



## 70 Jahre Badenia Bettcomfort

# In Feierlaune auf der Heimtextil

**Frankfurt. Partystimmung zum Jubiläums-Auftakt: Badenia Bettcomfort wird in diesem Jahr 70 Jahre alt und präsentierte auf der Heimtextil die weiterentwickelte Fachhandels-Marke Xdream sowie Boxspringbetten als weiteres Leistungsspektrum. Ausreichend Grund zu feiern – was in Halle 8 ausgiebig geschah.**

So macht Messe Spaß. Als Auftakt des Jubiläumsjahres zur 70-jährigen Firmengeschichte von Badenia Bettcomfort wurde – nach der Haustex-Star Preisverleihung auf der Eventfläche im Café Dialog – zusammen mit der Frankfurter Messe ein AfterWork-Festabend veranstaltet. Thomas Bußkamp, CEO der EuroComfort Group, hatte Geschäftsfreunde, Kunden und die Mitarbeiter zur Abendveranstaltung auf der Heimtextil eingeladen.

„Erfolg muss man auch feiern können“, sagt Thomas Bußkamp mit Stolz über die rasante Weiterentwicklung und die überdurchschnittlichen Erfolge des badischen Traditionsunternehmens. „Wir erfahren großen Zuspruch für unser Tun, das uns weiter anspornt um noch besser zu werden. Da wir ein breites Kundenklientel bedienen, steckt die Herausforderung darin, die Synergien in der Gruppe zu nutzen, aber in der Markenpolitik so individuell wie nötig zu sein, damit wir den Vorstellungen unserer Partner gerecht bleiben.“

Hier kommt Badenia eine große Rolle zu. Mit der Weiterentwicklung der Marke Irisette ist das Unternehmen bestens aufgestellt. Irisette ist inzwischen die erste und einzige Marke, die ein durchgängiges Schlafkonzept anbieten kann. Mit einer logischen und konsequenten Sortimentserweiterung der Marke Xdream wurde auch dieses Label stärker im Markt positioniert. Bußkamp: „Mit Xdream bieten wir dem Handel die große Chance, sich gerade im Bereich der Nachhaltigkeit als Experte für gesunden Schlaf zu etablieren. Ich kann sogar sagen, dass wir ihm mit dieser Marke und ihren besonderen

Attributen eine Garantie für Kontinuität und Umsatzsicherheit versprechen.“

Auf den Januar Messen wurde das Bettdecken Konzept mit der körpergerechten Steppung vorgestellt und zur Abrundung eine Shop-in-Shop- und Corner-Präsentation angeboten. „Wir sind mit dem Zuspruch unserer Partner und den platzieren Aufträgen mehr als zufrieden“, so Badenia-Vertriebsleiter Timo Sinz.

Stolz präsentierte die Badenia Mannschaft auch ihre brandaktuelle Kollektion an Boxspringbetten. „Hier bieten wir dem Handel ab einem UVP von 1.000 Euro bis ca. 3.500 Euro einen Unterbau zu den bisherigen Kollektionen aus unserer Gruppe. Eine klare Positionierung von Badenia Bettcomfort“, sagt Timo Sinz.

„Wir bündeln darin 70 Jahre Erfahrung des Unternehmens Badenia als Hersteller und Vertriebsunternehmen und verbinden es mit dem Know-how der Muttergesellschaft in Bocholt. Aufgrund dieser Synergien sorgen wir seit der Zugehörigkeit zu unserer Gruppe EuroComfort auch bei Badenia für einen enormen Wachstumsschub“, sagte Firmeninhaber Thomas Bußkamp im Anschluss an die Abendveranstaltung. „Dass wir durch unser bisheriges Investment zusammen mit unserer Markenpolitik mehr als erfolgreich sind, macht mich sehr zufrieden und zuversichtlich. Wir haben also allen Grund zu feiern und möchten gerne unsere Handelspartner auch in diesem Jubiläumsjahr davon profitieren lassen.“



# AfterWork@Heimtextil: So feierte





# die Messe 70 Jahre Badenia



## Badenia Bettcomfort

# Ausgezeichnet mit Amazon-Award „Vendor of the Year“

Friesenheim. Für Amazon gehört Badenia Bettcomfort zu einem Vorzeigeunternehmen einer guten Partnerschaft. Aus diesem Grunde wurde dem Hersteller für Bettwaren, Matratzen und Boxspringbetten auf der diesjährigen Heimtextil in Frankfurt die Auszeichnung „Vendor of the Year“ verliehen.

Aus Sicht von Amazon ist Badenia ein beispielhafter Lieferant aus dem Einrichtungsbereich, dessen Anspruch eine reibungslose logistische Belieferung der Kunden verlangt, wenn es um den sicheren und schnellen Versand von Produkten aus dem Einrichtungssegment geht. Der Preis wurde aufgrund von zwei Hauptkriterien vergeben: Zum einen ist das die Relevanz des Lieferanten und seiner Attraktivität, was sich unter anderem in der Qualität der Zusammenarbeit mit dem Key Account ausdrückt, zum anderen wird Badenia Bettcomfort seinerseits als potentieller Lieferant bei seinen Kunden erkannt.

Reibungsloser, pünktlicher Versand gehöre bei Badenia mit zu außerordentlichem Service und Qualitätsmanagement, betont das Unternehmen. Als Universalversender bietet Amazon nach eigener Darstellung eine Menge Vorteile: „Selbst schwer zu verschickende Produkte werden durch ein opulentes logistisches Ausstattungssystem souverän und schnellstmöglich im Herstellerwerk abgeholt und ausgeliefert“. Dieser Service wird bei Badenia sehr geschätzt, da von Kundenseite äußerst selten Reklamationen anfallen. Die Amazon-Auszeichnung wiederum stellt eine Wertschätzung aus dem anspruchsvollen Home-Segment dar.

Als zufriedener Preisträger sagt Thomas Bußkamp zu dieser Auszeichnung von Amazon: „Für uns bedeutet diese Auszeichnung Motivation und Bestätigung zugleich. Da wir uns auf vielen Betätigungsfeldern bewegen, müssen individuelle Herausforderungen gemeistert werden, was nicht nur Amazon, sondern viele andere Händler und Kundengruppen ausgesprochen hoch bewerten.“

Von der Großfläche bis zum Fachhandel und von Amazon bis zum Luxuskaufhaus Harrods of London schätze man die Arbeit der EuroComfort Group „und der vielen fleißigen Hände“, so Bußkamp. „Deshalb ist der Preis auch ein Dankeschön an unsere Mitarbeiter. Wir werden uns jedoch nicht darauf ausruhen, denn als Team arbeiten wir täglich daran, uns stets weiter zu verbessern.“



**Björn Kreis, Senior Category Leader Home von Amazon (links), überreicht CEO Thomas Bußkamp den Award „Vendor of the Year“ für Badenia Bettcomfort.**

Thomas Bußkamp, CEO der EuroComfort Group und Muttergesellschaft der Badenia Bettcomfort, nahm die Gratulation und den Award von Amazon aus den Händen von Björn Kreis, Senior Category Leader und verantwortlich für den Bereich Home, entgegen. Es war ein kleiner, feierlicher Akt auf dem Messestand.