

# I wett, i hett es Hipster-Bett

Schlafen als neuer Lifestyle? Mehrere praktisch austauschbare Internet-Startups stellen simple Matratzen her, mit denen sich hippe Menschen gern auf Instagram zeigen – und verdienen damit Millionen



Ein Mann mit Bart, der sich mit seiner tätowierten Freundin im Bett räkelt – fast schon penetrant oft wird man auf Facebook mit derartigen Inseraten konfrontiert. Mit Slogans wie «Schlaf für alle» oder «Stay cozy» werben sie für schlichte Matratzen, die für wenig Geld bestellt werden können und frei Haus geliefert werden.

Wie die Milben im Bettpolster haben sich in den letzten drei Jahren die Startups im Online-Matratzenhandel vermehrt. Mit Namen wie Emma, Bruno und Muun und fast identischen Produkten und Websites, die alle «jung, dynamisch, frisch!» zu rufen scheinen. Mit Kunden ist man per Du.

Als Vorbild der jungen Firmen gilt Casper aus New York. Seit knapp drei Jahren mischen dessen vier Gründer um Philip Krim den Matratzenmarkt gehörig auf. Ihre Philosophie erklärt Krim in einem Interview wie folgt: «Menschen schätzen guten Schlaf heute viel mehr. Er macht produktiver, sportlicher und glücklicher. Guter Schlaf wird ein so grosser Trend werden wie Fitness oder gutes Essen. Deswegen investieren Menschen auch in gute Produkte.» Wie zum Beispiel in ihre Matratze, die es bereits ab 440 Franken zu kaufen gibt. Es ist eine, die «allen gefällt und auf der jeder gut schlafen kann». Will heissen: Es gibt eine Standardhöhe, -härte und eine -material-

kombination, die ganz ohne Schurwolle auskommt. Egal, ob für eine 50 oder 150 Kilogramm schwere Person: *One Style fits all.*

### Wenig Ahnung vom Handwerk

Die Matratze wird ganz einfach online bestellt – hipper Lifestyle inklusive –, nur noch das Format muss angeklickt werden. So entfallen langwierige und leider oft verwirrende Verkaufsgespräche mit dem hiesigen Matratzenhändler um die Ecke. Geliefert wird die Matratze innert wenigen Tagen, gerollt und in einer hübschen, blau-weiss gestreiften Kartonbox – kein mühsames Geschleppe, jeder kann das Ding selber auslegen. Wem sie nach 100 Probenächten

nicht gefällt, lässt sie gratis wieder abholen.

«Das ist ein Schuss vor den Bug für Hersteller im unteren Preissegment wie Ikea, Lipo, Migros oder Pfister, die teilweise für denselben Preis die besseren Matratzen anbieten, aber einfach nicht so hip überkommen», sagt Roman Corbat aus Feusisberg (SZ). Seit vielen Jahren im Matratzen-Business tätig, hat der Schweizer eine eigene Kollektion namens «Coroon» mit individuell auf die Bedürfnisse abgestimmten Premiummatratzen ab 2490 Franken entwickelt. Den Hipster-Matratzen von Casper usw. spricht der Experte aber auch eine Berechtigung zu: Sie seien in erster Linie gemacht für Junge, die viel-



Unten: Eine Matratze für jeden – das Einheitskonzept der US-Firma Casper zählt sich aus.



leicht in ihre erste WG ziehen und auf fast allem liegen können. «Durch geschicktes Marketing wird hier eine Matratze verkauft, die eigentlich vom Aufbau her nicht viel kann, aber mit ihrem grauen Rand anders aussieht», so Corbat. Von Matratzenbau hätten die Leute, denen diese Firmen gehören, herzlich wenig Ahnung, «aber sie sind wahre Vermarktungs- und Social-Media-Profis». In der Tat, Casper hat allein auf Instagram 58 500 Followers, die regelmässig mit ästhetischen Posts im Pinterest-Look versorgt werden.

Die neuen Lifestyle-Matratzen sind unterdessen zu einer Art Statussymbol geworden. Fans weltweit zeigen sich in sozialen

Netzwerken selig lächelnd auf der Karton-Lieferbox sitzend. Plötzlich ist es hip, so über seine Matratze zu reden wie über das neueste iPhone oder die limitierten Nike-Turnschuhe.

#### Soziales Engagement

Das Konzept scheint, zumindest für Casper, finanziell zu rentieren. Nur einen Monat nach der Gründung im April 2014 hat das junge Unternehmen bereits eine Million US-Dollar umgesetzt, nach zehn Monaten waren es 20 Millionen, und 2015 lag der Umsatz bereits bei 100 Millionen Dollar. Unterdessen ist die Firma mit mehr als 200 Mitarbeitern in sechs Ländern weltweit aktiv – seit Juli des letzten



## Matratzen-Startups – synthetisch, billig, hip

- Muun (Bild links): Die Berliner Gründer heben sich durch ein flexibles Matratzenkonzept ab; [muun.co](http://muun.co)
- Eve (Bild unten): Das deutsch-englische Startup wurde 2015 in London gegründet; [evemattress.de](http://evemattress.de)
- Bruno: Die Berliner Firma legt Wert auf Made in Germany; [brunobett.de](http://brunobett.de)
- Emma: Die Frankfurter Firma wirbt mit Lena Meyer-Landrut; [emma-matratze.ch](http://emma-matratze.ch) (ban.)



Jahres auch in Deutschland und in der Schweiz.

Mithilfe von Investoren wie US-Star Leonardo DiCaprio konnte Casper rund 70 Millionen Dollar eintreiben. Eine solche Marketingstrategie sei in Europa schwieriger umzusetzen, sagt Roman Corbat: «Da sitzt ein Team, das nichts anderes tut, als viele Volks-Investoren an Bord zu holen, die vielleicht nur jeweils 100 Dollar investieren, sowie einige prominente Investoren zu Werbezwecken.» Die Strategie sei ähnlich wie jene, die auch der Transportdienst Uber verfolge – was man verkauft, sei am Ende sekundär. Matratzen würden sich anbieten, weil jeder Mensch eine brauche. Ein netter Nebenef-

fekt bei den neuen Matratzenhändlern: Sie spenden zurückge-sandte Matratzen an Flüchtlingsheime und Teile des Verkaufserlöses an Umweltprojekte. Trotzdem bleibt Corbat skeptisch: «Schauen wir in vier Jahren nochmals. Eine einfache Matratze im Angebot deckt wenig ab. Vielleicht brauchen dann Anbieter wie Casper eigene Läden und teurere Modelle. Wie herkömmliche Anbieter also.»

Spätestens, wenn die Jungen mit ihren Partnern zusammenziehen und eine Familie gründen, werden sie vermutlich eine Matratze kaufen, die optimal auf sie zugeschnitten ist. Egal, wie sie aussieht.

Andrea Bornhauser

● [casper.com](http://casper.com)