

Pressemitteilung

Schlaraffia bringt neue Matratze myNap auf den Markt

Mit ihrem guten Preis-Leistungs-Verhältnis und dem praktischen Rollpack bietet myNap alle Grundvoraussetzungen für den Ausbau der Online-Vermarktung und ermöglicht dem stationären Handel Synergien durch die Erweiterung der Schlaraffia Produktwelt im Preiseinstiegsbereich.

Bochum, 13. August 2020 – Die Schlaraffia Forschungs- und Entwicklungsabteilung hat mit der Schaummatratze myNap eine Neuheit hervorgebracht, die allen Ansprüchen der jungen Zielgruppe gerecht wird. Neben den erfolgreichen Einstiegsmodellen der Sky Kollektion ergänzt die myNap Matratze das Schlaraffia Sortiment im Preiseinstiegssegment. myNap passt sich mit sieben Komfortzonen individuell der Körperform an und überzeugt durch eine gute Druckentlastung bei gleichzeitig festerem Liegekomfort – ermöglicht durch die extra tiefe Schulterzone in Verbindung mit einer Komfortschichtauflage.

Die Markteinführung der neuen myNap Matratze, die ab September 2020 verfügbar ist, soll sowohl den stationären Handel als auch die wachsende E-Commerce Sparte mit schnellen Umsätzen unterstützen, wie Henning Kantner, Commercial Director Bedding bei Schlaraffia erklärt: „Die vergangenen Monate haben uns allen gezeigt, wo Herausforderungen aber auch Potenziale in der Vermarktung liegen. Sowohl das stationäre Handelsgeschäft als auch zunehmende Online Verkäufe stehen dabei im Fokus. Die Konzeption der myNap Matratze ist darauf ausgerichtet, den Handel mit attraktiven Produktentwicklungen beim Ausbau des Onlinegeschäftes noch intensiver zu unterstützen und gleichzeitig den stationären Verkauf zu stärken. Das gelingt, indem wir dem Verbraucher mit myNap die Kaufentscheidung in der oftmals unübersichtlichen Angebotsvielfalt im Matratzensegment erleichtern und ihm ein hoch attraktives Produkt bieten. Durch die Kombination aus gutem Preis-Leistungs-Verhältnis, der Vermarktung als modern einfacher „Mitnahme-Artikel“ im Rollpack und der vordefinierten Härtestufe, gewährleistet myNap mit allen Schlaraffia Qualitäten eine unkomplizierte, vor allem aber schnelle und sicher gute Entscheidungsoption – Online wie Offline.“

Die sehr guten Leistungseigenschaften dieser für jedermann geeigneten Schlaraffia Schaummatratze wurden bereits vom unabhängigen Ergo-Support Test-Center geprüft und zertifiziert. Im Fokus der Untersuchungen stand neben ergonomischen Liegeeigenschaften auch die Dauerhaltbarkeit der Matratze.

Flankiert wird der Verkaufsstart der neuen myNap von Schlaraffia unter dem Motto „Guter Schlaf kann so einfach sein“ von attraktiven Maßnahmen am POS und einer groß angelegten crossmedialen Werbekampagne. Im Mittelpunkt der umfangreichen Kampagne, die neben den POS Aktivitäten auch Anzeigen- und Plakatwerbung sowie Onlinemarketing umfasst, stehen Headlines, die vor allem jüngere Endverbraucher zielgenau ansprechen und neugierig machen.

www.schlaraffia.de . www.recticel.com

SCHLARAFFIA im Überblick

Schlaraffia ist *die* Traditionsmarke im Schlafsegment. Das Markenzeichen des in Bochum ansässigen Unternehmens: Ein innovatives 360° Produktportfolio aus Betten, Matratzen, Lattenrosten und Kissen, das jedem eine bis ins Detail passende Schlaf-Lösung bietet. Durch das Zusammenspiel von Innovation, Technologie und Erfahrung bietet das Traditionsunternehmen seit 111 Jahren Produkte, die höchsten Komfortansprüchen gerecht werden und den Bettenmarkt entscheidend mitbestimmen. Das spiegelt sich auch in zahlreichen Studien, repräsentativen Verbraucherumfragen und unabhängigen Auszeichnungen der letzten Jahre wider. Prämiert wurde Schlaraffia unter anderem für seine Innovationen und Patente, die funktionalen Designs, die Kundenzufriedenheit, die verlässliche Preis-Leistungs-Garantie und Transparenz. Mit Nachhaltigkeitskonzepten wie „Mission Pure“ und dem Ziel einer echten Kreislaufwirtschaft der deutschen Bettenindustrie unterstreicht Schlaraffia einmal mehr seine Vorreiterrolle und arbeitet intensiv an innovativen Lösungen in diesem Bereich.

RECTICEL im Überblick

Recticel ist eine belgische Gruppe mit starker europäischer Ausrichtung, die aber auch im Rest der Welt aktiv ist. Recticel beschäftigt über 4.270 Mitarbeiter an 41 Niederlassungen in 20 Ländern (exkl. der Minderheitsbeteiligungen an Joint Ventures).

Recticel trägt mit Schaumfüllungen für Sitze, Matratzen und Unterfederungen von Topmarken sowie einem umfangreichen Sortiment anderer Industrie- und Heimanwendungen zum täglichen Komfort bei.

Recticel ist die Gruppe hinter renommierten Bettenmarken (Beka®, Literie Bultex®, Schlaraffia®, Sembella®, Swissflex®, Superba® usw.) und GELTEX®. Im Segment Dämmung werden hochwertige Wärmedämmungsprodukte unter den renommierten Marken Eurowall®, Powerroof®, Powerdeck®, Powerwall® und Xentro® vertrieben.

2019 erzielte Recticel einen Umsatz von insgesamt 1,22 Mrd. EUR (Konzernumsatz gemäß IFRS 11: 1 Mrd. EUR). Recticel (Euronext: REC – Reuters: RECTt.BR – Bloomberg: REC:BB) ist ein börsennotiertes Unternehmen (Euronext, Brüssel).

Pressekontakt

RING OF FIRE GmbH

Agentur für Kommunikation . Lena Kubowitsch
Weißbürger Straße 19 . 81667 München
T +49 89 4161 58 696 . F + 49 89 4161 58 692

lena.kubowitsch@ring-of-fire.de . www.ring-of-fire.de