

# Wie beurteilt der Großhandel die Teppichboden-Anbieter?

Einer der Höhepunkte des redaktionellen Jahres bei BTH Heimtex ist die alljährliche Großhandels-Umfrage Teppichböden. In dieser Exklusiv-Befragung bewerten die bedeutendsten Großhändler und Kooperationen in den deutschsprachigen Ländern ihre Teppichboden-Lieferanten. Ihr Urteil ist manchmal hart, oft kritisch, aber authentisch, unbestechlich und fair. Wer gute Arbeit beim Großhandel leistet, wird auch mit guten Noten belohnt. Das sind in diesem Jahr vor allem Findeisen, Forbo, Anker, Textimax, Vorwerk, Infloor und C/R/O. Es gibt für die Industrie keine bessere Maßstab für ihre Leistung, keinen besseren Spiegel für ihr Image, keine bessere Stärken- und Schwächen-Analyse. Denn alle ihre Kunden, die in der Großhandels- und Kooperationslandschaft Rang und Namen haben, geben ihr Votum ab – insgesamt 36 Unternehmen. Keiner der großen Namen fehlt. Die Redaktion BTH Heimtex bedankt sich herzlich bei allen Teilnehmern, die den Wert dieser Umfrage ausmachen.

**S**ozusagen ein kleines Jubiläum begeht die aktuelle BTH Heimtex Großhandels-Umfrage Teppichböden: Sie ist die mittlerweile zehnte und hat sich im Laufe der Jahre bestens in der Branche etabliert, wie die ausgesprochen gute Resonanz belegt. Zum Jubiläum haben wir die Kriterien überarbeitet. Zwei, die wir als nachrangig für den Großhandel erachtet haben, wurde eliminiert: Öffentlichkeitsarbeit und Bekanntheitsgrad. Sie wurden ersetzt durch den „Unternehmens-Auftritt“. Außerdem neu aufgenommen wurden „technische Unterstützung“, in die zum Beispiel die Kompetenz der Anwendungstechnik und die Hilfestellung bei Verlegeproblemen einfließen, sowie die „Erreichbarkeit“. Kein Kunde akzeptiert gerne Wartezeiten am Telefon, möchte mehrfach verbunden werden, mit dem Anrufbeantworter kommunizieren oder online erst komplizier-

te Formulare ausfüllen, damit er sein Anliegen vorbringen oder einen Auftrag erteilen kann.

Diese Umfrage wurde im Dezember 2010 schriftlich durchgeführt. Wenn sicher auch die langfristigen Erfahrungen und Erlebnisse der Großhändler mit den zu beurteilenden Lieferanten einfließen, so stellt sie doch eine Momentaufnahme dar. Das heißt im Klartext: Wenn ein Teppichbodenhersteller im November Lieferprobleme hatte, einen guten Mitarbeiter im Außendienst verloren hat oder sich bei einer Reklamation wenig kulant zeigte, findet das unmittelbar Niederschlag in der Benotung der entsprechenden Kategorie.

Drei Unternehmen sind gegenüber dem vergangenen Jahr herausgefallen: Armstrong ist bei textilen Belägen nur noch mit seinem Nadelfilz-Dauerbrenner Strong aktiv. Diese Basis erschien uns zu schmal für eine profunde Bewertung.

Domo hat sich nach CV auch von textilen Belägen getrennt und ist damit gar nicht mehr im Bodenbelagsmarkt präsent. Mitbewerber Balta hatte im August 2010 die Aktivitäten bei Teppichböden, Nadelfilz und Teppichfliesen sowie die PP-Faser- und Garnproduktion übernommen und darf die Marke Domo bis Ende 2013 nutzen. Domo konzentriert sich damit auf die Geschäftsbereiche Chemie, Immobilien und Private Equity.

Das Drama um Enia beherrschte die Gespräche auf der Domotex 2009. Noch während der Messe war bekannt geworden, dass über Enia Carpet France die französische Form des Insolvenzverfahrens eröffnet wurde. Zuvor hatten die Mitarbeiter gestreikt. In Hannover kursierten Presseberichte und Internet-Filme, in denen Ex-Enia CEO Dr. Benjamin Fuchs von den erzürnten Streikenden beschimpft und mit Eiern beworfen wurde.

Kurz darauf gingen weitere Unternehmen der Enia-Gruppe in die Knie: Am 28. Januar wurde das Insolvenzverfahren über den Produktionsbetrieb Enia Carpet Deutschland GmbH und die Vertriebsgesellschaft Enia Carpet Vertriebs GmbH beantragt. Die niederländische Enia Carpet NL Holding BV, die stets als eine der profitabelsten Einheiten der Enia-Gruppe galt, erwarb kurz darauf Desso. Mit der Wiederbelebung der früheren Enia-Servicekollektion Parade suchte Desso Zugang zum deutschen Wohnmarkt bzw. Fachhandel.

Von Fuchs ward fortan in der Branche nichts mehr zu hören und zu sehen. Ein wenig mysteriös ist auch, was mit den anderen Gruppenunternehmen geschehen ist. Bei der Online-Recherche entdeckt man auf Schweizer Web-Seiten die ehemalige Holding Enia Carpet Group AG im schweizerischen Ennenda, die mit einem Kapital von 3,38 Mio. CHF ausgestattet ist, deren Status als „aktiv“ beschrieben wird und deren Verwaltungsratspräsident und -delegierter Dr. Benjamin Fuchs heißt. Die frühere Webseite des Unternehmens ist jedoch deaktiviert.

Und man stößt auch auf die Enia Eastern Europa AG, in der offensichtlich die Osteuropa-Beteiligungen eingebracht worden waren. Hier wurde Anfang Juli 2010 eine Kapitalherabsetzung von 1 Mio. auf 100.000 CHF vorgenommen, im August erfolgte die Umfirmierung in die Novenia AG. Zweck der Firma: „Halten von Beteiligungen im In- und Ausland sowie deren Verwaltung und Finanzierung, insbesondere in Osteuropa.“ Verwaltungsratsmitglied und zeichnungsberechtigt: Dr. Benjamin Fuchs.

Die Anker-Geschäftsführung nimmt sehr ernst, was die Kunden von ihrem Unternehmen denken. ►

# BTH Heimtex Großhandels- Umfrage Teppichböden

Kriterium	Sieger	Ø Note
Preis-Leistungs-Verhältnis	Textimex, ITC	2,2
Sympathiewert	Infloor, Vorwerk	2,1
Starke Marke	Vorwerk	1,5
Sortiment	Infloor, C/R/O, Vorwerk	2,1
Lieferschnelligkeit	Findeisen	1,8
Lieferzuverlässigkeit	Findeisen	1,8
Service	Findeisen	2,0
Konditionen	Textimex	2,4
Klare Vertriebsstrategie	C/R/O, Tretford Weseler	2,2
Kulanz	C/R/O	2,4
Qualität Innendienst	C/R/O, Dura, Dura Besmer, Findeisen, Textimex	2,1
Qualität Außendienst	Dura Besmer, TWN, Vorwerk	2,2
Kaufe dort gern	Infloor, Vorwerk, Findeisen	2,1
Zukunftsperspektiven	Findeisen, Forbo, Fabromont	2,2
Innovativität	Vorwerk, Anker	2,3
Managementqualität	Vorwerk, Forbo, Anker	2,2
Technische Unterstützung	Forbo, Anker	2,2
Erreichbarkeit	Anker	2,0
Unternehmens-Auftritt	Vorwerk	2,0

# Großhandelsumfrage

Preis-Leistungs-Verh.		Sympathiewert		Starke Marke		Sortiment	
Textimex	2,2	Vorwerk	2,1	Vorwerk	1,5	Infloor	2,1
ITC	2,2	Infloor	2,1	Forbo	1,8	C/R/O	2,1
Condor	2,3	C/R/O	2,2	Tretford Weseler	1,8	Vorwerk	2,1
Béwe	2,3	Textimex	2,2	Anker	2,0	Forbo	2,2
Associated Weavers	2,3	Dura	2,4	Girloon	2,0	Findeisen	2,2
Edel	2,3	Norddeutsche	2,4	Interfaceflor	2,0	Girloon	2,2
Balta	2,3	ITC	2,4	Fabromont	2,1	Anker	2,3
C/R/O	2,3	Forbo	2,4	Findeisen	2,3	ITC	2,3
Findeisen	2,3	Filzfabrik Fulda	2,4	Dura	2,3	Fabromont	2,3
Infloor	2,4	Dura Besmer	2,4	Dura Besmer	2,3	Interfaceflor	2,4
Balsan	2,5	Otto Golze	2,5	C/R/O	2,4	Norddeutsche	2,4
Vorwerk	2,5	Findeisen	2,5	Otto Golze	2,5	Condor	2,4
B.I.G. Group	2,6	Lano	2,5	Infloor	2,5	Dura Besmer	2,4
Dura Besmer	2,6	TWN	2,5	Zoeppritz	2,5	Textimex	2,5
Dura	2,6	Béwe	2,5	TWN	2,5	Otto Golze	2,5
Norddeutsche	2,6	Zoeppritz	2,5	Norddeutsche	2,5	Filzfabrik Fulda	2,6
Filzfabrik Fulda	2,6	Edel	2,5	Filzfabrik Fulda	2,6	Dura	2,6
Forbo	2,7	Anker	2,5	Object Carpet	2,7	Object Carpet	2,6
TWN	2,7	Balta	2,5	Textimex	2,8	TWN	2,6
Desso	2,7	Fletco	2,6	Desso	2,9	Edel	2,6
Zoeppritz	2,7	Girloon	2,7	Balta	2,9	Zoeppritz	2,7
Anker	2,7	Condor	2,8	ITC	3,0	Lano	2,7
Lano	2,8	Desso	2,8	Lano	3,0	Balta	2,7
Otto Golze	2,8	Tretford Weseler	2,8	Balsan	3,1	Tretford Weseler	2,7
Fletco	2,8	Interfaceflor	2,8	Fletco	3,3	Desso	2,8
Girloon	2,9	Balsan	2,9	Edel	3,4	Associated Weavers	2,8
Object Carpet	2,9	Object Carpet	3,1	Béwe	3,4	Fletco	2,8
Interfaceflor	3,0	B.I.G. Group	3,1	B.I.G. Group	3,5	Balsan	2,9
Fabromont	3,2	Associated Weavers	3,1	Associated Weavers	3,6	B.I.G. Group	2,9
Tretford Weseler	3,4	Fabromont	3,3	Condor	3,6	Béwe	2,9

Regelmäßig werden Kundenzufriedenheits-Analysen in Auftrag geben und sorgfältig ausgewertet. Auch diese Umfrage ist für das Management in Düren ein wichtiger Seismograph. Aufmerksam werden die einzelnen Bewertungen registriert, Verschiebungen nach oben oder unten hinterfragt und bei Verschlechterungen entsprechende Maßnahmen eingeleitet. So hat man sich beispielsweise zu Herzen genommen, dass der Großhandel wohl die Innovationskraft – und das Sortiment – bei Webware lobt, mit dem Tufting-Angebot aber nicht zufrieden ist. Daran hat man 2010

gezielt gearbeitet und kommt 2011 zu Domotex, Bau und Euroshopt mit einem Feuerwerk an Neuheiten speziell im Tuftingbereich. Und darunter sind – ganz nach Großhandels-Wunsch – nicht nur spektakuläre Neuentwicklungen, sondern auch absatzstarke „Brot-und-Butter-Qualitäten“ wie die Neuauflage des erfolgreichen Six Packs oder eine Hotel-Kollektion, die nach dem gleichen Konzept aufgebaut ist.

Dem belgischen Mengentufter Associated Weavers und seinen niederländischen Konkurrenten Condor Carpets geht es ähnlich:

Kein Großhändler arbeitet gerne mit ihnen, die Noten sind fast durchweg im Keller – außer beim Preis-Leistungs-Verhältnis und den Konditionen – und dennoch mag kaum ein Großhändler auf sie als Lieferant verzichten. Das ist schon paradox. Condor landet immerhin noch mit seinem Außendienst auf dem 2. Platz und rangiert mit Sortiment und Managementqualität im Mittelfeld.

Balsan, die französische Objekttochter von Associated Weavers, dominiert im heimischen (Objekt-)Markt und hat sich auch in

Deutschland eine gewisse Basis geschaffen – das ist der Bewertung durch den Großhandel zufolge neben dem relativ günstigen Preis-Leistungs-Verhältnis dem Innendienst zu verdanken.

Balta beansprucht eine führende Position unter den europäischen Teppichbodenherstellern und dürfte das mit einem (Brutto-)Umsatz von 700 Mio. EUR auch tatsächlich sein. Im Sommer 2010 haben sich die Belgier durch den Kauf der Textilbelagsaktivitäten von Konkurrent Domo nochmal verstärkt, und zwar sowohl geographisch als auch

produktmäßig: Der Zukauf brachte ihnen nicht nur Tufting-Teppichboden, sondern auch Nadelfilz und Teppichfliesen und damit den schon lange angestrebten Zugang zum Objektgeschäft ein. Beim Großhandel scheint Balta über die Jahre etwas an Präsenz verloren zu haben – ein Grund könnte sein, dass es dem Management in St. Baafs-Vivje an Kontinuität gemangelt hat. In den vergangenen Jahren war die Fluktuation an der Spitze von Balta Broadloom relativ hoch: Didier Vercruysse, Jan Vergote, Jan Debrouwere... Seit einem Jahr versucht Philippe Hamers sein Glück auf dem Chefsessel. Diese Wechsel bringen immer Unruhe mit sich.

Etwas ruhiger geht es bei Tochter ITC zu. Das Unternehmen fehlt bei kaum einem Großhändler im Sortiment. Nachdem ITC in den letzten Jahren einen ganz schönen

Durchhänger hatte, künden deutliche Notenverbesserungen davon, dass man sich in Tiel zusammengerissen hat, um die wichtige Großhandelsklientel wieder mehr zufrieden zu stellen. Platz 1 beim Preis-Leistungs-Verhältnis, „Silber“ bei den Konditionen, der Qualität von Innendienst und Außendienst, immerhin Nr. 3 beim Sympathiewert und beim Sortiment... Davon kann sich Mutter Balta eine Scheibe abschneiden.

Im niederländischen Genemuiden regieren Volumen und Preis. Dort ist auch Tufter Béwé Tapijt zu Hause, der ganz gut mit dem Großhandel im Geschäft ist, obgleich die eher kritische Bewertung der Grosisten das nicht unbedingt vermuten lässt. Lieferschnelligkeit und -zuverlässigkeit und die mangelnde Innovationskraft waren schon im letzten Jahr Schwachpunkte.

Einziger Ausreißer nach oben: der Außendienst.

Die Tufting-Division von B.I.G., Beaulieu International Group, heißt seit Ende vergangenen Jahres Ideal; nach einem der Ursprungsunternehmen der Familie de Clerck, aus der später B.I.G. geschmiedet wurde. Damit solle eine „eigenständige Identität geschaffen werden“, sagt General Manager Yves Bonne. Das ist auch gut so. Immerhin verfügt Ideal in Deutschland noch über einen gewissen Bekanntheitsgrad. Ansonsten lässt sich nicht darum herum reden, dass das Renommee beim Großhandel nicht das beste ist. Da haben Bonne und sein Deutschland-Verkaufsleiter Guy Hoste noch einiges an Arbeit vor sich.

C/R/O dürfte bei seiner hervorragenden Beurteilung – viermal „Gold“ – noch von der Arbeit von

Gründer Horst Reimer profitieren, der sich Mitte vergangenen Jahres in den Ruhestand verabschiedet hat. Denn er hatte die Vertriebsstrategie bestimmt und das Sortiment zusammengestellt, für die C/R/O Bestnoten erhielt. Dass Innendienst und Kulanz gleichfalls ganz oben landen, spricht dafür, dass das Team weiterhin den Ehrgeiz hat, die Kunden gut zu bedienen und dem guten Ruf von C/R/O im Großhandel gerecht zu werden.

Desso wirbt unermüdlich für sein Cradle-to-Cradle-Konzept und hat sich in den letzten ein, zwei Jahren vor allem als Anbieter hochwertiger Fliesen profiliert; inzwischen machen sie hierzulande 70 % des Umsatzes aus. Beim Großhandel hat sich die Aufregung um die Sortimentsbereinigung nach der Übernahme durch den niederländischen Finanzinvestor NPM ▶



## AND THE WINNER IS...

In der GH-Exklusivumfrage von BTH Heimtex im Dezember 2010 wurde FINDEISEN in vielen Leistungsbereichen wiederholt mit ersten Plätzen bedacht und zum Unternehmen mit besten Zukunftsperspektiven gekürt. Dafür sagen wir DANKE! Dieses Lob ist für uns die beste Motivation für unser Engagement. Heute und in Zukunft.

Besuchen Sie uns auf der BAU 2011 in München Halle B6, Stand 101.

[www.findeisen-nadelvlies.de](http://www.findeisen-nadelvlies.de)

**FINDEISEN**  
nadelvlies

# Großhandelsumfrage

Lieferschnelligkeit		Lieferzuverlässigkeit		Service		Konditionen	
Findeisen	1,8	Findeisen	1,8	Findeisen	2,0	Textimex	2,4
Textimex	2,0	Fabromont	1,9	Vorwerk	2,1	Condor	2,5
Filzfabrik Fulda	2,1	Filzfabrik Fulda	2,0	Infloor	2,1	C/R/O	2,5
Infloor	2,1	Textimex	2,0	Textimex	2,2	ITC	2,5
Anker	2,2	Anker	2,0	Anker	2,2	Balta	2,5
Forbo	2,2	Infloor	2,1	C/R/O	2,3	Edel	2,6
C/R/O	2,2	Vorwerk	2,1	Filzfabrik Fulda	2,3	Infloor	2,6
Vorwerk	2,3	Girloon	2,1	TWN	2,4	Associated Weavers	2,6
Interfaceflor	2,3	Forbo	2,2	Tretford Weseler	2,4	Dura Besmer	2,6
Object Carpet	2,4	Tretford Weseler	2,2	Girloon	2,4	Béwe	2,6
Girloon	2,4	C/R/O	2,3	Dura Besmer	2,4	Dura	2,6
Fabromont	2,4	Interfaceflor	2,3	Zoeppritz	2,4	Otto Golze	2,7
Desso	2,5	Norddeutsche	2,3	Dura	2,4	Zoeppritz	2,8
Tretford Weseler	2,5	Object Carpet	2,3	Forbo	2,4	Filzfabrik Fulda	2,8
Otto Golze	2,5	Fletco	2,4	Norddeutsche	2,4	Forbo	2,8
Norddeutsche	2,6	Desso	2,4	Otto Golze	2,5	Lano	2,8
Fletco	2,6	Otto Golze	2,6	Lano	2,5	Vorwerk	2,8
Edel	2,6	Béwe	2,6	Object Carpet	2,5	Norddeutsche	2,9
Zoeppritz	2,7	Edel	2,6	Interfaceflor	2,6	Desso	2,9
TWN	2,7	Lano	2,6	Balta	2,6	TWN	2,9
ITC	2,8	TWN	2,7	ITC	2,6	Fletco	2,9
Dura	2,8	Balta	2,7	Fabromont	2,6	Findeisen	2,9
Lano	2,8	ITC	2,7	Edel	2,6	B.I.G. Group	2,9
Béwe	2,8	Zoeppritz	2,7	Béwe	2,8	Balsan	3,0
Dura Besmer	2,8	Balsan	2,8	Desso	2,8	Girloon	3,0
Balta	2,9	Condor	2,9	Condor	2,9	Anker	3,2
Balsan	3,0	Dura Besmer	2,9	Fletco	2,9	Interfaceflor	3,3
Associated Weavers	3,0	Dura	2,9	Balsan	3,0	Object Carpet	3,4
Condor	3,0	Associated Weavers	3,1	B.I.G. Group	3,1	Fabromont	3,7
B.I.G. Group	3,1	B.I.G. Group	3,1	Associated Weavers	3,2	Tretford Weseler	3,7

Capital inzwischen gelegt; dennoch zählt Desso nicht unbedingt zu seinen favorisierten Lieferanten.

Dura / Dura Besmer / TWN / Zoeppritz: Zum letzten Mal werden in dieser Umfrage die vier verbundenen Firmen der Dura-Gruppe aufgeführt. Denn TWN und Zoeppritz gibt es seit 1. Januar 2011 nicht mehr. Die Gesellschaften, die ohnehin kein Personal mehr beschäftigten und keine Produktion mehr betrieben, sind auf die Dura verschmolzen worden. Auch die Markennamen einschließlich Besmer werden mit Auslaufen der

noch im Markt befindlichen Kollektionen verschwinden. Die Nachfolger laufen dann unter der Marke Dura. Alle Unternehmen der Gruppe sind dieses Mal abgerutscht – nicht ganz nach unten, aber ins Mittelfeld. Das mag nicht besorgniserregend sein, zeugt aber von Handlungsbedarf. Auf Produktseite passiert auch einiges: Nachdem etliche Kollektionen ein wenig in die Jahre gekommen waren, präsentiert die Dura zu den Messen ihre neue „Living“-Servicekollektion – und hat zudem zwei ganz neue Produkte im Gepäck – im Sommer folgt der neue „Contract“-Koffer

und zur Jahreswende 2011/2012 ist eine neue Hochwertkollektion angekündigt. Zudem will man sich nach der Devestition eines Teils des Automobilzuliefergeschäftes künftig verstärkt um den Bodenbelagsbereich kümmern.

Edel International mit seinen beiden Schienen Edel Tapijt (Teppichboden aus synthetischen Fasern) und Telenzo (Woll-Teppichboden) hat ein ordentliches Preis-Leistungs-Verhältnis, ebensolche Konditionen und ist kulant, findet der Großhandel. Allerdings könnte der Außendienst den Kollegen vom

Innendienst ein paar Tipps geben, wie man mit den Kunden umgeht: Die Mannschaft draußen erhielt nämlich die zweitbeste Note vom gesamten Feld, der Innendienst die schlechteste.

Wer im Objektgeschäft agiert, kommt nicht um Fabromont und sein Kugelgarn herum. Die Schweizer haben mit ihrem Belag eine Sonderstellung, die ihnen keiner streitig machen kann. Was haben speziell die Nadelvlies- und Nadelfilzhersteller schon alles versucht, um neue Qualitäten als Alternative zu Kugelgarn entwickeln – keine

## DESSIN, UNI und IMAGE Sauberlauf



DESSIN + UNI: 5 dessinierte Farben und 7 uni Farben in Bahnen und Matten

IMAGE: In 45 leuchtenden Farben lieferbar. Alle Pantone-Farben, Logos und Texte darstellbar.

C/R/O/ GmbH  
Telefon: 0 21 04/91 92 0  
E-Mail: info@cro.de  
www.cro.de

Vertriebsstrategie		Kulanz	
C/R/O	2,2	C/R/O	2,4
Tretford Weseler	2,2	Textimex	2,5
Vorwerk	2,3	Forbo	2,6
Forbo	2,4	Zoeppritz	2,6
Textimex	2,4	TWN	2,6
Infloor	2,4	Infloor	2,6
Girloon	2,5	Filzfabrik Fulda	2,6
Anker	2,6	Edel	2,6
Filzfabrik Fulda	2,6	Vorwerk	2,7
Norddeutsche	2,6	Otto Golze	2,7
Desso	2,7	Lano	2,7
Findeisen	2,7	Dura Besmer	2,7
Edel	2,7	ITC	2,7
Béwe	2,8	Dura	2,7
Fabromont	2,8	Findeisen	2,7
TWN	2,8	Balta	2,7
ITC	2,8	Condor	2,7
Balta	2,8	Interfaceflor	2,8
Otto Golze	2,8	Girloon	2,8
Dura	2,8	B.I.G. Group	2,9
Dura Besmer	2,8	Desso	2,9
Lano	2,8	Fletco	2,9
Zoeppritz	2,9	Anker	2,9
Object Carpet	2,9	Balsan	3,0
Condor	3,0	Tretford Weseler	3,0
Interfaceflor	3,0	Norddeutsche	3,0
Fletco	3,1	Béwe	3,0
Associated Weavers	3,2	Object Carpet	3,1
Balsan	3,2	Associated Weavers	3,2
B.I.G. Group	3,3	Fabromont	3,6

Chance. Kugelgarn bleibt Kugelgarn. Und Fabromont hat damit beste Zukunftsperspektiven.

Martin Schäfer, der jüngere der beiden Brüder aus der Teppichboden- und Nadelfilzdynastie Wirth/Schäfer aus Fulda, führt die Filzfabrik Fulda, den „weltweit größten“ Hersteller von Wollfilz und Spezialisten für Nadelvlies und Vliesstoffe. Die Filzfabrik macht seit Jahrzehnten ein stabiles, solides Geschäft mit dem Großhandel ohne große Bewegung nach oben oder unten. Stärken sind der Innendienst (Platz 2), Lieferschnelligkeit und -zuverlässigkeit (jeweils Platz 3), auch in Service und Kulanz sind die Hessen überdurchschnittlich. Das ver-

leiht ihnen gute Zukunftsperspektiven und einen relativ hohen Sympathiewert.

Bei Findeisen kann man nicht viel mehr sagen als „großes Kompliment“. Zum wiederholten Mal schlägt der Nadelvliespezialist gleich in mehreren Kategorien die Konkurrenz: in der Liefergeschwindigkeit, der Liefertreue und dem Service – da kommt seit Jahren kein Wettbewerber heran. Und auch der Innendienst und die Zukunftsperspektiven könnten nicht besser sein. Kein Wunder, dass der Großhandel dort gern kauft. Aber einen Wermutstropfen gibt es doch: Was war denn mit dem Außendienst 2010 los? Der ist in der Note von 2,3 auf 2,6 und damit vom Platz 3 auf „ferner liefern“ abgestakt. ▶

# Großhandelsumfrage

Qualität Innendienst		Qualität Außendienst		Kaufe dort gern		Zukunftsperspektiven	
Dura Besmer	2,1	Vorwerk	2,2	Infloor	2,1	Findeisen	2,2
Findeisen	2,1	Dura Besmer	2,2	Vorwerk	2,1	Forbo	2,2
Textimex	2,1	TWN	2,2	Findeisen	2,1	Fabromont	2,2
C/R/O	2,1	Zoeppritz	2,3	C/R/O	2,2	Vorwerk	2,3
Dura	2,1	Béwe	2,3	Textimex	2,4	C/R/O	2,3
Filzfabrik Fulda	2,2	Edel	2,3	Zoeppritz	2,4	Filzfabrik Fulda	2,3
Vorwerk	2,2	Condor	2,3	Norddeutsche	2,4	Infloor	2,3
ITC	2,2	ITC	2,3	TWN	2,4	Tretford Weseler	2,4
Infloor	2,2	Forbo	2,3	Dura	2,4	Balta	2,5
Balsan	2,2	Dura	2,3	Dura Besmer	2,4	Girloon	2,5
Interfaceflor	2,3	Infloor	2,4	Otto Golze	2,5	Textimex	2,5
Lano	2,3	Balta	2,4	ITC	2,5	Otto Golze	2,5
Anker	2,3	Textimex	2,4	Girloon	2,5	Condor	2,6
Desso	2,4	Associated Weavers	2,5	Edel	2,5	ITC	2,6
TWN	2,4	Norddeutsche	2,6	Filzfabrik Fulda	2,5	Fletco	2,6
Forbo	2,4	Findeisen	2,6	Forbo	2,6	Object Carpet	2,6
Balta	2,4	Anker	2,6	Balta	2,6	Norddeutsche	2,6
Zoeppritz	2,4	Object Carpet	2,6	Anker	2,7	Edel	2,6
B.I.G. Group	2,4	Interfaceflor	2,6	Béwe	2,7	Anker	2,7
Tretford Weseler	2,5	Filzfabrik Fulda	2,7	Desso	2,7	Béwe	2,8
Girloon	2,5	C/R/O	2,7	Interfaceflor	2,8	Desso	2,8
Otto Golze	2,5	Balsan	2,7	Lano	2,8	Interfaceflor	2,8
Associated Weavers	2,5	B.I.G. Group	2,7	Balsan	2,9	Zoeppritz	2,9
Norddeutsche	2,6	Lano	2,8	B.I.G. Group	2,9	Dura Besmer	2,9
Béwe	2,7	Otto Golze	2,8	Tretford Weseler	2,9	TWN	2,9
Fletco	2,7	Fletco	2,8	Condor	2,9	Lano	2,9
Object Carpet	2,7	Tretford Weseler	2,9	Associated Weavers	2,9	Dura	3,0
Condor	2,8	Desso	2,9	Fletco	3,0	Balsan	3,0
Edel	3,1	Girloon	2,9	Object Carpet	3,2	B.I.G. Group	3,2
Fabromont	3,1	Fabromont	2,9	Fabromont	3,4	Associated Weavers	3,2

Fletco hat 2010 mit seiner Fliesenkollektion Textiles des französischen Star-Designers Philippe Starck einen echten Coup gelandet. Der Mann kann offenbar nicht nur Zitronenpressen, Lampen und Stühle entwerfen, denn das zu 100 % recycelbare Programm gewann immerhin den renommierten Red Dot Award und wurde für den Designpreis der Bundesrepublik Deutschland 2011 nominiert.

Man muss sich noch ein wenig daran gewöhnen, dass Forbo über Flotex und Coral wieder zu

den Anbietern textiler Beläge gehört. Der guten Bewertung durch den Großhandel nach zu urteilen, hat man sich in Paderborn aber hervorragend in diese Rolle eingefügt. Dafür sprechen drei erste Plätze: Für die technische Unterstützung, die Zukunftsperspektiven und die Managementqualität. Schon zum zweiten Mal positioniert sich Geschäftsführer Martin Thewes ganz oben auf dem Treppchen. Offensichtlich hat man die Qualitäten des Mannes auch in der Schweizer Zentrale erkannt und ihn deshalb mit mehr Verantwortung betraut.

Samtflor, Standard, Hochflor von Girloon sind Klassiker der deutschen Teppichboden-Geschichte. Ulrich Dresing und seiner Tochter Stefanie Ritterbach ist es gelungen, sie nicht nur am Leben zu erhalten, sondern ihren Geist auf das übrige Girloon-Programm zu übertragen.

Das Unternehmen heißt Otto Golze, die - vermutlich bekanntere - Marke Astra. Frühzeitig hat man in Emmerthal erkannt, dass das angestammte Geschäft mit Naturfasern langfristig verlieren würde und damit als Basis allein nicht mehr ausreicht. Neben Türmatten setzt man

deshalb vor allem auf abgepasste Teppiche, bei denen ein breites Angebot geführt wird. Flaggschiff ist die Schöner Wohnen-Kollektion, neu ist die Zusammenarbeit mit Designer Lars Contzen und seinem Colour Courage-System.

Infloor gehört wie im letzten Jahr zu den Favoriten des Großhandels. Das Sortiment ist bestens auf dessen Bedürfnisse abgestimmt, der Lieferservice nicht perfekt, aber besser als bei vielen anderen, und auch bei Vertriebsstrategie, Kulanz, Innovativität, Innen- und Außendienst, der technischen Unterstüt-

Innovativität	
Vorwerk	2,3
Anker	2,3
Infloor	2,4
Object Carpet	2,5
Forbo	2,5
Findeisen	2,6
C/R/O	2,6
Girloon	2,7
Interfaceflor	2,7
Otto Golze	2,7
Textimex	2,7
Filzfabrik Fulda	2,8
Desso	2,8
Edel	2,8
Norddeutsche	2,8
ITC	2,8
Dura Besmer	2,9
Zoeppritz	2,9
Balta	2,9
TWN	2,9
Fabromont	2,9
Dura	3,0
Tretford Weseler	3,0
Lano	3,0
Balsan	3,0
Fletco	3,0
Condor	3,0
Béwe	3,1
B.I.G. Group	3,2
Associated Weavers	3,3

Managementqualität	
Vorwerk	2,2
Forbo	2,2
Anker	2,2
Infloor	2,4
Textimex	2,5
Findeisen	2,6
Otto Golze	2,6
C/R/O	2,6
Girloon	2,6
ITC	2,6
Edel	2,7
Condor	2,7
Object Carpet	2,7
Filzfabrik Fulda	2,7
Desso	2,8
Balta	2,8
Béwe	2,9
Tretford Weseler	2,9
Dura	2,9
Dura Besmer	2,9
TWN	2,9
Fletco	2,9
Norddeutsche	2,9
Associated Weavers	2,9
Zoeppritz	3,0
Interfaceflor	3,0
Lano	3,0
B.I.G. Group	3,0
Balsan	3,1
Fabromont	3,1

zung, der Erreichbarkeit und der Managementqualität spielt der Tufter immer unter den Top 3 mit. Ein schönes Beispiel für erfolgreiches Wirken über zwei Generationen, denn Ulrich Dresing und seine Tochter Stefanie Ritterbach führen gemeinsam die Geschäfte und sind auch beide Inhaber.

Bei Teppichfliesen macht Interfaceflor keiner etwas vor. Die Kompetenz der US-Amerikaner mit deutscher Niederlassung in Krefeld in diesem Marktsegment ist unumstritten und unantastbar. Entsprechend liegen sie mit ihrem Sortiment und der technischen Unterstützung auch gut im Rennen. Dennoch kommen sie in Deutschland nur mühsam voran. Vertriebsstrategisch hat der Großhandel nicht unbedingt Priorität bei den Fliesen-Spezialisten, was sicher die Noten bei der Vertriebspolitik und der Managementqualität drückt.

Lano erlitt Ende 2009 einen Schock, als sich Inhaber Dr. Pierre Lano, der über 40 Jahre lang dem Unternehmen vorstand, das Leben nahm. Trotz seiner Jugend und seiner relativen Unerfahrenheit in ►

[www.raumausstattung.de](http://www.raumausstattung.de)

**Nachhaltig beliebt.  
Vielfach ausgezeichnet.  
Wir sagen DANKE!**

**SANYL<sup>®</sup>**  
NADELVLIES



Das ist – Spitze: Nach der Wahl von SANYL GT zum “Produkt des Jahres” (Fußbodentechnik-Umfrage 2010) jetzt sogar zwei 1. Plätze für Textimex bei der aktuellen BTH-Großhandelsumfrage!

**Beliebtes,  
Bewährtes und  
Neues von SANYL:  
Bau 2011, Halle B6,  
Stand 527**

Wir freuen uns – und sind sicher: Mit dem „Blauen Engel“ für fast alle SANYL-Qualitäten und der innovativ-frischen Brise in unserem Sortiment gibt es noch mehr gute Gründe für unsere Kunden, mit SANYL zufrieden sein!

SANYL fürs Objekt: Immer eine gute Grundlage. Wann überzeugen Sie sich?



Textile Bodenbeläge GmbH  
[www.textimex.de](http://www.textimex.de)

# Großhandelsumfrage

Technische Unterst.	
Forbo	2,2
Anker	2,2
C/R/O	2,3
Infloor	2,4
Vorwerk	2,4
Findeisen	2,4
Dura Besmer	2,5
Object Carpet	2,5
Interfaceflor	2,5
Textimex	2,5
Filzfabrik Fulda	2,6
Dura	2,6
Girloon	2,6
Zoeppritz	2,6
Norddeutsche	2,6
TWN	2,7
Edel	2,7
ITC	2,8
Desso	2,8
Tretford Weseler	2,8
B.I.G. Group	2,9
Condor	2,9
Fabromont	2,9
Fletco	2,9
Béwe	2,9
Lano	2,9
Otto Golze	3,0
Balta	3,0
Balsan	3,0
Associated Weavers	3,1

Erreichbarkeit	
Anker	2,0
Infloor	2,1
Findeisen	2,1
Girloon	2,1
Vorwerk	2,1
Dura	2,1
Tretford Weseler	2,2
Fabromont	2,2
Dura Besmer	2,2
TWN	2,2
Zoeppritz	2,2
C/R/O	2,3
Forbo	2,3
Norddeutsche	2,4
Filzfabrik Fulda	2,4
Textimex	2,4
ITC	2,4
Lano	2,4
Edel	2,4
Interfaceflor	2,5
Béwe	2,5
Otto Golze	2,5
Object Carpet	2,5
Balta	2,6
Fletco	2,6
Balsan	2,6
Condor	2,7
Associated Weavers	2,7
Desso	2,7
B.I.G. Group	2,8

Unternehm.-Auftritt	
Vorwerk	2,0
Forbo	2,2
Anker	2,2
C/R/O	2,3
Findeisen	2,3
Object Carpet	2,4
Tretford Weseler	2,5
Infloor	2,5
TWN	2,6
Zoeppritz	2,6
Girloon	2,6
Norddeutsche	2,6
Filzfabrik Fulda	2,7
Otto Golze	2,7
Dura Besmer	2,7
Edel	2,7
Dura	2,7
Textimex	2,7
Interfaceflor	2,7
Balta	2,8
Fletco	2,8
Desso	2,8
ITC	2,8
Fabromont	2,9
Béwe	2,9
Lano	2,9
Balsan	3,0
Condor	3,1
Associated Weavers	3,1
B.I.G. Group	3,1

dem Preis-Leistungs-Verhältnis und einem Top-Innendienst, (jeweils Platz 1), kann sich auch bei Lieferschnelligkeit, Kulanz (Platz 2), Lieferzuverlässigkeit, Service, Vertriebsstrategie, Außendienst und der Managementqualität (Platz 3) sehen lassen. Einziges Manko: Der Unternehmensauftritt.

Für Vorwerk hagelte es bei dieser Umfrage geradezu 1. Plätze: Höchster Sympathiewert, stärkste Marke (gut, das ist keine Überraschung), bestes Sortiment, bester Außendienst, größte Innovativität, höchste Managementqualität, gelungenster Unternehmensauftritt... Kurz, der Großhandel kauft gern in Hameln. Mehr Bestätigung aus dem Markt können sich Geschäftsführer Johannes Schulte und seine Mannschaft kaum wünschen. Chapeau!

Bei der Weseler Teppichfabrik mit ihrem Flaggschiff Tretford bewegt sich bei den Großhandelsumfragen relativ wenig. Sie ist abonniert auf eine der vordersten Platzierungen bei der Markenstärke und inzwischen genauso bei der Vertriebsstrategie – denn wenn der Großhandel auch monieren mag, dass er durch das Agentursystem der Weseler zu wenig verdient, ist das Modell an sich klar und eindeutig und wird vor allem konsequent durchgehalten. Nach oben gearbeitet hat sich „die Ziege“ bei Lieferzuverlässigkeit, Service und den Zukunftsperspektiven. Gegenüber dem Vorjahr verloren hat der Innendienst. Der Außendienst erhält wieder keinen Stich beim Großhandel, sondern ist mit den Kollegen von Desso, Girloon und Fabromont das Schlusslicht des Feldes.

der Branche fackelte sein Sohn Joe Lano nicht lange und übernahm das Ruder in Harelbeke. Und wie man hört, meistert er die gewiss nicht einfache Aufgabe mit Bravour.

Die Norddeutsche Teppichfabrik gehört ganz klar zu den Eckpfeilern der deutschen Teppichindustrie und ist einer der wenigen verbliebenen bis zur Spinnerei vertikal integrierten Produzenten. Ein Pfund, mit dem sich wuchern lässt. Im vergangene Jahr lag die Priorität des Managements darauf, den Marktanteil

auszubauen. Der Großhandel scheint der Norddeutschen in den letzten Jahren nicht ganz folgen zu können; seine Bewertung lässt im Vergleich zu früher eine gewisse Distanz erkennen.

Object Carpet kommt ursprünglich aus dem (Direkt-)Objektgeschäft und versucht schon seit einiger Zeit beim Großhandel und beim Fachhandel Fuß zu fassen. Auf echte Gegenliebe stoßen die Denkendorfer dabei nicht. Es gelingt ihnen kaum, sich einmal in der oberen Feldhälfte zu platzieren. Nur die

Innovativität – zu Recht –, die technische Unterstützung und der Unternehmens-Auftritt ragen nach oben heraus.

In der Branche gibt es kaum Frauen in Führungspositionen; die wenigen, die die Zügel in der Hand halten, machen das ausgesprochen gut – wie Gertrud Oettgen, geschäftsführende Gesellschafterin von Textimex. Der Nadelvlies-Spezialist verfügt beim Großhandel über einen soliden Bonus. Wie bei der letzten Umfrage überzeugte das Unternehmen mit den Konditionen,

## BTH/BBE-Handelsumfrage Panel und Methodik

Die Exklusiv-Umfrage von BTH Heimtex wurde im Dezember 2010 schriftlich durchgeführt. Die 36 bedeutendsten Großhändler und Kooperationen haben 29 Lieferanten textiler Beläge (Teppichböden, Nadelfilz/-vlies, Kugelgarn, Sauberaufprodukte) aus Deutschland, Belgien, den Niederlanden und der Schweiz mit Schulnoten zwischen 1 (= ausgezeichnet) und 5 (= mangelhaft) bewertet. Für jeden Anbieter wurden 19 Benchmarks abgefragt, darunter objektiv messbare wie Liefergeschwindigkeit (= Wie schnell wird nach Auftragsingang geliefert?) und Konditionen genauso wie subjektiv empfundene wie Sympathiewert, die Qualität des Managements und die Zukunftsperspektiven. Aus den Antworten wurde eine Durchschnittsnote für das jeweilige Kriterium

errechnet. An der Umfrage beteiligt haben sich: Belcolor AG Flooring (St. Gallen/Schweiz) Besko Einkaufsges.m.b.H. (Gröding/Österreich), Bienna Interfloor Sonceboz AG (Sonceboz/Schweiz), Otto Bollmann GmbH & Co.KG (Mönchengladbach), Cabana Loppacher AG (Herisau/Schweiz), Copa eG (Hofheim-Wallau), Decor-Union Einkaufs- und Service GmbH (Hannover), Dresing GmbH & Co. KG (Rheda-Wiedenbrück), Fachhandelsring GmbH (Harthausen), Farbtex Kaltenbach + Maier GmbH & Co. KG (Dornstetten), Alois Geiger Söhne GmbH & Co. KG (Aschaffenburg) Paul Groß GmbH & Co. KG (Nistertal), W. & L. Jordan GmbH (Kassel), Ketterer + Liebherr GmbH (Freiburg), Landegger Warenvertriebsges.m.b.H (Pottendorf/Österreich), Gebr. Lotter KG (Ludwigsburg),

Maler-Einkauf Rhein-Ruhr eG (Essen), Maler-Einkauf West eG (Köln), Gustav Maul GmbH & Co. KG (Landshut), MZE/2 HK (Neufahrn), Netto Einkaufsgruppe AG (Balsthal/Schweiz) Rafa GmbH (Köln), Rigromont GmbH (Breckerfeld), Schmitt & Orschler GmbH & Co. (Aschaffenburg), W. Schneck sen. GmbH & Co. (Siegen) Friedrich Seemann KG (Bremen), Sonnen-Herzogstrasse KG (Düsseldorf), Sonnhaus Deutschland GmbH (Straubing), Steffel-Unternehmensgruppe (Berlin), Südbund eG (Backnang), Adolf Veeseer GmbH (Albstadt), Wässa + Schuster GmbH & Co. KG (Kaiserslautern), Josef Walter GmbH (Weilheim i.Ob.), Weicken Farbe + Heimtex GmbH (Dortmund), Kurt Weigel GmbH (Cloppenburg), Wotex GmbH (Heiligenwald)



**coral®** Der Eingangsbereich ist die Visitenkarte eines Objektes. Hier können Sie mit Coral Aktiv-Sauberaufzonen dreifach punkten – durch aktiven Schutz vor Schmutz und Nässe, durch aktive Sicherheit vor Rutschunfällen und durch aktive Werterhaltung der Böden. Es lohnt sich also dreifach, Coral Aktiv-Sauberaufzonen in die Beratung mit einzubeziehen. Coral, das Original, made by Forbo. Mehr unter [www.forbo-flooring.de](http://www.forbo-flooring.de)



FLOORING SYSTEMS