

Resultaten Van Morgen slaaponderzoek Q1 2025

1. Demografische kenmerken

- **Leeftijd:** De respondenten variëren in leeftijd van 18-24 tot 55+, met een duidelijke concentratie in de leeftijdsgroepen 45-54 (38%) en 55+ (33%). Dit suggereert dat oudere volwassenen mogelijk meer geïnteresseerd zijn in dit type enquête of product.
 - **Geslacht:** Vrouwen zijn oververtegenwoordigd (71%) ten opzichte van mannen (29%), wat kan wijzen op een grotere interesse of betrokkenheid van vrouwen bij beddengoed en duurzaamheid.
 - **Gezinssituatie:** De meest voorkomende situaties zijn "Samenwonend met oudere kinderen (13+)" (25%), "Samenwonend zonder kinderen" (24%), en "Samenwonend met jonge kinderen (0-12)" (20%). Alleenstaanden maken 17% uit. Dit geeft een diverse mix van huishoudens.
-

2. Aankoopgedrag van beddengoed

- **Frequentie:** De meerderheid koopt minder dan eens per jaar (47%) of eens per jaar (28%) nieuwe dekbedden, kussens of bedlinnen. Slechts 11% koopt vaker dan twee keer per jaar, wat suggereert dat dit geen impulsaankoop is en dat duurzaamheid (lange levensduur) mogelijk een rol speelt.
 - **Aankoopkanalen:** Online winkels (58%) en duurzame merken/webshops (47%) zijn populair, gevolgd door fysieke winkels (25%) en speciaalzaken (20%). Dit wijst op een voorkeur voor gemak en bewuste keuzes boven traditionele winkels.
 - **Belangrijke factoren bij aankoop (schaal 1-5):**
 - Kwaliteit (gemiddeld ~4,8) en comfort (gemiddeld ~4,7) scoren consistent hoog.
 - Prijs (gemiddeld ~4,2) is ook belangrijk, maar minder dan kwaliteit en comfort.
 - Design (gemiddeld ~2,8) en merkbekendheid (gemiddeld ~3,5) zijn minder doorslaggevend.
-

3. Duurzaamheid

- **Belang van duurzame materialen:** 58% vindt duurzaamheid "belangrijk" of "zeer belangrijk", wat aantoont dat dit een relevante factor is. Slechts 10% vindt het "niet belangrijk".

- **Definitie van duurzaamheid:** Respondenten noemen vaak:
 - Natuurlijke materialen (wol, katoen, biologisch geteeld).
 - Milieuvriendelijke productie (lage impact, geen chemicaliën, recyclebaar).
 - Lange levensduur van producten.
 - Eerlijke arbeidsomstandigheden en lokale productie.
 - **Bereidheid om meer te betalen:** 68% is bereid extra te betalen voor duurzame producten, meestal tot 25% meer (43%) of 10% meer (15%). Een kleiner deel (11%) wil tot 50% meer betalen. Dit toont een duidelijke bereidheid, maar met een prijsplafond.
 - **Bewustzijn van milieu-impact:** 42% is "bewust" of "zeer bewust" van de milieu-impact van hun aankopen, terwijl 30% "neutraal" is en 15% "een beetje bewust". Slechts 8% is "helemaal niet bewust".
 - **Keurmerken:** 30% let "regelmatig" of "altijd" op keurmerken (zoals GOTS, OEKO-TEX), maar 35% doet dit "nooit" of "soms", wat wijst op een gebrek aan consistentie in het gebruik ervan.
-

4. Gezondheidsaspecten

- **Slaapproblemen:** Veel respondenten ervaren slaapproblemen die mogelijk hun keuzes beïnvloeden:
 - 48% heeft last van "te koud/warm".
 - 42% noemt "stress of te veel gedachten".
 - 25% heeft "nachtweten".
 - 12% heeft "allergieën".
 - Minder voorkomend: apneu (8%), bedplassen (3%).
 - **Gezondheidsvoordelen bij aankoop (schaal 1-5):**
 - Ademende materialen (gemiddeld ~4,8) en hypoallergene eigenschappen (gemiddeld ~4,5) zijn zeer belangrijk.
 - Temperatuurregulatie (gemiddeld ~4,6) scoort ook hoog.
 - Dit sluit aan bij de genoemde slaapproblemen.
-

5. Koopgedrag en belemmeringen

- **Beschrijving koopgedrag:** 40% is "geïnformeerd" (doet onderzoek), 35% is "bewust" (let op duurzaamheid en gezondheid), en 10% is "impulsief". Dit wijst op een overwegend weloverwogen aankoopproces.
- **Belemmeringen bij duurzame aankopen:** Prijs (48%) is de grootste hindernis, gevolgd door gebrek aan informatie (25%) en beschikbaarheid (15%). Dit suggereert dat toegankelijkheid en transparantie verbeterd kunnen worden.

- **Invloed van milieubewuste keuzes:** Op een schaal van 1-5 scoort dit gemiddeld ~3,8, wat aangeeft dat duurzaamheid een matige tot sterke invloed heeft op het algemene koopgedrag.
-

6. Kinderen en beddengoed

- **Aandachtspunten bij kinderbeddengoed:** Voor respondenten met kinderen zijn natuurlijke materialen, wasbaarheid, veiligheid en hypoallergene eigenschappen belangrijk. Ouders van jonge kinderen noemen ook bedplassen als zorg.
 - **Uitdagingen:** De overgang van ledikant naar eenpersoonsbed brengt maatvoeringsproblemen en de behoefte aan duurzame, ademende materialen met zich mee. Sommigen vinden het lastig om kwalitatief en duurzaam kinderbeddengoed te vinden.
-

Conclusies

1. **Doelgroep:** De enquête trekt vooral vrouwen en oudere volwassenen (45+) aan, met een mix van gezinnen en alleenstaanden. Dit kan een focusgroep zijn voor marketing van beddengoed.
2. **Duurzaamheid als prioriteit:** Duurzaamheid is belangrijk voor de meerderheid, met nadruk op natuurlijke materialen en milieuvriendelijke productie. Echter, prijs blijft een barrière, wat vraagt om een balans tussen kwaliteit en betaalbaarheid.
3. **Gezondheidskenmerken:** Slaapproblemen zoals temperatuurregulatie en allergieën sturen de voorkeur voor ademende, hypoallergene materialen.
4. **Aankoopkanalen:** Online en duurzame winkels domineren, wat een verschuiving van fysieke retail laat zien.
5. **Verbeterpunten:** Meer transparantie (informatie over duurzaamheid), betere beschikbaarheid van producten, en oplossingen voor kinderbeddengoed kunnen de klanttevredenheid verhogen.