



Schlaraffia ganz neu zu erleben

Der umgebaute Showroom in Bocholt präsentiert die Traditionsmarke Schlaraffia im neuen Gewand. Im Juni ist der Handel zur Hausmesse sowie zur Hometex nach Bad Salzungen eingeladen, um das erweiterte 360-Grad-Sortiment kennenzulernen, das Made in Germany mit einer starken POS-Konzeption überzeugt. | [Neue Sortimente](#)



Das Schlaraffia-Team freut sich auf die Besucher der Hausmesse in Bocholt und der Hometex (v.l.): Thomas Bußkamp, Ralf Werner, Rainer Brockmöller.

Die berühmte Schlaraffia-Walze ist nach Bocholt gerollt: Vor dem Eingang zum neu gestalteten Showroom der EuroComfort Group steht das blaue Ungetüm mit dem bekannten Logo. Während die Walze selbst noch auf einen frischen Anstrich wartet, ist der für die Marke längst vollzogen. Seit Thomas Bußkamp mit seinen Unternehmen die Rechte an Schlaraffia übernommen hat, ist nicht nur die Kollektion erneuert und ausgebaut worden. Auch der Showroom in Bocholt wurde auf links gedreht, um den Kunden hier ein umfassendes Markenerlebnis zu bieten. Dazu besteht vom 15. bis 26. Juni im Rahmen einer Hausmesse Gelegenheit, die zeitlich ins Umfeld der Hometex gelegt wurde, so dass sich beides kombinieren lässt. Denn auch auf der Messe in Bad Salzungen wird das neue POS-Konzept von Schlaraffia präsentiert, das klare Impulse für den modernen Fachhandel setzt. Badenia Bettcomfort und Lück präsentieren und vertreten gemeinsam die

Marke Schlaraffia in Halle 20 (Stand H8) und zeigen, wie sich technologische Innovation, starke Markenführung und wirtschaftliche Flächenkonzepte zu einem überzeugenden Gesamtauftritt verbinden. Das 360-Grad-Produktportfolio von Schlaraffia eröffnet dem Fachhandel neue Möglichkeiten für Differenzierung, Beratung und nachhaltiges Wachstum. Aber auch im Rest des Jahres haben Fachhändler und Möbeleinkäufer Gelegenheit, sich in die neue Markenwelt von Schlaraffia zu vertiefen – und das wird im Bocholter Showroom bereits intensiv genutzt. „Unsere großen Partner waren schon hier“, berichtet der CEO. Aber auch alle anderen Interessierten sind gerne gesehen – vom Bettenfachhändler bis zum inhabergeführten Möbelhändler, von der Großfläche bis zum Onliner.

Produkte Made in Germany

Die Matratzen werden gleich nebenan in den Werkshallen in Bocholt gefertigt,

Auch für die neue Kollektion der Neopur-Matratten wurde eine anpassbare Flächenlösung für den POS entwickelt.

und auch diese lassen sich bei einem Besuch besichtigen. Denn dass die Produkte Made in Germany sind und Entwicklung sowie große Teile der Produktion in Deutschland erfolgen, betont Bußkamp immer wieder – ein wichtiges Verkaufsargument für den Fachhandel, um Vertrauen aufzubauen und sich klar bei anspruchsvollen Kunden zu positionieren.

„Und das kann sich jeder bei uns anschauen, die Einladung steht“, sagt der Unternehmer. „Wer zur Hausmesse kommt, sieht nicht nur eine schöne Ausstellung, sondern kann sich ein paar Meter weiter auch die Produktion der Federkern- und der Kaltschaummatratzen ansehen.“ Made in Germany steht bei Schlaraffia für geprüfte Qualität, innovative Materialien und hohe Fertigungskompetenz.

Neue Matratzenkollektion

Im Mittelpunkt steht dabei mit drei neuen Serien die Matratzenkollektion. Die „Neopur“-Matratzen bieten eine ausgewogene Verbindung aus Weichheit, Stützkraft und Belüftung. Die Q-Serie setzt mit „CU-TEQ“-Kupfergraphit-Technologie neue Maßstäbe bei Temperaturregulierung, Hygiene und Energetisierungseffekten. Ein besonderes Highlight ist der patentierte Wave-Schnitt, der je nach Schlafposition flexibel unterstützt und damit starke Argumente für die individuelle Beratung liefert.

Bettwaren als Ergänzung

Ergänzt wird das Sortiment durch ein vielseitiges Bettwarenprogramm. Innovative Bettwaren mit Textilfaserlösungen, Naturfasermaterialien wie Alpaka-haar sowie hochwertige Daunendecken und Kissen schaffen ein ganzheitliches Schlafkonzept für unterschiedliche Bedürfnisse. Moderne Nackenstützkissen, entwickelt nach Kriterien ergonomischer Technologien, erweitern das Sortiment sinnvoll und eröffnen zusätzliche Umsatzpotenziale.

Shop-in-Shop: mehr Umsatz

Mit dem modularen Shop-in-Shop System bietet Schlaraffia zudem ein flexibles Konzept für eine hochwertige Markenpräsenz am Point of Sale. Die individuell anpassbare Flächenlösung verbessert die Orientierung, stärkt die Markenwirkung und unterstützt gezielt Flächenrentabilität und Umsatz. So

verbindet das Konzept Markenstärke mit wirtschaftlicher Effizienz und gibt Händlern ein wirksames Instrument für eine klare Profilierung im Wettbewerb.

Klares Versprechen

Das soll nicht nur im großflächigen Möbelhandel überzeugen, sondern auch



Für die Präsentation der CU-TEQ-Matratten mit Kupfergraphit-Technologie wurde eine ganz neue Bildsprache entwickelt.

Shop-in-Shop: Mit dem modularen System bietet Schlaraffia ein flexibles Konzept für den Point of Sale.

im klassischen Bettenfachhandel, der Schlaraffia wieder neu aufnehmen soll. „Die ersten Kunden haben das bereits getan“, sagt Bußkamp.

Hier gibt es eine klare Trennung im Sortiment: „Vom Außenauftritt ist alles identisch, es gibt das das für jeden verfügbare Stammsortiment, das hier produziert wird, immer Made in Germany und mit der entsprechenden Preislage. Und dann gibt es die größeren Kunden, die ihre Abwandlung bekommen, aber immer noch in der Schlaraffia Welt zuhause sind.“

Dem Fachhandel gibt Bußkamp dabei ein klares Versprechen: „Die Großflächen-Ware unterscheidet sich so, dass der Endverbraucher, wenn er Schlaraffia im Fachhandel sieht, diese Ware auch nur dort sieht und sie nicht auf der Großfläche erscheinen wird.“

MM

