

**Branchenstudie beweist**

## **Assmann Büromöbel: eine starke Marke**

**Das klare Bekenntnis zu den Kernwerten des Unternehmens und die seit Jahren konsequente Kommunikationsstrategie scheinen sich für den Büromöbelhersteller Assmann aus Melle nun auszuzahlen. In der aktuellen Studie „Büromöbel in Deutschland“ des unabhängigen Marktforschungsinstituts Interconnection Consulting (IC) führt das niedersächsische Familienunternehmen mit 17,5 % bei der ungestützten Markenbekanntheit die Liste der Top-Büromöbelhersteller an. Mit 41,5 % steht Assmann auch auf Platz 1 bei der Abfrage der gestützten Markenbekanntheit.**

Gerade im Ranking der gestützten Bekanntheit zeigen sich aktuell augenfällige Veränderungen zu den Vergleichsstudien aus Vorjahren. Den Grund für sinkende Erinnerungswerte (Recall) bei der Abfrage der gestützten Markenbekanntheit sieht der Autor der IC-Studie, Ernst Rumpeltes, in den gekürzten Werbebudgets während der Wirtschaftskrise. Die Auswirkungen von Einsparungen machen sich gemäß seiner Einschätzung zuerst bei abnehmenden Recall-Werten bemerkbar. In krisenanfälligen Märkten sei die Markenbekanntheit ein klarer Wettbewerbsvorteil.

Die kürzlich erschienene Studie untersucht neben der Markenbekanntheit auch die Markenpositionierung und das Verhalten beim Kauf von Büromöbeln und -stühlen. Nach Angaben von Interconnection Consulting wurden dafür im Oktober/November 2010 mittels Telefoninterviews etwa 200 Verantwortliche befragt, die in den letzten zwölf Monaten davor über den Kauf von Büromöbeln zu entscheiden hatten. Die Stichprobe setzte sich aus Entscheidern bei großen, mittleren und kleinen Industrie- und Dienstleistungsunternehmen sowie öffentlichen Institutionen zusammen. Insgesamt wurden in dem etwa zwölfminütigen Interview 21 Fragen gestellt, mit denen die Bekanntheitswerte für Büromöbelmarken und Stuhlmarken getrennt notiert wurden. Dabei ermittelten die Marktforscher für Bürostuhlmarken durchweg höhere Werte als für Büromöbelmarken, was laut Rumpeltes an der höheren Kauffrequenz bei Stühlen liege. Weitere Informationen zu der Studie finden sich im Internet unter [www.interconnectionconsulting.com](http://www.interconnectionconsulting.com).



## **Informationen zu Assmann**

Als Familienunternehmen in dritter Generation steht die Marke Assmann Büromöbel für funktionelle und designorientierte Schreibtisch- und Stauraumsysteme auf hohem Qualitätsniveau. Strategisch eindeutig positioniert bietet das angebotene Möbelsegment vom unteren bis ins mittlere Preissegment ein chancenreiches Potenzial für den weiteren Markenausbau. Traditionell erfolgt der Vertrieb bei Assmann ausschließlich über den Bürofachhandel. In enger Zusammenarbeit mit den Fachhandelspartnern setzt man in Melle auf die qualifizierte Betreuung der Geschäftskunden. Produktqualität, Termintreue und eine hohe Servicebereitschaft stehen dabei im Vordergrund: Von der eingehenden Beratung über die professionelle Raumplanung und Auftragsbearbeitung bis zur Auslieferung mit eigenen LKWs sowie der Möbelmontage vor Ort will Assmann seinem Prinzip „Gute Arbeit“ gerecht werden. Mit dem Aufbau eines professionellen Objektmanagements erfuhr die Marke in den letzten Jahren eine deutliche Aufwertung. Davon profitiert ein stetig wachsender Kundenkreis, der sowohl öffentliche Institutionen als auch mittelständische Industrie- und Dienstleistungsbetriebe und zunehmend auch Großunternehmen umfasst.