Grosana	28 %
8. Fey	12 %
9. Swissflex	9 %
10. Metzeler	8 %
11. Malie	5 %
12. Froli	4 %
Irisette/Badenia	4 %
Schramm	4 %
Veldeman	4 %
Hukla	4 %

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

Diamona, Technogel, Hüsler, Schlaraffia

Röwa verteidigt seinen Titel

16 Disziplinen, 16 Einzelnoten: Sie entscheiden erneut darüber, welcher Anbieter von Matratzen und Schlafsystemen in diesem Jahr vom Handel am besten bewertet wird. Und es ist erneut Röwa, mit einer im Vergleich zum Vorjahr sogar noch besseren Vorstellung. Die stärkste Verbesserung erreichte allerdings mit einer knappen halben Note Swissflex. Dieser Marke ist es durch diverse Maßnahmen und wohl nicht zuletzt durch seine neue Bridge-Technologie gelungen, wieder Anschluss an die führenden Anbieter im Markt zu gewinnen.

Die Bewertung der acht Unternehmen erfolgt in den 16 Kategorien nach Schulnoten, die wiederum in eine Platzierung münden (Näheres dazu auf Seite 36). Daraus errechnet sich eine Gesamtnote, die über den Gesamtsieger entscheidet. Außerdem nehmen wir eine Wertung nach Punkten vor: je besser die Platzierung, umso mehr Punkte. Erstmals können die Firmen auch vergleichen, wie sie sich im Vergleich zum Vorjahr aus Sicht der Kunden anstellen. Es gibt also eine Vielzahl von Aspekten, die für die Bewertung von Interesse sind. Beginnen wir bei der Platzierung.

Vier von acht Firmen gelang es, in mindestens einer Kategorie als beste abzuschneiden. Zwei weitere Unternehmen zählen zumindest in einer Kategorie zu den Top drei. Freude dürfte in dieser Hinsicht vor allem bei Lattoflex herrschen, denn es liegt bei der Zahl der ersten Plätze ganz weit vorne. Mit acht Erstplatzierungen kann das Unternehmen die Hälfte der Einzeldisziplinen für sich entscheiden – drei mehr als vor einem Jahr. Auch Röwa konnte mehr erste Plätze als vor Jahresfrist erringen: fünf nach drei im letzten Jahr. Werkmeister gelangen in diesem Jahr noch zwei erste Plätze, einer weniger als bei der ersten Umfrage; außerdem in anderen Disziplinen als im Vorjahr. Zwei erste Plätze teilte sich Werkmeister im letzten Jahr allerdings wegen der identischen Note mit Röwa und Lattoflex, die diesmal die Nase leicht vorne hatten. Tempur schließlich ist in dieser Umfrage erneut beispielhaft in der Kategorie Markenstärke.

Schaut man sich die Gesamtnoten der acht Unternehmen als Mittelwert aller 16 Einzelnoten an, sieht die Sache etwas anders aus. Röwa hat zwar etwas weniger erste Plätze, ist aber über alle Kategorien in seiner Leistung konstanter. In nur einer Kategorie schafft es das Mössinger Unternehmen nicht, unter die Top drei zu gelangen. Mit der Gesamtnote 1,71 kommt die Marke wie bereits im letzten Jahr auf den ersten Platz und verbessert sich darüber hinaus gegenüber dem Vorjahr in der Note sogar noch einmal leicht um 0,03. Platz zwei nimmt in diesem Jahr Werkmeister ein. Lag das Unternehmen letztes Jahr noch knapp hinter Lattoflex auf dem dritten Platz, reichte eine leichte Verbesserung der Gesamtnote um 0,03 auf 1,77, um einen Platz aufzurücken. Neben den zwei ersten Plätzen in den Einzeldisziplinen gelang es Werkmeister in acht weiteren Disziplinen unter die ersten drei zu kommen.

Lattoflex kommt sogar zwölfmal unter die Top drei. Mit der Note 1,79 (Vorjahr 1,77) reicht es in der Gesamtnote dennoch „nur“ zum dritten Platz in der Gesamtabrechnung. Die minimale Verschlechterung in der Gesamtnote zusammen mit der leichten Verbesserung von Werkmeister sorgt für den Platzwechsel. Der bei Sportereignissen undankbare, weil medaillenlose vierte Platz geht in diesem Jahr an Rummel. Das Unternehmen wird es in diesem Fall allerdings verschmerzen: Zum einen liegt gerade mal eine hundertstel Note zwischen Platz drei und vier, außerdem ist das fränkische Unternehmen in dieser Umfrage hinsichtlich der Platzierung so etwas wie der ▶

Sieger nach **Kriterien**

Kategorie	Sieger	Ø-Note
Lieferzuverlässigkeit	Röwa	1,23
Produktqualität	Röwa	1,28
Lieferschnelligkeit	Röwa	1,30
Freundlichkeit	Lattoflex	1,38
Qualität Innendienst	Lattoflex	1,44
Reklamationsbearbeitung	Lattoflex	1,47
Markenstärke	Tempur	1,49
Sympathiewert	Lattoflex	1,51
Vertriebspolitik	Lattoflex	1,53
Preis-Leistungs-Verhältnis	Werkmeister	1,61
Kulanz	Lattoflex	1,64
Warenverkäuflichkeit	Röwa	1,68
Zukunftsperspektiven	Röwa	1,72
Qualität Außendienst	Lattoflex	1,78
Konditionen	Werkmeister	1,81
Verkaufsförderung	Lattoflex	1,93

Shooting-Star: Vor zwölf Monaten kam Rummel lediglich auf Platz sechs. Damals gelang es der Firma in keiner Kategorie einen Platz auf dem Siegereppchen zu erringen, diesmal schaffte man es neunmal. In der Endabrechnung verbesserte Rummel seine Gesamtnote von 1,90 auf 1,80. Die Plätze zwei bis vier trennen also ganze vier Hundertstel in der Note. Eine ganz enge Kiste somit, die schon im nächsten Jahr erneut Veränderung bringen kann.

Platz fünf geht wie im letzten Jahr nach Noten an Grosana. Allerdings gelingt der Ideenschmiede aus Reutlingen in diesem Jahr in keiner Disziplin ein Platz unter den ersten drei. Die Durchschnittsnote sank außerdem von 1,84 auf 1,97, was immer noch ein glattes „gut“ als Schulnote ist.

Wenn ein Unternehmen zwei Plätze gut macht, muss zwangsläufig mindestens ein anderes Unternehmen darunter leiden. In diesem Fall ist es Optimo. Bei den Konditionen gelingt den Österreichern noch ein zweiter Platz, ansonsten rangiert es jenseits einer Top-drei-Platzierung. Ob die Gesamtleistung tatsächlich etwas nachgelassen hat, oder ob

die Ansprüche der Befragten seit der letzten Befragung gestiegen sind, darauf gibt die Umfrage leider keine Antwort. Unter dem Strich steht jedenfalls die Note 2,03, eine glatte zwei, aber eben auch 0,2 in der Note schlechter als in der ersten Befragung.

Für Tempur weht der Wind im Bettenfachhandel etwas härter. Nach wie vor gibt es seiner Meinung nach keinen Anbieter mit einer stärkeren Marke als Tempur. Und auch in der Verkaufsförderung steht die deutsche Vertriebs Tochter des amerikanischen Konzerns mit Platz zwei gut da – kein Wunder angesichts des Werbedrucks, den man im TV entfacht. Aber in der Endabrechnung sank die Durchschnittsnote um 0,36 auf nur noch 2,44. Damit liegt Tempur nur noch knapp vor Swissflex. Die Marke der Schweizer Recticel-Tochter hat sich auf der vergangenen Möbelmesse gründlich überarbeitet vorgestellt. Stichworte sind Geltex und Bridge-Technologie. Aber auch generell scheint die Marke in der Einschätzung des Bettenfachhandels wieder Boden gut zu machen. Darauf lässt die deutliche Verbesserung in der Gesamtnote schließen, die von 2,88 auf 2,45 verbessert werden konnte. Der Sprung

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	1,71
Werkmeister	1,77
Lattoflex	1,79
Rummel	1,80
Grosana	1,97
Durchschnitt aller Firmen	1,99
Optimo	2,03
Tempur	2,44
Swissflex	2,45

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	106
Lattoflex	97
Werkmeister	95
Rummel	93
Durchschnitt aller Firmen	72
Grosana	63
Optimo	54
Swissflex	35
Tempur	34

von fast einer halben Note nach oben lässt darauf hoffen, dass die Marke allmählich wieder zu altem Glanz gelangt.

Bei der Bewertung der Firmen nach Punkten spielt die Platzierung in den Einzelkategorien die Hauptrolle. Der erste Platz bringt wie üblich acht Punkte, der zweite sieben Punkte und der achte und letzte Platz noch einen Punkt. Im Vergleich zum Noten-Ranking ergibt sich daraus eine kleine Änderung in der Rangfolge. Röwa ist auch in dieser Disziplin die unangefochtene Nummer eins und schafft es in dieser Umfrage erstmals, in den erlauchten Kreis der Firmen mit einer dreistelligen Punktzahl zu gelangen. Fünf erste Plätze und 15 von 16 Kategorien unter den Top drei ergeben 106 Punkte, sieben mehr als im Vorjahr. Als Zweiter nach Punkten geht Lattoflex ins Ziel, mit 97 Punkten knapp den dreistelligen Bereich verfehlend. Vor einem Jahr kam Lattoflex lediglich auf 85 Punkte. Mit zwölf Platzierungen auf dem Siebertreppchen der Einzelkategorien, darunter achtmal der vollen Punktzahl für Platz eins, können die Leute aus Bremervörde, anders als in der Notenwertung, Werkmeister knapp hinter sich lassen, das auf 95 Punkte (Vorjahr 91) kommt – Dank zehn Platzierungen in den Top drei mit entsprechend hohen Punktzahlen. Die deutlich besseren Platzierungen für Rummel wirken sich natürlich auch in der Punkteabrechnung aus. Im letzten Jahr waren es erst 65, in diesem Jahr satte 93. Man bewegt sich in der Bewertung durch die Kunden somit durchaus auf Augenhöhe mit Lattoflex und Werkmeister.

Nun zu den Einzelergebnissen der acht näher beleuchteten Unternehmen. Dazu noch eine generelle Bemerkung vorweg: Beim Vergleich der durchschnittlichen Benotungen der 16 Kategorien mit den Vorjahreswerten kommt der Eindruck auf, dass die Befragten in diesem Jahr etwas kritischer oder gar anspruchsvoller an die Benotung herangegangen sind als im Vorjahr. Jedenfalls ist der Notenschnitt in neun Kategorien etwas mehr oder weniger gestiegen, während er sich lediglich in fünf verbesserte. Diese Tendenz sollte man bei der Analyse der Einzelwerte berücksichtigen, wenn sich die Veränderungen im Hundertstelbereich abspielen.

Röwa

Bei 15 Kategorien unter den Top drei, davon fünf erste Plätze, die Durchschnittsnote leicht auf 1,71 verbessert, insgesamt den ersten Platz des Vorjahres bestätigt: Da könnte man fast zur Tagesordnung übergehen, die tolle Leistung abhaken und zur nächsten Firma gehen. Aber beim Blick ins Detail ergibt sich doch der eine oder andere interessante Teilaspekt, der wert ist erwähnt zu werden. Die am wenigsten gute Note war im letzten Jahr die Markenstärke, bewertet mit einer 2,37. Sie konnte sich auf 2,23 verbessern. In diesem Jahr ist die Verkaufsförderung, traditionell eine vom Fachhandel eher kritisch betrachtete Kategorie, mit der Note 2,27 am schlechtesten bewertet. In insgesamt neun der 16 Disziplinen konnte sich Röwa gegenüber dem Vorjahr verbessern: Bei Sympathie und Freundlichkeit des Anbieters, Produktqualität, Vertriebspolitik, Zuverlässigkeit Reklamationsbearbeitung, Innendienst und Markenstärke konnte Röwa innerhalb eines Jahres leichte Verbesserungen der ohnehin guten Noten erzielen. Auffallend sind allerdings die Bewertungen bei der Schnelligkeit der Lieferungen und der Zukunftsperspektive des Unternehmens. Bei der Lieferschnelligkeit verbesserte sich Röwa von 1,53 auf eine sagenhafte 1,30, also eine fast um eine Viertelnote bessere Bewertung. Die Einschätzung der Zukunftsperspektive von Röwa kommt auf eine 1,72 nach 1,90 im letzten Jahr. Die besten Noten überhaupt erreicht Röwa, das in diesem Jahr sein 100-jähriges Bestehen feiert, in der Lieferzuverlässigkeit (1,23) und Produktqualität (1,28). In drei Kategorien erhält das Unternehmen also die Schulnote 1, mit einem ganz kleinen Minus dahinter.

Werkmeister

Mit der Durchschnittsnote 1,77 erreicht Werkmeister dicht hinter Röwa den zweiten Platz in der Gesamtwertung. Es gibt jedoch zwei Kriterien, die ein noch besseres Abschneiden von Werkmeister verhindert haben. Das eine ist die mit 2,68 unterdurchschnittlich bewertete Verkaufsförderung, das andere die ebenfalls klar unterdurchschnittliche Markenstärke mit 2,58. Allerdings hat sich das norddeutsche Unternehmen hinsichtlich der Markenstärke bereits signifikant verbessert. Im letzten Jahr gab es dort ►

Sympathiewert		Freundlichkeit		Preis-Leistungs-Verhältnis		Produktqualität	
Lattoflex	1,51	Lattoflex	1,38	Werkmeister	1,61	Röwa	1,28
Röwa	1,52	Werkmeister	1,43	Rummel	1,85	Werkmeister	1,36
Werkmeister	1,53	Röwa	1,48	Röwa	1,86	Lattoflex	1,64
Rummel	1,67	Rummel	1,53	Grosana	1,91	Rummel	1,65
Grosana	1,89	Grosana	1,80	Optimo	1,94	Grosana	1,68
Optimo	1,90	Swissflex	1,92	Lattoflex	2,44	Optimo	1,79
Swissflex	2,14	Optimo	1,97	Swissflex	2,60	Swissflex	1,87
Tempur	2,67	Tempur	2,46	Tempur	3,29	Tempur	2,11

Vertriebspolitik		Warenverkäuflichkeit		Lieferzuverlässigkeit		Lieferschnelligkeit	
Lattoflex	1,53	Röwa	1,68	Röwa	1,23	Röwa	1,30
Werkmeister	1,66	Werkmeister	1,71	Werkmeister	1,33	Rummel	1,44
Röwa	1,72	Rummel	1,92	Rummel	1,35	Werkmeister	1,47
Rummel	1,80	Grosana	1,96	Grosana	1,53	Grosana	1,52
Grosana	1,85	Optimo	2,04	Optimo	1,54	Optimo	1,62
Optimo	2,18	Lattoflex	2,17	Lattoflex	1,61	Tempur	1,65
Swissflex	2,60	Tempur	2,54	Tempur	1,64	Lattoflex	1,94
Tempur	2,97	Swissflex	2,67	Swissflex	2,87	Swissflex	2,93

noch die Note 2,82. Besonders geschätzt werden bei Werkmeister die Zuverlässigkeit der Lieferungen, die Qualität der Produkte, die Freundlichkeit und die Lieferschnelligkeit. In allen vier Kategorien liegen die Noten besser als 1,5. Besser als vor einem Jahr hat Werkmeister in folgenden Kategorien abgeschnitten: Preis-Leistungsverhältnis, Vertriebspolitik, Schnelligkeit, Konditionen, Kulanz, und Markenstärke. Konstante Leistungen bescheinigt der Handel Werkmeister bei Zuverlässigkeit und dem Außendienst. Seit März wird Werkmeister vom Triumvirat Jens Anweiler, Claus Michael Brandtner und Michael Sailer als Geschäftsführenden Gesellschaftern geleitet. Im Haustex-Interview vor zwei Monaten haben Sie einige Veränderungen angekündigt. Mal sehen, wie sie sich in der Umfrage im nächsten Jahr auswirken. Die Basis für eine weiterhin positive Entwicklung ist vorhanden.

Lattoflex

In acht Kategorien die Nummer eins, dazu ein weiterer zweiter und zwei dritte Plätze: In der Endabrechnung kommt Lattoflex mit der Gesamtnote 1,79

auf den dritten Rang. Die marginale Verschlechterung nach 1,77 im Vorjahr ist das Ergebnis einiger Veränderungen in den Einzelnoten. Warum die Zukunftsperspektiven des niedersächsischen Unternehmens in diesem Jahr mit 1,86 schlechter sein sollen als im letzten Jahr mit 1,56, wissen wahrscheinlich nur die Befragten selbst. Eine deutliche Veränderung nach unten hat es auch beim Preis-Leistungsverhältnis gegeben, das von 2,17 auf 2,44 gesunken ist. Auf der anderen Seite gibt es aber auch starke Ausschläge ins Positive, so beispielsweise bei der Vertriebspolitik, die sich von 1,70 auf 1,53 in der Note verbesserte. Auch an der Kulanz scheint Lattoflex gearbeitet zu haben, anders ist die Verbesserung von 2,05 auf 1,64 nicht zu erklären. Eine Differenz von fast einer halben Note ist jedenfalls signifikant. Noch stärker hat sich Lattoflex bei dem verwandten Thema Reklamationsbearbeitung verbessert: 1,47 nach 1,98. Von einer glatten 2 also zu einer wenn auch knappen 1- als Schulnote. In lediglich vier Kategorien schneidet Lattoflex im Vergleich zu den anderen sieben Unternehmen unterdurchschnittlich ab: Lieferschnelligkeit, Verkäuflichkeit der Produkte, Preis-Leistungsverhältnis

Konditionen		Kulanz		Reklamationsbearbeitung		Qualität Außendienst	
Werkmeister	1,81	Lattoflex	1,64	Lattoflex	1,47	Lattoflex	1,78
Optimo	1,88	Rummel	1,67	Röwa	1,62	Rummel	1,80
Rummel	1,88	Röwa	1,75	Rummel	1,69	Röwa	1,85
Grosana	1,93	Werkmeister	1,81	Werkmeister	1,74	Grosana	2,02
Röwa	2,16	Optimo	1,84	Optimo	1,84	Swissflex	2,07
Lattoflex	2,44	Grosana	2,00	Grosana	1,95	Werkmeister	2,08
Swissflex	2,67	Swissflex	2,33	Swissflex	2,57	Optimo	2,18
Tempur	3,47	Tempur	2,63	Tempur	2,64	Tempur	2,39

Qualität Innendienst		Verkaufsförderung		Markenstärke		Zukunftsperspektive	
Lattoflex	1,44	Lattoflex	1,93	Tempur	1,49	Röwa	1,72
Werkmeister	1,62	Tempur	2,09	Lattoflex	1,79	Rummel	1,81
Röwa	1,66	Röwa	2,27	Röwa	2,23	Lattoflex	1,86
Rummel	1,73	Swissflex	2,43	Werkmeister	2,58	Werkmeister	1,89
Grosana	1,84	Rummel	2,47	Rummel	2,60	Optimo	2,18
Optimo	1,94	Grosana	2,64	Swissflex	2,69	Grosana	2,21
Swissflex	2,21	Werkmeister	2,68	Optimo	2,80	Tempur	2,59
Tempur	2,36	Optimo	2,82	Grosana	2,85	Swissflex	2,64

und Konditionen. In den übrigen zwölf Disziplinen leistet das Unternehmen zum Teil deutlich Überdurchschnittliches.

Rummel

Mit Platz sechs war man bei Rummel im letzten Jahr nicht sonderlich zufrieden. Der Anspruch an sich selbst sei ein anderer, hieß es seinerzeit. Offenbar hat man im Fränkischen daraus Konsequenzen gezogen, denn die Werte der aktuellen Umfrage haben sich deutlich verbessert – in der Note wie in der Platzierung.

Diesmal gelang es Rummel immerhin neunmal, zu den drei besten Unternehmen in den Einzeldisziplinen zu gehören, im letzten Jahr keinmal. Und die Gesamtnote verbesserte sich von 1,90 auf 1,80. Macht in der Endabrechnung Platz vier, auch nach Punkten, nur noch knapp hinter den drei Führenden. In sechs Kategorien, also einem Drittel der gesamten Disziplinen, hat Rummel sich ganz nachhaltig verbessert. Wichtig ist dem Unternehmen aus Neustadt/Aisch die Lieferschnelligkeit.

Nicht umsonst verfügt man über einen umfangreichen Fuhrpark mit zahlreichen Lastzügen. In dieser Kategorie verbesserte sich Rummel auf die Note 1,44 nach 1,79. Nur ein anderes Unternehmen wird besser bewertet. Auch die Kulanz schneidet mit 1,67 nach 1,81 deutlich besser ab. Gleich um eine Viertelnote besser wird der Außendienst bewertet – 1,80 nach 2,05. Die Markenstärke, letztes Jahr mit 2,91 befriedigend, ist in diesem Jahr auf 2,60 gestiegen. Und die Zukunftsperspektiven von Rummel haben sich von 2,06 auf 1,81 verbessert. In drei weiteren Kategorien gelang es Rummel, sich zumindest leicht zu steigern. Die einzige Kategorie, die sich im Vorjahresvergleich etwas stärker in die falsche Richtung entwickelt hat, ist die Verkaufsförderung. Offenbar hat sich die in diesem Jahr neu aufgesetzte Traum-Werbestrategie bei den Traumverstehern im Handel noch nicht voll etablieren können.

Grosana

Das Unternehmen aus Reutlingen erreicht wie im letzten Jahr den fünften Platz, mit der guten Ge- ►

samtnote 1,97. Mit Ausnahme zweier Kategorien liegen alle übrigen Kategorien in der Note zwischen 1,52 und 2,21, also zwischen einer guten Zwei und einer Zwei minus. Lediglich bei der Verkaufsförderung und der Markenstärke erreicht das Unternehmen nur eine 2,64 beziehungsweise 2,85 als Note. Allerdings konnte sich Grosana gegenüber der letzten Befragung auch nur in zwei Kategorien verbessern. In besagter Markenstärke, die vor einem Jahr noch mit einer glatten 3,00 bewertet wurde und beim Außendienst, der sich von 2,04 auf 2,02 steigerte. Die Produktqualität wird mit 1,68 unverändert gut bewertet. In allen anderen Disziplinen fiel das Unternehmen gegenüber der letzten Umfrage ab. Besondere Stärken von Grosana sind die Lieferschnelligkeit, die Zuverlässigkeit, die Qualität der Ware, die Freundlichkeit, der Innendienst und die Vertriebspolitik.

Optimo

Der österreichische Matratzenproduzent Optimo konnte seine Position des letzten Jahres nicht behaupten und muss sich in diesem Jahr mit der Gesamtnote 2,03 auf Platz sechs einordnen. Statt dreier Kategorie-Siege im vergangenen Jahr reicht es diesmal nur noch zu einem zweiten Platz in der Kategorie Konditionen. Dass die Marke in Deutschland durchaus einen Klang hat, zeigt die Aufwärtstendenz bei der Markenstärke, sie verbesserte sich von Note 3,25 drastisch auf 2,80. In zwölf Kategorien steht bei den Optimo-Noten eine eins vor dem Komma, 16 Kategorien werden mit gut benotet. Die besonderen Stärken hat Optimo in den Kategorien Lieferzuverlässigkeit, Lieferschnelligkeit, Warenqualität, Reklamationsbearbeitung, Kulanz, und vor allem Konditionen, die mit der Note 1,88 für den zweiten Platz von allen reicht. Die Noten sind insgesamt wahrlich nicht schlecht, reichen allerdings diesmal nicht zu einem besseren Abschneiden.

Tempur

Was ist los bei Tempur? Aktuell steht dass Unternehmen im deutschen Bettenfachhandel nicht unbedingt im besten Licht. Innerhalb eines Jahres ist die Gesamtnote von einer absolut respektablen 2,08 auf 2,44 gesunken. Dabei kann man nicht behaupten, dass die Interviewten Tempur pauschal abgewertet hätten. Die Markenstärke wird durchaus anerkannt und mit 1,49 noch als sehr gut bewertet. Keine andere Marke reicht auch nur annähernd daran. Lattoflex folgt mit einem Abstand von einer Drittelnote, vom Umfrage-Sieger Röwa ganz zu schweigen. Auch bei Lieferzuverlässigkeit und Lieferschnelligkeit wird dem Steinhagener Unternehmen eine mehr als gute Performance bescheinigt. Bei der Verkaufsförderung liegt Tempur mit 2,09 hinter Lattoflex mit 1,93 auf Platz zwei. Eigentlich unverständlich, angesichts des Werbedrucks, den das Unternehmen in TV und Publikumspressen ausübt, und von dem die Matratzenbranche als Ganzes seit Jahren profitiert. Zu denken geben allerdings Punkte wie Vertriebspolitik (2,97), Preis-Leistungsverhältnis (3,29) und Konditionen (3,47). Nicht viel besser schneidet das Unternehmen bei Sympathie und Reklamationsbearbeitung ab (2,67 bzw. 2,64), was auch nur eine 3+ ist. Der Durchschnitt aller acht Unternehmen in diesen Disziplinen ist deutlich besser. Wenn man es positiv sehen will: Es sollte dem Unternehmen eigentlich nicht schwer fallen, die Benotungen im nächsten Jahr zu optimieren. Dass das geht, zeigt Swissflex.

Swissflex

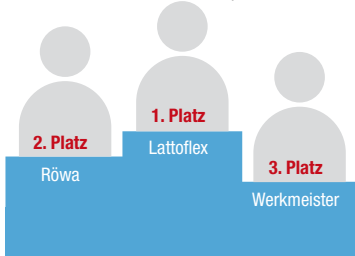
Vor einem Jahr war Swissflex die Marke, die sich von der Bewertung der übrigen sieben Anbieter relativ deutlich unterschied. Die Gesamtnote 2,88 lag schon recht weit entfernt von Tempur als Siebtem mit der Note 2,08, von den anderen Firmen ganz abgesehen. Seitdem hat die Konzernmutter Recticel einige Anstrengungen unternommen, um der Marke wieder Aufwind zu verschaffen.

Die Unterschiede liegen im Detail

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

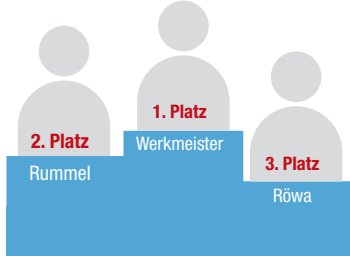
Mensch

Sympathie, Freundlichkeit
Außen- und Innendienstqualität



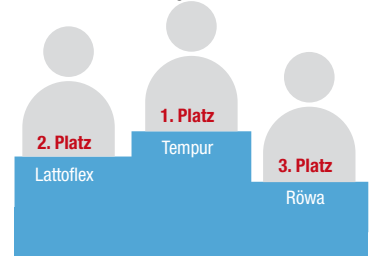
Geld

Preis-Leistungsverhältnis, Konditionen,
Kulanz, Reklamationsbearbeitung



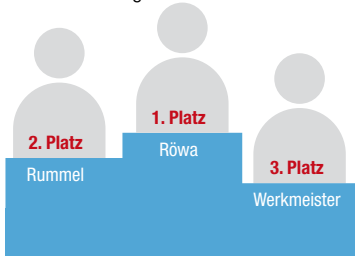
Image

Markenstärke,
Verkaufsförderungsmaßnahmen



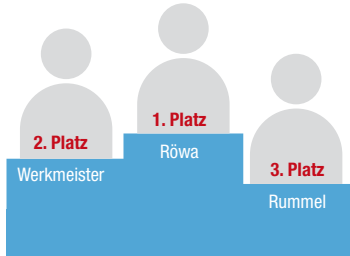
Service

Lieferzuverlässigkeit,
Lieferschnelligkeit



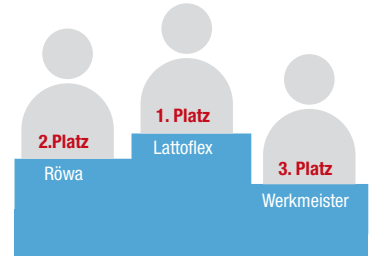
Produkt

Qualität, Verkäuflichkeit



Zukunft

Vertriebspolitik, Zukunftsperspektiven



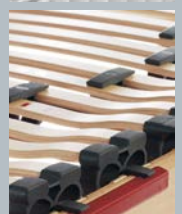
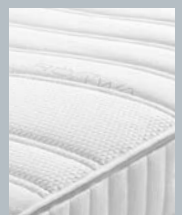
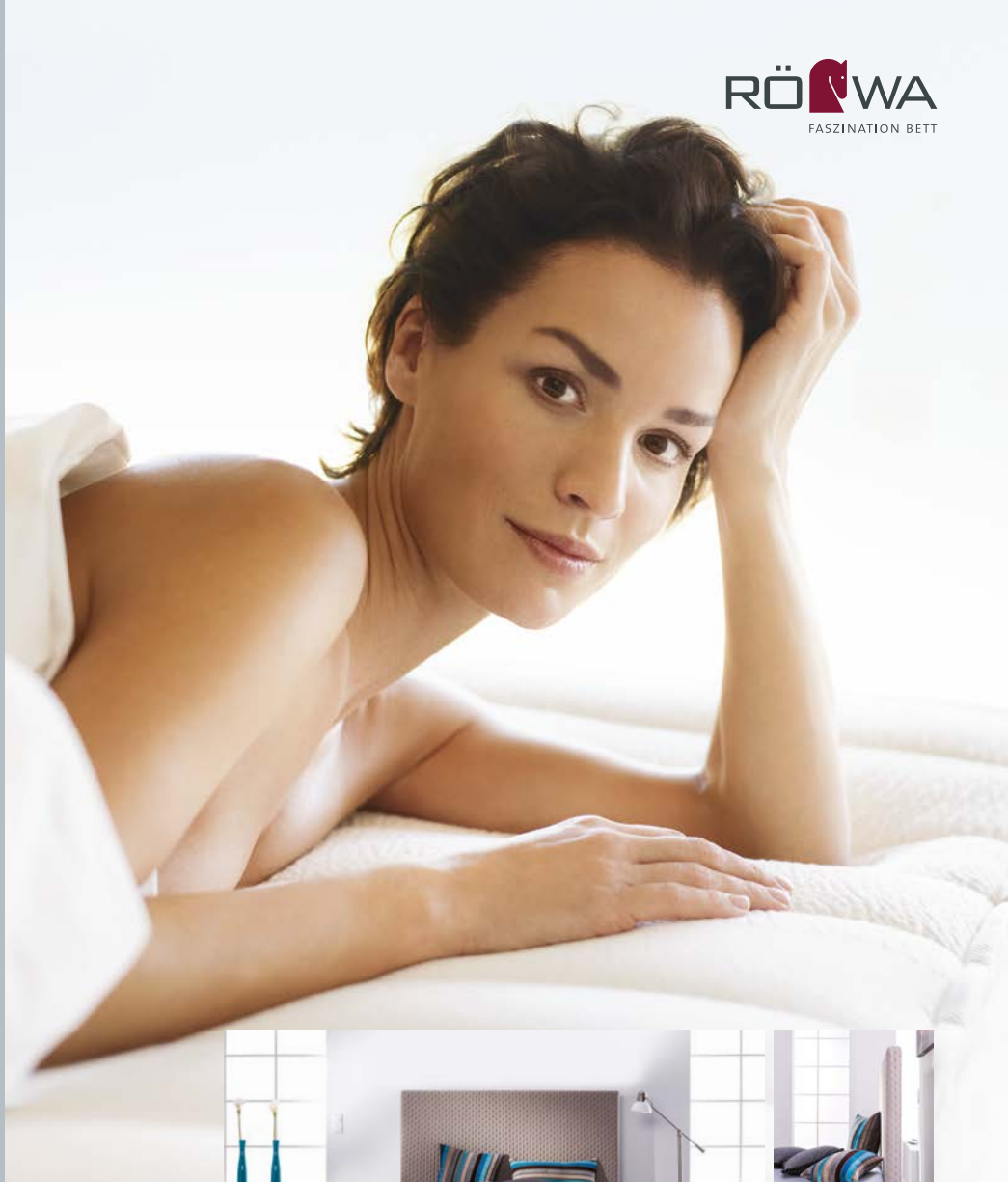
Das neue und tatsächlich innovative Unterfederungssystem Bridge hat durchweg gute Kritiken erhalten, und der Einsatz von Geltex-Materialien auch bei Swissflex hat der Produktpalette zusätzlichen Schub verliehen.

Zu erwarten, dass Swissflex in diesem Jahr seine Umfrageergebnisse auf links dreht, wäre indes zuviel verlangt. Aber eine deutliche Aufwärtstendenz ist unverkennbar. Mit der Endnote 2,45 liegt Swissflex zwar immer noch auf Platz acht, hat aber Anschluss an die Mitbewerber bekommen. Nach Punkten liegt Swissflex nun sogar auf Platz sieben, mit 35 Zählern knapp vor Tempur mit 34. Und das hat seinen Grund: In nahezu allen Kategorien hat sich Swissflex deutlich verbessern können. Um sogar eine ganze Note nach oben ging es bei der Sympathie des

Unternehmens (2,14), der Warenqualität (1,87), gleichzeitig die beste Kategorie von Swissflex, und der Vertriebspolitik (2,60). Ist es die hohe Nachfrage oder die Umstellung in der Produktion? Jedenfalls verhindern unter anderem die Lieferzuverlässigkeit und Lieferschnelligkeit (2,87 und 2,93), die sich leicht verschlechterten, ein noch besseres Abschneiden. Weitere Kategorien, in denen sich Swissflex verbessert hat: Preis-Leistungsverhältnis und damit verbunden die Verkäuflichkeit, Konditionen, Kulanz und Reklamationsbearbeitung. Besonders erfreulich auch die deutlich ausgeprägtere Freundlichkeit bei Außen- und Innendienst. Im Zuge der allgemein besseren Performance werden auch die Zukunftsperspektiven der Marke klar besser bewertet. So kann es gerne weiter gehen. ■

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