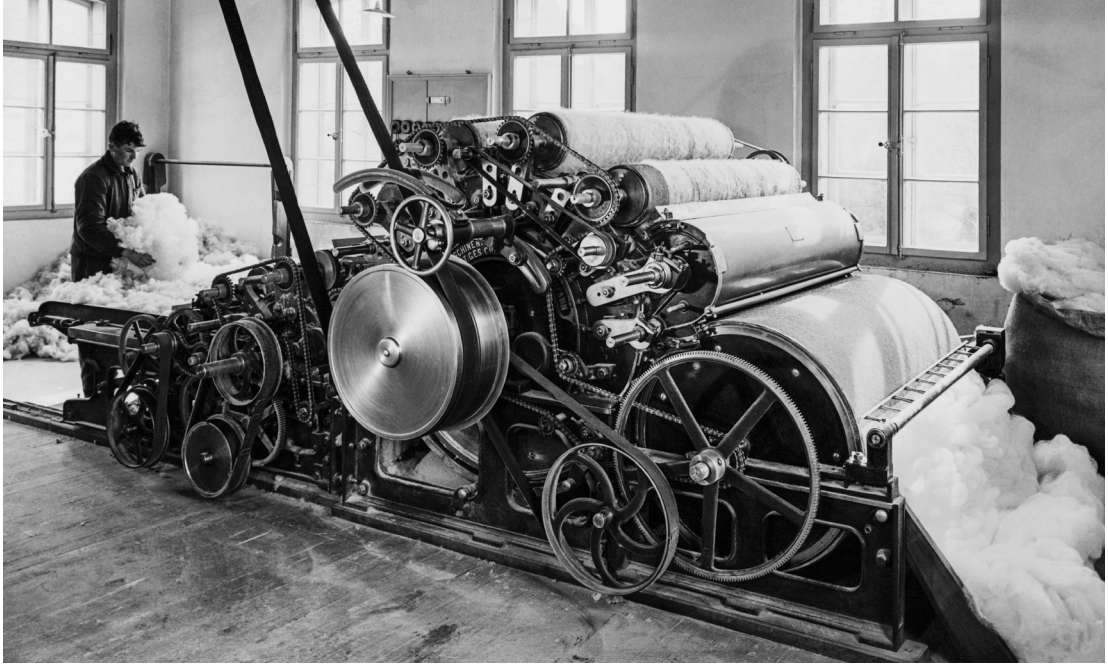

Auf der Wollkarde wird die gewaschene Schafschurwolle fein gezupft und zu feinen Vliesen gelegt (um 1900).

ROVIVA

Vom visionären Zulieferer zum innovativen Hersteller

Von der Rosshaar-Spinnerei zu einem Hersteller von Matratzen und Bettsystemen: Roviva hat sich in den 275 Jahren seit seiner Gründung stark gewandelt. Geblieben sind die Eigentümerschaft und die Treue zum Standort Wangen an der Aare und zur Schweiz. Text: Karin Meier | Bilder: zVg

Als Johannes Roth 1748 eine Rosshaar-Spinnerei für Polstermaterial gründete, ahnte er wohl nicht, dass er damit den Baustein für eine eigentliche Dynastie legte. Die Herstellung des Polstermaterials erfolgte damals in aufwendiger Handarbeit und erforderte zahlreiche Arbeitsschritte. Das Polstermaterial wurde u. a. für Matratzen für den französischen Adel verwendet. Johannes Roth bewies damit Visionskraft, denn die Mehrheit der Bevölkerung schlief zu dieser Zeit noch gar nicht auf Matratzen, sondern auf Stroh und Seegras.

1966: Der Name Roviva entsteht

In der dritten Generation unter Johannes Jakob Roth wurde die Manufaktur zur Fabrik weiterentwickelt. Die nachfolgenden Generationen diversifizierten und modernisierten den Betrieb. Erst mit Peter Paul Roth, dem Vater des heutigen Inhabers Peter Patrik Roth, wandelte sich das Unternehmen vom reinen Zulieferer zum Hersteller von Endprodukten, konkret von Matratzen. 1966 entwickelte das Unternehmen die erste Matratze mit Latexschaumkern und dicken Rosshaarauflagen und lancierte den Brand «roviva». Als eigentlicher Schicksalstag für das Unternehmen erwies sich der 15. Juni 1978: Damals wurden bei einem Grossbrand die Hälfte der Gebäude und Produktionsanlagen zerstört. Nach dem ersten Schock betrachtete das Familienunternehmen diesen Umstand jedoch als Chance und konzipierte beim Wiederaufbau die Produktion neu.

Gelebte Nachhaltigkeit

Seit 2001 wird das Unternehmen in neunter Generation von Peter Patrik Roth geführt. Nebst der Familie als Eigentümerin und der Treue zum Standort Schweiz, wo 92 Prozent des Absatzes stattfinden, gibt es weitere Konstanten in der Unternehmensgeschichte. Dies sind erstens technische Innovationen, wie die im Matratzenkern integrierten «Airbellows», welche wie kleine Luftbalge funktionieren und eine aktive Durchlüftung der Matratze garantieren, oder ein Waage-System zur Ausbalancierung des Rückens. Zweitens engagiert sich das Unternehmen für Nachhaltigkeit. Dies äussert sich im Engagement für die Entwicklung von zirkulären Matratzen, einer klimaschonenden Produktionsweise, und – im wirtschaftlichen und sozialen Sinn – in langfristigen Beziehungen zu den Lieferant*innen, Partner*innen und Kund*innen.

→ **www.roviva.ch**

ROVIVA

«Wir sind ausschliesslich Partner des Fachhandels»

Peter Patrik Roth ist seit 2001 der Geschäftsleiter und Inhaber von Roviva. Er führt das Unternehmen in neunter Generation. Interview: Karin Meier | Bild: zVg

Herr Roth, wie ist es, in einer Dynastie tätig zu sein?
Es ist eine wunderbare Aufgabe, ein unabhängiges Familienunternehmen zu führen. Respektvoll und demütig habe ich diese Verantwortung gegenüber meiner Familie, unseren Mitarbeitenden und unseren Kundinnen und Kunden übernommen. Jede Generation schreibt ihr eigenes Kapitel in unserer Unternehmensgeschichte. Die erste Generation schrieb über die Gründungsjahre, die achte über ihre Umstrukturierungsjahre und ich schreibe das neunte Kapitel mit den Herausforderungen meiner Zeit. Ziel ist es, dass die zehnte Generation später einmal ihr ganz eigenes Kapitel schreiben und das Buch immer weiter fortgesetzt wird.

Peter Patrik Roth hat sich bewusst gegen das Multichanneling entschieden.

Sie haben die Herausforderungen unserer Zeit angesprochen. Wo liegen sie?
Ich sehe aktuell drei Hauptherausforderungen. Die erste Herausforderung ist auf der Seite des Absatzkanals zu beobachten. Viele Firmen setzen auf Multichanneling. Das heisst: Präsent sein mit eigenen Verkaufsläden, Produkte verkaufen über den eigenen Webshop, Grossflächen wie Grossverteiler und Discounter sowie den Fachhandel beliefern. Zudem findet auf der Handelsseite mit dem erfolgten Markteintritt des österreichischen Giganten XXXLutz mit all seinen Übernahmen eine Konzentration statt. Roviva fährt bewusst eine andere Vertriebsstrategie. Wir verzichten auf Multichanneling und sind ausschliesslich Partner des Fachhandels. Eine zweite Herausforderung sehen wir auf den Beschaffungsmärkten. Sie sind durch die Pandemiejahre, den Ukrainekonflikt und den Bevölkerungsdruck aus dem Gleichgewicht geraten. Es wird immer schwieriger, die benötigten Rohstoffe zeitnah und bezahlbar zu erhalten. Als Familienunternehmen setzen wir auf grosse, volle Lager und langfristige Lieferantenbeziehungen.

Welches ist die dritte Herausforderung?
Dies ist die zirkuläre Matratze. Jedes Jahr werden allein in der Schweiz rund eine Million alte Matratzen am Ende des Lebenszyklus verbrannt. Der Ansatz ist es nun, die Materialien einer Matratze wieder in den Kreislauf zu bringen und zu recyceln, damit hochwertige Rohstoffe nicht vernichtet werden. Die Matratzenindustrie ist dabei erst am Anfang und der Weg ist noch lang. Die zirkuläre Kreislaufwirtschaft ist aber nicht nur für unsere kleine Branche ein Thema, sondern für die ganze Möbelbranche.

→ **www.roviva.ch**

De fournisseur visionnaire à fabricant innovant

De la filature de crin à la production de matelas et sommiers, roviva a vécu une formidable mutation en 275 ans d'existence- tout en restant aux mains de la même famille et fidèle à son implantation en Suisse, à Wangen an der Aare.

Adapté du texte allemand de Karin Meier | Photos: zVg

En fondant sa filature de crin de cheval destiné au rembourrage en 1748, Johannes Roth n'imagine pas poser la première pierre d'une véritable dynastie. Cette activité nécessitait à l'époque énormément de main d'œuvre et de multiples étapes de fabrication. Ce rembourrage servait entre autres à la manufacture de matelas pour la noblesse française. Johannes Roth était un visionnaire car les gens ne dormaient alors généralement pas sur des matelas, mais sur de la paille ou du varech.

1966: apparition du nom roviva

Sous Johannes Jakob Roth, représentant de la troisième génération, la manufacture devient usine. Les générations suivantes la diversifient et modernisent. Ce n'est qu'avec Peter Paul Roth, le père l'actuel propriétaire, Peter Patrik Roth, que l'entreprise mute de fournisseur à fabricant de produits finis – de matelas en l'occurrence. Le premier matelas à âme de latex et épais plateaux de crin est produit en 1966 sous la marque roviva. Le 15 juin 1978 se révèle être la journée clé du destin de la société. Un immense incendie détruit alors la moitié des bâtiments et du site de production. Le choc passé, l'entreprise familiale considère cet événement comme une chance et reconçoit entièrement sa fabrique.

La durabilité au quotidien

La société est dirigée depuis 2001 par Peter Patrik Roth, représentant de la neuvième génération. L'entreprise appartient toujours à la même famille et est fidèle à son implantation en Suisse où elle réalise 92% de son chiffre d'affaires – ce ne sont néanmoins pas les seules constantes dans son histoire. Tout d'abord, l'innovation technique reste incontournable – comme les Airbellows, de petits coussins d'air intégrés au cœur du matelas pour une aération active, ou le système ingénieux qui équilibre le dos. Ensuite, l'entreprise s'engage pour le développement durable. Ceci se traduit par des matelas à cycle circulaire, des procédés de production écoresponsables et des relations à long terme au sens économique et social avec les fournisseurs, les partenaires et la clientèle.

www.roviva.ch

Légende: La laine vierge de mouton lavée est cardée puis posée en fines couches non tissées (vers 1900).

«Nous sommes exclusivement le partenaire des détaillants spécialisés»

Peter Patrik Roth est depuis 2001 directeur et propriétaire de roviva. Il dirige l'entreprise en neuvième génération.

Adaptation de l'interview de Karin Meier | Photos: zVg

Monsieur Roth, comment travaille-t-on dans une dynastie?
Diriger une entreprise familiale indépendante est une tâche fantastique. C'est avec respect et humilité envers ma famille, nos employés et notre clientèle que j'ai endossé cette responsabilité. Chaque génération écrit son propre chapitre dans notre saga familiale. La première génération a écrit les années de la fondation, la huitième, les années de restructuration et j'écris le neuvième chapitre sur les défis de mon époque. L'objectif est que la dixième génération écrive elle aussi son chapitre afin que la saga continue.

Vous parlez des défis de notre temps. Quels sont-ils?
Actuellement, j'en identifie trois. Le premier défi est d'observer notre côté du canal de distribution. De nombreuses entreprises misent sur la distribution multicanale. C'est à dire une présence avec leurs propres magasins, des ventes via leur propre boutique en ligne, des livraisons aux grandes surfaces, type grande distribution ou discounters, et également aux détaillants spécialisés. Côté commerce, après le lancement du géant autrichien XXXLutz avec tous ses rachats, nous assistons à une concentration. roviva poursuit sciemment une stratégie commerciale différente. Nous renonçons à la distribution multicanale et sommes exclusivement le partenaire des détaillants spécialisés. Nous voyons le deuxième défi sur les marchés des matières premières. La pandémie, le conflit en Ukraine, la pression exercée par la population nous ont déstabilisés. Il est toujours plus compliqué de se faire livrer rapidement des matières premières abordables. En tant qu'entreprise familiale, nous misons sur de vastes stocks bien fournis et des relations à long terme avec nos fournisseurs.

Quel est le troisième défi?
Le matelas à cycle circulaire. Rien qu'en Suisse, on incinère un million de matelas usagés en fin de cycle. Notre approche est de maintenir les différents composants d'un matelas dans le cycle, en favorisant le recyclage afin de ne pas avoir à détruire des matières premières précieuses. L'industrie du matelas vient tout juste d'initier ce processus et le chemin est encore long. L'économie circulaire n'est pas seulement d'actualité pour notre modeste secteur mais également pour tout le secteur de l'ameublement.

www.roviva.ch

Légende: Peter Patrik Roth a sciemment renoncé à la distribution multicanale.