



Nicht plattzuwalzen – und das seit 1909

Schlaraffia Qualität und Komfort – dafür steht Schlaraffia wie kaum eine andere Matratzenmarke. Und das seit mittlerweile 100 Jahren. Damit die Kunden auch in Zukunft ruhig schlafen können, setzt der Hersteller vor allem auf eins: das Gütesiegel „Made in Germany“.

Das Markenzeichen: Die blaue Dampfwalze steht auf dem Fabrikgelände in Wattenscheid.



Unermüdlich verschlingt die Maschine den dunklen Draht, presst daraus Federn und schweißst diese in weißes Polyestervlies ein, um sie schließlich wie an einer Perlenschnur aufgereiht auszuwerfen. Die Arbeiter in der Halle schützen sich mit Ohrstöpseln vor dem Lärm. Bei diesem Geräuschpegel fällt es schwer, sich vorzustellen, dass hier gerade die Grundlage für ruhigen und erholsamen Schlaf entsteht: Taschenfederkerne für Qualitätsmatratzen.

„Wir stellen die Kerne in unterschiedlichsten Größen und Drahtstärken her, um den verschiedenen Schlafansprüchen gerecht zu werden“, erklärt Burkhard Prätzel, Leiter der Schlaraffia-Werbeabteilung. Es schwingt Stolz in der Stimme des Wattenscheiders mit, während er die Matratzenherstellung in seinem Heimatort erklärt.

Ihren Ursprung hat die Traditionsmarke allerdings nicht in dem Bochumer Stadtteil, sondern an der Wupper und in Frankreich. Während einer Geschäftsreise lernte der Wuppertaler Gustav Hüser 1909 in der Nähe von Orleans Jules Etot und seine beeindruckende Erfindung kennen: Weil er unter Rheuma litt, hatte der Franzose eine Matratze mit Federn entwickelt, um bequemer zu liegen.

„Der eine hatte die Idee und der andere das Geld für die Produktion. Also taten sie sich vor genau 100 Jahren zusammen und schlossen einen Vertrag über die Patentrechtsnutzung“, so Prätzel. Hüser baute eine Produktion in Wuppertal auf, in der sechs Frauen täglich jeweils bis zu sechs Federn von Hand herstellten.

Heute fertigt eine Maschine das halbe Dutzend in wenigen Minuten. Die Schlaraffia-Mitarbeiter müssen hellwach sein, um die „Perlenschnüre“ dann zum richtigen Zeitpunkt abzuschneiden, auf einen Transportwagen abzulegen und zur nächsten Station zu fahren: Hier werden die langen Bänder auf die gewünschte Matratzenlänge und -breite abgeschnitten und maschinell in einem Stecksystem – ohne Klammern oder Kleber – miteinander verbunden. Ist die richtige Größe erreicht, prüft eine Mitarbeiterin den Rohling und legt ihn beiseite.

Dass sie bei der Arbeit beobachtet wird, stört sie nicht. Denn Besuche in der Produktion gehören zum Alltag, regelmäßig sind Matratzenhändler im Werk zu Gast. „Schulungen von Fachverkäufern“, erklärt Marketingleiter Markus Veutgen, „sind die Basis unseres Erfolgs. Denn der Kunde ist abhängig von einer kompetenten Bera-

tung.“ Schließlich habe jeder Körper andere Ansprüche. Zudem sind die Preisspannen im Matratzengeschäft, an dem Schlaraffia in Deutschland einen Anteil von etwa 25 Prozent hat, enorm groß. „Gerade im preissensiblen deutschen Markt will der Käufer genau wissen, was er für sein Geld bekommt.“

Unter anderem erhält er dafür hochwertige Bezüge, die in der Halle direkt neben der Federkernfertigung gesteppt werden. „Beim Steppen“, sagt Werbeleiter Prätzel, „steht der Komfort im Vordergrund, doch auch für die Optik lassen wir einige Nähte einfließen. Damit der Kunde sieht, wo sich welche Matratzenzonen befinden.“

Oder damit er sofort erkennt, dass es sich um eine Schlaraffia-Matratze handelt. Denn immer wieder verlangen Kunden nach „der mit der Dampfwalze“. Das berühmte Firmenlogo geht auf das Jahr 1932 zurück und ist auf jeder Matratze eingesteppt. Regelmäßig fuhr damals eine Zehn-Tonnen-Walze am Wuppertaler Werk vorbei. Da kam dem Schlaraffia-Chef die Idee zu einem besonderen Belastungstest: Er ließ die Walze über die Matratze fahren – und keine der elastischen Federn brach. Neben dem Namen Schlaraffia,



Um eine hohe Qualität gewährleisten zu können, ist viel Handarbeit gefragt.

den Matratzenverkäufer Carl Kritzmann in Anlehnung an das wunderbare Schlaraffenland bereits 1910 ersann, hatte die Firma jetzt auch ein unverwechselbares Logo.

Bis heute lassen die Matratzen Belastungstests über sich ergehen, die es in sich haben. Allerdings müssen sie „nur“ eine Walze mit 140 Kilogramm Druck aushalten – das aber 60.000 Mal. Auch danach sind sie immer noch in Form und außerdem bequem. Denn bevor sie verpackt werden, feiern die Taschenfederkernmatratzen „Hochzeit“: Zwei Mitarbeiterinnen veredeln sie oben und unten mit Polsterauflagen, um ihnen anschließend perfekt gesteppte und passend genähte Bezüge überzuziehen.

Pro Jahr feiern knapp eine Million Matratzen aus dem Hause Schlaraffia das „Hochzeitsfest“. Dazu zählen inzwischen sogar mehr Schaumstoff- als Federkernmatratzen. Die werden allerdings nicht in Wattenscheid

geschäumt, sondern aus anderen Werken des belgischen Mutterkonzerns Recticel zugeliefert. Seit 1990 gehört Schlaraffia zu dem 11.000 Mitarbeiter zählenden Unternehmen. Etwa 1.000 von ihnen sind in Deutschland beschäftigt, allein 350 zählt das Wattenscheider Werk.

Vor einigen Jahren entschied sich Schlaraffia bewusst dafür, dem Ruhrgebiet trotz relativ hoher Lohnkosten die Treue zu halten. „Während die Konkurrenz ins Ausland ging“, sagt Markus Veutgen, „haben wir uns



Einfach bequem: Markus Veutgen beim „Probieren“ im Ausstellungsraum.

für eine Risikostrategie entschieden.“ Und die ist voll aufgegangen. Denn für eine qualitativ hochwertige Matratze sind die Kunden bereit, einen entsprechenden Preis zu bezahlen. Zwischen 199 und 849 Euro kostet eine Schlaraffia-Matratze mit dem Siegel „Made in Germany“. Auf dem Spitzenmodell mit Gel-Einlage kommt übrigens sogar ein Weltmeister zur Ruhe: Handball-Bundestrainer Heiner Brand.



Ganz ohne Maschinen geht es dennoch nicht, wie Burkhard Prätzel anhand der Steppmuster erklärt.

KONTAKT

Recticel Schlafkomfort GmbH
Burkhard Prätzel
Schlaraffiastraße 1-10
44867 Bochum
Tel.: (02327) 325168
praetzel.burkhard@schlaraffia.de
www.schlaraffia.de