

# Heimtextil-Blognachrichten

## Gast-Beitrag: Die Mee-too-Strategie im Online-Handel

### Unruhe im Matratzen-Markt durch Emma, Eve und Bruno

Donnerstag, 18.07.2019

Der folgende Artikel ist ein **Gast-Beitrag**. Form, Stil und Inhalt liegen allein in der Verantwortung der Heimtextil. Die hier veröffentlichte Meinung kann daher von der Meinung der Redaktion oder des Herausgebers abweichen.

*Auf der Konferenz „Pioneers of Lifestyle“ (POL) am Folgetag der Tendence trafen junge Start-Ups wie der Sofa-Versand kautsch.com auf traditionelle Hersteller wie Werkhaus oder Lattoflex. Sie stellten sich Fragen über die Zukunft der Lifestyle-Branche: Wie kaufen Millenials ein? Mit welcher Strategie kann ein digitales Business langfristig Erfolg haben? Wie sieht der stationäre Handel im Jahr 2050 aus?*

Mit Social-Media-Kampagnen, der Unterstützung von Influencern und gezieltem Online-Marketing gelingt es den Key Playern der Internet-Ökonomie, in kurzer Zeit mit wenig Startkapital große Umsätze zu erzielen. Ein viel beschrittener Weg ist der des „Mee-too“-Startup. Referent Artjem Weissbeck, Mitgründer der Mode-Accessoires-Marke Kapten&Son, hat mit einer Variante der 2014 angesagten minimalistischen Uhren eine beeindruckende Erfolgsgeschichte gestartet. Heute noch arbeitet von 70 Mitarbeitern das größte Team im Marketing, laut „Gründerszene“ sind dort sechs Personen ausschließlich mit Instagram beschäftigt.

### Eine klassische Firmengeschichte: Lattoflex

Startups gelten als coole Arbeitgeber und als Innovationstreiber. Dass gute Ideen auch ohne Kickertisch und Follower Base zu geschäftlichem Erfolg führen können, konstatierte augenzwinkernd Boris Thomas, Geschäftsführer von Lattoflex. 1935 erfand sein Großvater für eine Bekannte mit Rückenschmerzen den ersten Lattenrost der Welt in seiner kleinen Möbel-Werkstatt in Bremervörde. Heute steht Lattoflex als einer der Key Player der Branche einem Hype im Online-Matratzen-Handel gegenüber. Nachdem die Einheitsmatratze „Casper“ in den USA mit dem Vertrieb über das Internet großen Erfolg hatte, ließen die Nachahmer im Online-Handel nicht lange auf sich warten.

Über 25 reine Online-Matratzen-Händler gab es 2017 in Deutschland, im letzten Jahr sind viele davon wieder vom deutschen Markt verschwunden: das Berliner Start-up Muun ging bankrott, die britische Marke Eve hat den Vertrieb in vielen europäischen Märkten eingestellt. Es bleibt die Frage, warum Kapitalgeber bereit sind, immer neue Start-Ups im gleichen Geschäftsfeld mit identischen Produkten zu finanzieren – vor allem, wenn man bedenkt, dass nur etwa alle sieben Jahre eine neue Matratze gekauft wird.

### Etablierte Händler müssen am Ball bleiben

Nichtsdestotrotz können die etablierten Händler nicht die Hände in den Schoss legen und darauf vertrauen, dass bald wieder Ruhe in den Markt kommen wird. Weiterhin kosten Matratzen-Startups renommierte

Hersteller Marktanteile, das Traditionsunternehmen Dunlopillo wurde 2016 nach seiner Insolvenz gar von Bettzeit übernommen. Mit dem Online-Shop dormando.de und Emma-Matratzen wurde die inhabergeführte Bettzeit-Gruppe zu einem der am schnellsten wachsenden Anbieter für Matratzen und Schlafsysteme in Deutschland, der mit Dunlopillo nun auch im B2B-Bereich vertreten ist.

Was auch Boris Thomas erkannt hat, ist das große Potenzial des Online-Kanals, neue Kundengruppen zu erschließen und nicht zuletzt auch beim lokalen Händler zu überzeugen. Tradition und Erfahrung, das zeigen die Erfolge der jungen Konkurrenz, genügen nicht mehr in einer Zeit, in der selbst beratungsintensive und sperrige Produkte wie Matratzen und Sofas im Internet bestellt werden.

## **Thema „Schlaf“ auf der Heimtextil**

Dem Lifestyle-Thema „Gesunder Schlaf“ widmete die Heimtextil 2019 erstmals ein eigenes Forum für Erfahrungsaustausch und Networking. 2020 werden etwa 800 Aussteller aus dem Bereich Bett, Bettwaren und Bettwäsche in den Hallen 10, 11 und 12 vertreten sein. Im Produktsegment „Smart Bedding“ präsentieren Branchengröße ihre innovativen Produkte von Schlafsystemen über Matratzen, Bettwaren, funktionalen Materialien und smarten Schlaftechnologien bis hin zu innovativen Maschinen und Werkzeugen für die Textilverarbeitung. Das Vortragsareal „Sleep! The Future Forum“ widmet sich ganz dem Wissenstransfer, Erfahrungsaustausch und Networking – mit Beiträgen international anerkannter Experten, bekannter Schlafcoaches und namhafter Wissenschaftler etablierter Institute wie der Berliner Charité, des Fraunhofer Instituts oder der Deutschen Gesellschaft für Schlafforschung. Zu den fünf Topthemen zählen unter anderem Apps und smarte digitale Innovationen, das Hotelbett der Zukunft sowie frische Trends und Ideen zur Farb-, Licht- und Raumgestaltung.

## **Die Mee-too-Strategie im Online-Handel**

### **Links**

- [Heimtextil](#)