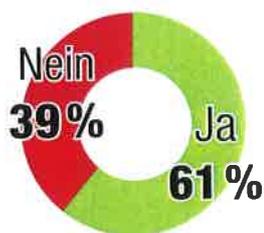


# Und der Sieger heißt: Jab Anstoetz

Für die exklusive Kundenumfrage zur Verbreitung und Bewertung der Stoffanbieter hat BTH Heimtex in diesem Jahr 155 Fachhändler befragt. Das Ergebnis in Kurzversion: Jab Anstoetz kann sich über die beste Durchschnittsnote freuen und ist außerdem am weitesten im Markt verbreitet.

**Frage an den Handel:**  
Erlebt die textile Fensterdekoration ein Revival?



Regelmäßig hakt BTH Heimtex beim deutschen Fachhandel nach, von wem er seine Dekostoffe und Gardinen bezieht und wie zufrieden er mit seinen Lieferanten ist. Im April 2017 haben wir hierfür 155 Firmen befragt. Von diesen haben 89 % ihren Sitz in den alten Bundesländern und 11 % kommen aus den neuen. Die meisten Betriebe (70 %) beschäftigen bis zu zehn Mitarbeiter, 30 % haben mehr als zehn Angestellte.

Das Ergebnis zur Verbreitung zeigt, dass die Spitzenreiter allesamt an Marktdurchdringung gewonnen haben: Jab Anstoetz schaffte es auf 72 % und ließ die Konkurrenz weit hinter sich. Der Bielefelder Textilverlag bringt es auf 6 % mehr Listungen als der erste Verfolger Ado (66 %), gefolgt von Indes Fuggerhaus mit 60 %. Saum & Viebahn rangiert dieses Mal mit einem Verbreitungsgrad von 57 % auf Platz 4. Den fünften Platz teilen sich Joka/Jordan, Porschen und Unland mit 52 %, dicht gefolgt von Rasch Textil mit 51%. Heco erlangte mit 50 % Platz 7. Bei diesen Zahlen handelt

es sich um den reinen Verbreitungsgrad der Lieferanten bei den Befragten, Umsatzhöhen oder verkaufte Quadratmeter spielen hier keine Rolle.

Branchenprimus Jab Anstoetz konnte vor diesem Hintergrund seine herausragende Stellung im Markt dokumentieren. Insgesamt sind die Abstände im Feld aber kleiner geworden. Die Entwicklung lässt mehrere Schlussfolgerungen zu: Entweder kommt der Stoff wirklich langsam, aber sicher zurück. Dieser Meinung war jedenfalls die Mehrzahl der befragten Fachhändler (siehe Grafik links): 61 % Prozent glauben, dass die textile Fensterdekoration mit Gardine und Vorhang wieder auf dem Vormarsch sei.

Eine andere Interpretationsmöglichkeit wäre, dass die Fachhändler auf eine breitere Produktpalette setzen, die sie den immer anspruchsvoller werdenden Endverbrauchern gut verkaufen können - und deshalb die Zahl ihrer Lieferanten erhöhen. Oder genau das Gegenteil ist der Fall: Der Trend geht zur Konzentration auf immer weniger Hersteller, die dadurch ihre Marktpräsenz erhöhen.

## 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
1. Jab Anstoetz	1,9
2. Heco Textilverlag	2,0
3. Ado	2,1
3. Geos Geilfuß	2,1
3. Saum & Viebahn	2,1
6. Indes Fuggerhaus	2,2
6. Joka / Jordan	2,2
6. Gardisette	2,2

## Acht Lieferanten in der Einzelwertung

Um zu erfahren, wie zufrieden die Kunden mit ihren Lieferanten sind, wurden im Rahmen der BTH Heimtex-Fachhandelsumfrage für acht ausgewählte Stoffanbieter 13 Kriterien abgefragt, zu Produkten und Dienstleistungen, zum Image, den finanziellen Aspekten, den Zukunftsperspektiven und dem Faktor Mensch. Gesamtsieger nach Durchschnittsnoten: Jab Anstoetz (1,9), vor Heco (2,0) und Ado, Geos Geilfuß und Saum & Viebahn mit je 2,1.

In der Bewertung nach Kriterien nimmt Jab Anstoetz fünfmal den Spitzenplatz ein, gleichauf mit dem Memminger Textilverlag Heco. Jedoch mussten sich beide in diesem Punkt von Umfrageneuling Geos Geilfuß geschlagen geben: Die Osnabrücker brachten es auf sechs erste Plätze. →

Innerhalb der Einzelrankings entscheidet oft nur ein Wimpernschlag über Sieg oder Mittelfeld. Bei der Beurteilung der Liefertreue reicht die Notenspanne gerade einmal von 1,6 bis 1,9. Wer wollte von einem schlechten Abschneiden sprechen, wenn alle mit einer Einser-Note bedacht werden? Alle Kategorien haben einen Einser-Kandidaten an der Spitze, die meisten Befragten bewerten die Unternehmen sogar auf mehreren der vorderen Plätze mit „sehr gut“. Da ist der Unterschied manchmal eher zu erahnen, als zu sehen.

Auffällig ist, dass in der neuen Kategorie „Markenstärke“ sowohl der beste Wert der Umfrage (Jab Anstoetz mit 1,5) als auch der schlechteste Ergebnis (Geos Geilfuß mit 3,0) zu finden ist. Auch erfolgsverwöhnte Teil-

nehmer wie die Heco schneiden hier relativ schwach ab.

Und jetzt die Einzelbewertungen der Firmen in alphabetischer Reihenfolge.

## Ado

### Der Trend geht aufwärts

Auch wenn Ado sich 2017 beim Verbreitungsgrad mit dem zweiten Platz zufrieden geben muss, profitiert die Traditionsmarke mittlerweile von der Übernahme durch Zimmer + Rohde Anfang 2013. Nach einigen Turbulenzen sowie personellen Veränderungen im Außendienst bewegt sich die Goldkante nun wieder in ruhigeren Fahrwassern. Das kommt im Handel gut an, deutlich

## Sieger nach **Kriterien**

Kategorie	Sieger	Ø-Note
<b>Qualität Innendienst</b>	Geos Geilfuß <small>Sieger 2015: Heco</small>	1,8 1,9
<b>Qualität Außendienst</b>	Heco Textilverlag <small>Sieger 2015: Heco, Unland</small>	1,9 1,9
<b>Lieferschnelligkeit</b>	Jab Anstoetz <small>Sieger 2015: Jab Anstoetz</small>	1,7 1,7
<b>Liefertreue</b>	Geos Geilfuß, Heco Textilverlag, Indes Fuggerhaus <small>Sieger 2015: Heco</small>	1,6 1,7
<b>Reklamationsbearbeitung</b>	Geos Geilfuß, Heco Textilverlag, Saum & Viebahn <small>Sieger 2015: Heco</small>	1,9 1,9
<b>Preis-Leistungs-Verhältnis</b>	Geos Geilfuß <small>Sieger 2015: Heco</small>	1,8 2,0
<b>Produktinnovation</b>	Jab Anstoetz <small>Sieger 2015: –</small>	1,8 –
<b>Produktqualität</b>	Geos Geilfuß <small>Sieger 2015: Heco</small>	1,8 1,8
<b>Markenstärke</b>	Jab Anstoetz <small>Sieger 2015: Jab Anstoetz</small>	1,5 2,1
<b>Sympathiewert</b>	Heco Textilverlag <small>Sieger 2015: Heco</small>	1,7 1,7
<b>Marketing</b>	Jab Anstoetz <small>Sieger 2015: –</small>	1,7 –
<b>Vertriebspolitik</b>	Geos Geilfuß, Heco Textilverlag <small>Sieger 2015: Heco</small>	1,8 2,0
<b>Zukunftsperspektiven</b>	Jab Anstoetz <small>Sieger 2015: Jab Anstoetz</small>	1,7 1,9

**Jab Anstoetz**

mehr als die Hälfte der Befragten hat Ado wieder gelistet. Aber wie zufrieden sind sie mit ihrem Lieferanten?

Zusammenfassend kann gesagt werden: Die Gesamtleistung der Hessen hat sich deutlich gesteigert. In allen Kategorien liegt Ado auf besseren Plätzen als noch 2015, in den meisten Fällen auch mit deutlich besseren Noten. Verschlechterte sich das Unternehmen in der Gesamtnote in den letzten Jahren kontinuierlich, können sich die Goldkante-Mitarbeiter jetzt über einen klaren Sprung nach vorn freuen: Im Ranking nach Durchschnittsnoten steht Ado mit der Note 2,1 auf dem dritten Platz.

Am besten kommen die Qualität des Außendienstes, Markenstärke und Marketing weg, allesamt mit →

## Deko, Gardine und Möbelstoffe

Bei welchen Anbietern kaufen Sie ein?

Lieferant	Verbreitungsgrad
1. Jab Anstoetz	72%
2. Ado	66%
3. Indes Fuggerhaus	60%
4. Saum & Viebahn	57%
5. Joka / Jordan	52%
5. Porschen	52%
5. Unland	52%
8. Rasch Textil	51%
9. Heco Textilverlag	50%
10. Gardisette	40%
11. Geos Geilfuß	36%
12. Apelt	34%
13. Zimmer + Rohde	32%
14. Christian Fischbacher	27%
15. Delius	23%
16. Sonnhaus	22%

Alle Angaben in Prozent. Mehrfachnennungen sind möglich.

Weitere Anbieter, die mehrfach genannt wurden (in alphabetischer Reihenfolge): Baumann, Bautex, Böhringer, Camengo, Casadeko, Chivasso, Creation Baumann/CB, Decobel, Designers Guild, Doerflinger & Nickow, Equipo, Gerster, Höpke, Intex, Kinnasand, Kobe, Kupferoth, Mira X, Nicol, Nya Nordiska, Plauspitz, Prestigious Textiles, Ricamo, Rovitex, Rubelli, Sahco Hesslein, Stoeckel & Grimminger/Joop/Esprit, Südbund, Versace, Vriesco, Wind, Wölfel

**GEOS**  
exclusiv

TEXTILVERLAG



LASST STOFFE  
SPRECHEN

*Wir sagen  
Danke!*

Ihr GEOS-Team

## Zahl der Erstplatzierungen



Schwächen sahen die Befragten in der Lieferschnelligkeit, doch selbst da konnte sich das Unternehmen mit einer besseren Note um einen Platz nach vorn kämpfen.

### Gardisette Produktinnovation und Marketing als Stärke

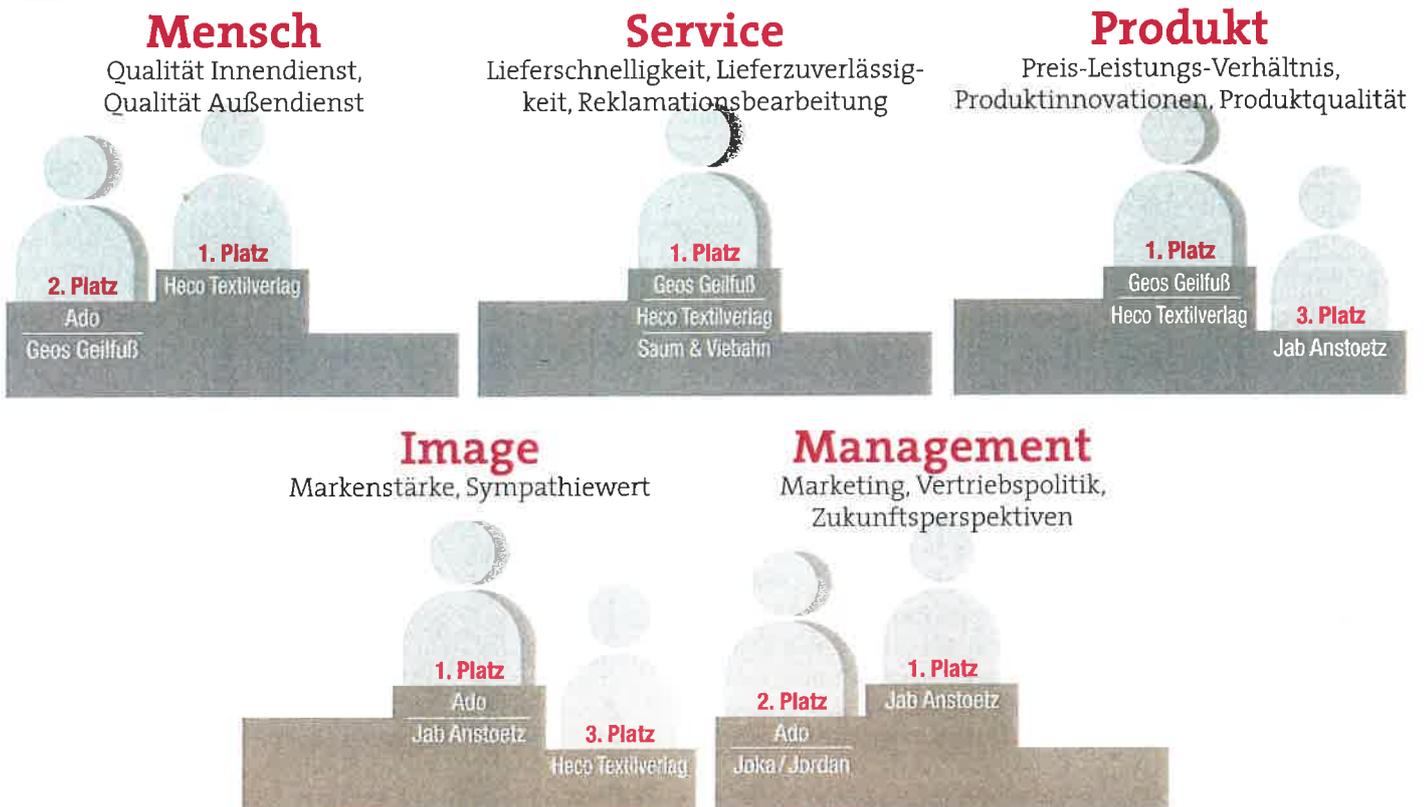
Gardisette ist im Verbreitungsgrad stabil geblieben, bei dem Ranking nach Durchschnittsnoten gab es eine leichte Verschlechterung: Bei starker Konkurrenz landete die Marke von Jab Anstoetz auf dem sechsten Platz.

einem zweiten Platz. Auf den mittleren Plätzen liegt Ado mit dem Innendienst, Lieferschnelligkeit, Reklamationsbearbeitung, Preis-Leistungs-Verhältnis, Produktqualität, Vertriebspolitik, Zukunftsperspektiven und Sympathiewert. 2015 gab es hier noch letzte Plätze. Und so schaffen es die Hessen auf drei unserer fünf Siebertreppchen in den zusammenfassenden Kategorien – ein guter Erfolg und ein gutes Zeichen für die Zukunft. Die größten

In den meisten Einzelkategorien schnitten die Bielefelder etwas schlechter ab als 2015. Bergauf ging es notenttechnisch nur in der Kategorie Reklamationsbearbeitung, wobei die Platzierung hier unverändert blieb. Gute Plätze gab es in den neuen Kategorien Produktinnovation (Platz 2) und Marketing (Platz 3). Der Sympathiewert wurde zwar gleich benotet, dennoch teilen sich Gardisette mit Mutter Jab Anstoetz hier den letzten Platz. →

## Die Unterschiede liegen im Detail

Was ist Ihnen wichtig: Service, Image, Produkt? Diese Kategorien geben Orientierung



Auf den letzten Rängen liegt Gardisette außerdem bei der Qualität des Außendienstes, Lieferschnelligkeit, Lieferzuverlässigkeit, Produktqualität, Vertriebspolitik und Zukunftsperspektiven. Auf die Treppchen unserer aggregierten Kategorien schafften es die Bielefelder 2017 gar nicht mehr.

## Geos Geilfuß Umfrage-Newcomer startet durch

2017 ist das (Umfrage-)Jahr von Geos Geilfuß: Wenn der Textilverlag im Notendurchschnitt und der Marktdurchdringung auch eher im Mittelfeld landet, wirbelt er die Bewertung in den Einzelkategorien doch gehörig durcheinander und kann als einziger sechs erste Plätze einheimsen.

Zum ersten Mal bei der Einzelbefragung dabei, verwiesen die Osnabrücker, bei denen mit Katharina

Geilfuß nun die dritte Generation mit auf der Brücke steht, in den meisten Kategorien ihre Mitbewerber auf die hinteren Plätze. Ob Qualität Innendienst, Lieferzuverlässigkeit, Reklamationsbearbeitung, Preis-Leistungs-Verhältnis, Produktqualität oder Vertriebspolitik: Überall gab es Bestnoten für Geos. Auch die Außendienstqualität, die Lieferschnelligkeit und der Sympathiewert wurde von den Kunden mit sehr guten Noten bewertet. Ein echtes Mittelfeld gab es nicht für das Unternehmen. Bei den Kategorien, die die Kunden kritischer sahen, ging es gleich auf den letzten Platz: Hinsichtlich Produktinnovation, Markenstärke, Zukunftsperspektiven und Marketing sehen die Befragten noch deutlichen Handlungsbedarf.

Auf den Treppchen der zusammenfassenden Kategorien sorgten die Osnabrücker auch für frischen Wind: zwei erste und ein zweiter Platz. Alles in allem ein überzeugender Erstauftritt in der BTH Heimtex-Umfrage.

## Heco Textilverlag Starke Konkurrenz beflügelt

Die Heco ist bei der Hälfte der Befragten gelistet, das ist aktuell ein Platz im Mittelfeld. In der Detailbefragung schafft es der Textilverlag auf Rang 2 und hat lediglich 0,1 Notenpunkte Abstand zu Sieger Jab Anstoetz. Auch bei der Anzahl erster Plätze ist es Rang 2. In den meisten Kategorien spielt das Unternehmen ganz vorn →

Qualität Innendienst	
Geos Geilfuß	1,8
Heco Textilverlag	1,9
Jab Anstoetz	2,0
Ado	2,1
Gardisette	2,1
Joka / Jordan	2,1
Saum & Viebahn	2,1
Indes Fuggerhaus	2,3

Qualität Außendienst	
Heco Textilverlag	1,9
Ado	2,0
Geos Geilfuß	2,1
Saum & Viebahn	2,1
Indes Fuggerhaus	2,2
Joka / Jordan	2,2
Jab Anstoetz	2,3
Gardisette	2,4

Lieferschnelligkeit	
Jab Anstoetz	1,7
Geos Geilfuß	1,8
Heco Textilverlag	1,8
Joka / Jordan	1,8
Saum & Viebahn	1,8
Indes Fuggerhaus	1,9
Ado	2,0
Gardisette	2,0

Lieferzuverlässigkeit	
Geos Geilfuß	1,6
Heco Textilverlag	1,6
Indes Fuggerhaus	1,6
Jab Anstoetz	1,7
Ado	1,8
Joka / Jordan	1,8
Saum & Viebahn	1,8
Gardisette	1,9

Reklamationsbearbeitung	
Geos Geilfuß	1,9
Heco Textilverlag	1,9
Saum & Viebahn	1,9
Ado	2,0
Gardisette	2,0
Joka / Jordan	2,1
Indes Fuggerhaus	2,2
Jab Anstoetz	2,2

Preis-Leistungs-Verhältnis	
Geos Geilfuß	1,8
Heco Textilverlag	1,9
Indes Fuggerhaus	2,0
Ado	2,3
Gardisette	2,3
Joka / Jordan	2,3
Saum & Viebahn	2,3
Jab Anstoetz	2,6

Produktinnovation	
Jab Anstoetz	1,8
Gardisette	2,3
Heco Textilverlag	2,3
Indes Fuggerhaus	2,3
Saum & Viebahn	2,3
Ado	2,4
Joka / Jordan	2,4
Geos Geilfuß	2,4

Produktqualität	
Geos Geilfuß	1,8
Jab Anstoetz	1,9
Saum & Viebahn	1,9
Ado	2,0
Heco Textilverlag	2,0
Indes Fuggerhaus	2,0
Gardisette	2,2
Joka / Jordan	2,2

Markenstärke	
Jab Anstoetz	1,5
Ado	1,8
Gardisette	2,3
Heco Textilverlag	2,7
Joka / Jordan	2,7
Saum & Viebahn	2,7
Indes Fuggerhaus	2,8
Geos Geilfuß	3,0

Sympathiewert	
Heco Textilverlag	1,7
Geos Geilfuß	1,8
Ado	1,9
Saum & Viebahn	1,9
Indes Fuggerhaus	2,0
Joka / Jordan	2,0
Gardisette	2,1
Jab Anstoetz	2,1

Marketing	
Jab Anstoetz	1,7
Ado	2,3
Gardisette	2,5
Joka / Jordan	2,5
Saum & Viebahn	2,5
Indes Fuggerhaus	2,7
Heco Textilverlag	2,8
Geos Geilfuß	2,9

Vertriebspolitik	
Geos Geilfuß	1,8
Heco Textilverlag	1,8
Saum & Viebahn	1,9
Ado	2,0
Indes Fuggerhaus	2,0
Jab Anstoetz	2,0
Joka / Jordan	2,1
Gardisette	2,3

Zukunftsperspektiven	
Jab Anstoetz	1,7
Heco Textilverlag	2,1
Indes Fuggerhaus	2,1
Joka / Jordan	2,1
Ado	2,2
Saum & Viebahn	2,3
Geos Geilfuß	2,4
Gardisette	2,6



mit und landet in fast allen aggregierten Rankings auf dem Siegerpodest, auch wenn es sich die ersten Plätze häufiger teilen muss - oder im Vergleich zu 2015 schlechter abschneidet.

Die große Stärke von Heco ist das Team. Ob im Innen- oder Außendienst, am Telefon oder auf Messen - Kunden werden freundlich bedient. Das schätzt der Handel,

und so gab es in der Kategorie Mensch die Goldmedaille. Erste Plätze außerdem für Sympathiewert und die Qualität des Außendienstes. In den Kategorien Preis-Leistungs-Verhältnis, Produktqualität, Lieferschnelligkeit, Lieferzuverlässigkeit, Reklamationsbearbeitung, Vertriebspolitik und Qualität des Innendienstes muss der Siegerpokal jedoch weitergereicht werden. Die Platzierungen sind dennoch gut.

Bei Produktqualität und Markenstärke reicht es für die Heco nur fürs Mittelfeld. Die schwächste Kategorie der Memminger ist laut Handel das neu abgefragte Marketing. Hier landen sie auf dem vorletzten Platz.

### **Indes Fuggerhaus** Gutes Mittelfeld

Indes Fuggerhaus liegt mit 60 % Marktdurchdringung auf einem guten Platz drei, im Ranking nach Durchschnittsnoten mit der Note 2,2 auf dem sechsten Rang. Für die Lieferschnelligkeit gab eine Goldmedaille. Insgesamt sorgte das starke Feld für etwas schlechtere Platzierungen als 2015, wobei die Noten nahezu gleich blieben. So reichte beispielsweise bei den Sympathiewerten zuletzt die Note 2,0 noch für Platz 1; in diesem Jahr landet die Stofftochter von Tapetenhersteller A.S. Création mit derselben Bewertung auf Platz 4.

Das Unternehmen aus Marienheide liegt darüber hinaus in den Kategorien Liefertreue, Preis-Leistungs-Verhältnis, Produktinnovation und Zukunftsperspektiven auf den vorderen Rängen, auf dem aufsteigenden Ast befinden sich nach Kunden-

## **Alle Sieger in den Einzelkategorien haben eine Einser-Note. In der Gesamtwertung reicht das Spektrum von 1,9 bis 2,2. Ein Beweis für die Leistungsfähigkeit der Lieferanten von Dekostoffen.**

meinung auch die Qualität des Außendienstes. Kritischer schätzten sie die Reklamationsbearbeitung, die Markenstärke und die Qualität des Innendienstes ein. Hier besteht Handlungsbedarf. Auf ein Treppchen in den zusammenfassenden Kategorien schaffte es das Unternehmen 2017 nicht.

### **Jab Anstoetz**

#### **Die beste Durchschnittsnote und die größte Marktdurchdringung**

Jab Anstoetz verweist die Konkurrenz auf die Plätze, steht in der Marktdurchdringung vorn und hat mit der verbesserten Durchschnittsnote von 1,9 die Nase →



## **VIelen DANK FÜR IHRE AUSZEICHNUNG!**

Wir danken unseren Kunden herzlich für Ihr Vertrauen in die Qualität unserer Produkte. Ihre Meinung ist uns wichtig und wir freuen uns, Sie in Zukunft mit unseren Neuheiten und unserem Service zu überraschen.

vorn. Dazu sichert sich der Bielefelder Textilverlag mit fünf Spitzenplatzierungen den zweiten Platz beim Rennen um die Pokale. Für die Fachhändler ist das Traditionsunternehmen aus Ostwestfalen bei Lieferschnelligkeit, Produktinnovation, Markenstärke, Marketing, Innovationskraft und Zukunftsperspektiven das Maß aller Dinge.

Auch wenn es um Produktqualität und die Liefertreue geht, steht bei Jab Anstoetz eine Eins vor dem Komma. Die Platzierungen und guten Noten führen dazu, dass die Bielefelder auch bei den aggregierten Kategorien gut abschneiden. Bei Image und Management liegen sie vorn. Bei Produkt ist es der dritte Platz. In den Kategorien Mensch und Service wurden sie jedoch vom Podest geschubst.

Trotz allem gehört Jab Anstoetz nicht zu den sympathischen Lieferanten im Feld (letzter Platz zusammen mit Tochter Gardisette). Auch beim Preis-Leistungs-Verhältnis und der Vertriebspolitik liegt der Verlag weit hinten. Und die Reklamationsbearbeitung läuft ebenfalls nicht so ab, wie sich die Fachhandelskunden das wünschen würden.

## **Joka/Jordan** Bei Stoffen auf Augenhöhe

Großhändler Jordan wird vor allem als einer der wichtigen Lieferanten für Bodenbeläge in Deutschland wahrgenommen. Aber auch Dekostoffe und

Gardinen gehören zum Sortiment unter der Marke Joka. Außerdem setzt das Unternehmen auf eine Vertriebspartnerschaft mit den Schmitz-Werken: Die Belieferung der deutschen Raumausstatter mit den Objektstoffen der Marke Drapilux soll die Bedeutung der Kasseler im textilen Bereich steigen lassen.

In der Marktdurchdringung schaffen es die Hessen auf den fünften Platz. 2015 gehörte Joka noch nicht zu den im Detail abgefragten Lieferanten, aber die Ergebnisse 2017 zeigen: Vor den Großen der Branche braucht sich Jordan nicht zu verstecken. Häufig rangiert das Unternehmen im Mittelfeld, nur bei Produktinnovation und Produktqualität landet es auf den letzten Plätzen. Bei Liefertreue und -schnelligkeit hingegen gab es gute Noten; kein Wunder: Ist doch Logistik eine der Kernkompetenzen eines Großhändlers. In Deutschland wurde der Heimtextilien-Vertrieb von Jordan mittlerweile auf zwölf Außendienstmitarbeiter erweitert. Den Bereich leitet Stefan Schmitt, der von Saum & Viebahn zu Jordan gewechselt ist. Stoff-Expertin Stefanie Kerpen ist für das Trendscouting und die Kollektionserstellung verantwortlich.

## **Saum & Viebahn** Leichte Verbesserungen

Saum & Viebahn schafft es bei der Marktdurchdringung mit 57 % auf einen guten vierten Platz. Nach Durchschnittsnoten belegten die Kulmbacher 2015 noch Platz 6 und haben sich nun mit einer etwas verbesserten Note auf den dritten Platz vorgearbeitet. Generell findet sich der Textilverlag bei den Einzelbewertungen im dicht gedrängten Mittelfeld wieder.

Nachdem es zuletzt für keinen ersten Platz reichte, kann Saum & Viebahn in diesem Jahr bei der Reklamationsbearbeitung die Konkurrenz hinter sich lassen und heimst eine Goldmedaille ein. Die weiteren guten Noten für Sympathiewert, Produktqualität und Vertriebspolitik zeigen, dass die Kulmbacher von ihren Kunden im Fachhandel durchaus geschätzt werden.

Mit der Qualität des Innendienstes sind sie hingegen nicht zufrieden, auch der Außendienst und die Markenstärke schnitten nur mittelmäßig ab. Nach Meinung der Händler könne Saum & Viebahn auch an Liefertreue, Preis-Leistungs-Verhältnis und den Zukunftsperspektiven noch weiter arbeiten.

» antje.lueckingsmeier@snfachpresse.de

## BTH Heimtex / United Research Fachhandelsumfrage **Panel und Methodik**

Das BTH Heimtex/United Research-Kundenbarometer Deko + Gardine wird in zwei Schritten durchgeführt: Im ersten Schritt wird erfragt, bei welchen Anbietern der Fachhandel überhaupt einkauft, also wie hoch der Verbreitungsgrad der einzelnen Lieferanten ist. Diese Befragung erfolgt gestützt, aber offen. Die Interviewten können dabei weitere Bezugsquellen zu den von BTH Heimtex vorgegebenen Unternehmen nennen. Als Ergebnis ist der jeweilige Verbreitungsgrad in Prozent angegeben. Im zweiten Schritt bewerten die Händler acht einzelne Lieferanten. Für jedes Unternehmen werden 13 Benchmarks abgefragt und mit Noten von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend) bewertet – darunter objektiv messbare wie die Lieferschnelligkeit, aber auch subjektiv empfundene wie Sympathiewert oder die Qualität der Mitarbeiter im Außendienst. Aus den Antworten hat United Research eine Durchschnittsnote für das jeweilige Kriterium errechnet. Das Gesamtranking nach Durchschnittsnoten basiert auf der Addition aller Ergebnisse eines Anbieters in den 13 Kategorien. Insgesamt wurden in ganz Deutschland rund 150 klassische Fachhändler, Raumausstatter mit Ladengeschäft und gehobene Fachmärkte befragt. Nicht in die Befragung eingeschlossen sind Filialisten, der Großhandel und Kooperationszentralen sowie Großflächenanbieter wie Discounter oder C+C-Betriebe.