

moebel.de Einrichten und Wohnen AG

Befragung zum Matratzenkauf

Dienstag, 19.09.2017



Ob Casper, Emma oder Eve: Konsumenten haben die Wahl zwischen verschiedensten One-Fits-All-Matratzen, die versprechen, für alle Körpertypen und Schlafpositionen geeignet zu sein. Wie interessant diese Modelle aus Konsumentensicht wirklich sind, haben das IFH Köln und moebel.de mit einer aktuellen Kurzstudie untersucht, aus der nun erste Ergebnisse vorliegen. Dafür wurden knapp 900 Besucher des moebel.de-Einrichtungsportals befragt.

Die Ergebnisse zeigen: Sechs von zehn Befragten, die One-Fits-All-Matratzen kennen, finden diese auch interessant. Die Gründe: Das Konzept macht den Matratzenkauf für 86% dieser Befragten einfach und unkompliziert. Das innovative Image der Anbieter spricht zudem etwas mehr als jeden dritten der Interessierten an. Rund 37% der Befragten, denen One-Fits-All-Matratzen bekannt sind, können sich auch vorstellen, eines dieser Modelle zu kaufen.

Matratzenkauf ist für jeden zweiten Befragten anstrengend

Aktuell ist die am Markt verfügbare Matratzenauswahl für zwei von drei Befragten oft nicht zu durchschauen. Die im Netz abrufbaren Informationen zum Thema Matratzen findet jeder Dritte komplex und unverständlich und auch mit der Beratungskompetenz im klassischen Handel sind sechs von zehn moebel.de-Besuchern aktuell nicht zufrieden. Damit überrascht es nicht, dass der Matratzenkauf für mehr als die Hälfte der Befragten anstrengend ist.

„Matratzen werden vergleichsweise selten neu gekauft und zahlreiche Kriterien wie Körpertyp, Härtegrad und Schlafposition sind bei der Auswahl aus Konsumentensicht extrem wichtig. Das zeigt auch die aktuelle Befragung. Es ist daher nicht verwunderlich, dass Orientierung und Unterstützung beim Matratzenkauf klar gewünscht sind. Diese sollten Händler – online wie offline – unbedingt bieten“, so Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH Köln.

Mehr als jeder zweite Befragten kann sich Onlinekauf vorstellen

Für künftige Matratzenkäufe ziehen drei von vier moebel.de-Besuchern den Fachhandel in Betracht. Zwei Drittel der Befragten können sich zudem vorstellen, ihre nächste Matratze im Möbelhaus zu kaufen und knapp 56% der Umfrageteilnehmer haben hierfür auch Onlineanbieter im Relevant Set.

„Wir sehen das steigende Interesse am Onlinekauf einer Matratze ebenso in unseren Besucherzahlen auf moebel.de“, so moebel.de-Vorstand Arne Stock. „Die Zahl der Interessenten für den Bereich Matratzen steigt deutlich höher an als unsere sowieso stetig steigenden Besucherzahlen. Für Online-Shops und Multi-Channel-Händler eine gute Nachricht, für alle Fachhändler, die noch kein Onlinemarketing betreiben, wird es höchste Zeit.“

Befragung zum Matratzenkauf