

Dunlopillo: Neue Konzepte

Bildstarke Inszenierung der brandneuen Bettenkollektion

Die Matratzenspezialisten von Dunlopillo werden mit neuen Betten zum Komplettanbieter

Mittwoch, 16.12.2020

Christoph v. Wrisberg, seit zwei Jahren für die Neuausrichtung von Dunlopillo unter dem Dach von Emma – The Sleep Company verantwortlich, hatte es im Interview mit dem MÖBELMARKT (September 2020) bereits angedeutet: Dunlopillo entwickelt sich vom Matratzenspezialisten hin zum Vollsortiment-Anbieter rund um den guten Schlaf. Auf das optimierte Matratzensortiment „Smart Select“ und die darauf abgestimmte Unterfederung „Click & Sleep“ folgt nun die erste eigene Premium-Boxspring- und Polsterbetten-Kollektion. Diese sollte normalerweise auf der ganz großen Bühne, nämlich der imm cologne, vorgestellt werden – doch was ist derzeit schon normal? Die Dunlopillo-Betten kommen auch ohne Messe – und das sogar schon sehr schnell: „Wir freuen uns sehr, dass wir mit Porta Möbel bereits den ersten Partner für die Dunlopillo Bettenkollektion gewonnen haben und sind bereits dabei, die Filialen auszustatten,“ so v. Wrisberg. Für die erfolgreiche und emotionale Vermarktung am POS wurden die Betten zudem bereits bildstark in den drei Varianten „Paradiesisch“, „Traumhaft“ und „Fantastisch“ in Szene gesetzt, so dass der Handel mit den neuen Betten direkt durchstarten kann.

Sleep Innovation Days

„Eine Messe wie die imm cologne lässt sich natürlich nicht einfach so ersetzen, doch wir haben einen soliden Plan B entwickelt: Wer unsere neue Dunlopillo Bettenkollektion zeitnah in Augenschein nehmen möchte, ist ab sofort herzlich in unseren Showroom nach Frankfurt eingeladen. Die ausführliche Präsentation, inklusive Ausblick auf die weiteren Pläne für 2021, findet Ende März im Rahmen der Sleep Innovation Days statt“, so Christoph v. Wrisberg. Zu sehen gibt es dort dann unter anderem ein Boxspring- und zwei Polsterbetten, die sich individuell konfigurieren lassen – mit vier unterschiedlichen Kopfteilen sowie 18 Varianten zur Gestaltung von Farbe und Stoff. Damit will Dunlopillo die Übersichtlichkeit im Sortiment und die Klarheit im Beratungsgespräch schaffen, die ja auch bereits die Matratzen-Kollektion und die Unterfederung auszeichnen. „Unser Konzept ist sehr überzeugend, der Verbraucher kann sich im Sortiment sehr gut orientieren, den Nutzen der Produkte sofort erkennen und sich schnell entscheiden. Das schätzt natürlich auch der Handel, dem der Verkauf unseres Sortiments dadurch sehr erleichtert wird“, so v. Wrisberg im Gespräch mit MÖBELMARKT Sleep.

Arnd Schwarze

Bildstarke Inszenierung der brandneuen Bettenkollektion

Links

- [Dunlopillo](#)
- [Artikel als PDF](#)