

Neue Programme

„Wenn der Endverbraucher uns kennt, will er uns haben“

SchlossAtelier ist eine authentische Schweizer Marke voller Leben, die man erleben muss

Dienstag, 01.03.2016

Marken sind bekanntermaßen in der deutschen Einrichtungsbranche eher Mangelware – aus unterschiedlichsten Gründen, die ebenfalls bekannt sind.

Dennoch bieten Marken gerade im gehobenen Einrichtungsbereich große Chancen für den Handel, sich zu differenzieren und zu profilieren und beim Endverbraucher Begehrlichkeiten zu wecken. Denn Marken sind starke Kundenmagnete. Doch sie müssen authentisch sein und dürfen keine leeren Marken-Hülsen oder von außen aufgestülpte Marken-Botschaften vermitteln.

Erfolgreiche Marken müssen gefüllt sein mit Leben und so auch für den Endverbraucher erfahrbar sein.

Ein Beispiel par excellence für eine authentische Marke voller Leben ist die Schweizer Premium-Marke Schloss-Atelier. Seit ihrer Gründung im Jahr 1981 hat sie sich auf die Fertigung hochwertiger Boxspringmatratzen und -betten spezialisiert. Schon wenige Jahre nach der Gründung zählte das Atelier bereits zu den renommiertesten Adressen für aufwändig handgefertigte Luxusbetten nach Maß. In der Schweiz, in Russland und den Arabischen Emiraten ist SchlossAtelier eine bekannte und beliebte Größe. Namhafte nationale und internationale Persönlichkeiten, Luxushotels und selbst Königshäuser zählen zu den Kunden.

SchlossAtelier steht für edle Atelierskunst, für exklusives Design, für Schweizer Handwerkskunst, für Präzision und Innovation – aber vor allem steht die Marke für luxuriösen Schlafgenuss, den die Endverbraucher lieben.

„Es ist das Gesamtpaket, das wir bieten, das ganzheitliche Verständnis“, erklärt Geschäftsführer Dr. Stefan Schwarzfischer, der seit 2014 die Geschicke des Unternehmens lenkt und seit 2015 die Schweizer

Traditionsmarke auch auf dem deutschen Markt etabliert. „Wir leben diese Marke authentisch. Von unseren Mitarbeitern über das Produkt, das Qualitätsbewusstsein, über unsere Werte bis hin zu unseren Außenauftritten – alles ist immer zu 100% SchlossAtelier.“

Produktbild = Markenbild

Im Mittelpunkt der Marke stehen die hochwertigen Luxusboxspringbetten – alle präzise von Hand gefertigt. SchlossAtelier verarbeitet nur reinste und feinste Naturmaterialien. Schicht für Schicht – ganz ohne Schaum und Klebstoffe. Die aufwändige Polsterung sowie die anspruchsvolle Näh- und Abheftungstechnik zeugen von wahrer Handwerkskunst. So bestechen die hochwertigen Boxspringbetten aus dem Hause SchlossAtelier nicht nur mit einem außergewöhnlichen Schlafkomfort, sondern sind auch optisch und haptisch ein Genuss. „Jedes unserer Produkte spiegelt bis ins kleinste Detail unsere Werte und unsere Marke wider“, erklärt Schwarzfischer. „Das sieht und spürt der Endverbraucher – und ist begeistert.“

Eine Marke mit allen Sinnen erleben

Für Begeisterung bei den Kunden von SchlossAtelier sorgt auch alljährlich ein ganz besonderes Ereignis: das „White Turf“ in St. Moritz. Es ist das exklusiv-ste Pferderennen der Welt und zählt im Winter zu den legendären Treffpunkten des Jet-Set. SchlossAtelier ist hier offizieller Partner und trägt mit seinem eigenen Pferderennen „Grand Prix SchlossAtelier St. Moritz“ einige ganz besonders noble Momente zu dem exklusiven Anlass bei. Hier können die Kunden SchlossAtelier mit allen Sinnen erleben. Denn alljährlich präsentiert der Hersteller zum „White Turf“ die limitierte Sonderedition „Schlossatelier White Turf“, die wie keine zweite stellvertretend für die Werte der Marke steht. Sie ist eine Hommage an das legendärste Rennen der Welt und stolzes Bekenntnis zu Perfektion. Ein außergewöhnlich exklusives Design, besonders aufwändige Federwerkstrukturen, die von den SchlossAtelier-Ingenieuren konzipiert wurden, und erlesenste Naturmaterialien wie Baby-Kaschmir oder feinstes Tuch aus der weltbekannten Luxus-Weberei Loro Piana zeichnen diese exklusive Kollektion aus.

Gelebte Partnerschaften

„Uns geht es darum, unsere Kunden mit allem, was wir tun, zu begeistern“, erklärt Schwarzfischer. Gelebte Partnerschaften, die Nähe zum Endverbraucher und zu den Handelspartnern werden dabei ganz groß geschrieben. „Wir orientieren uns bei der Entwicklung unserer Modelle an den Bedürfnissen und Wünschen unserer Kunden – als Manufaktur können wir darauf flexibel reagieren und diese sehr schnell umsetzen.“ Zudem sind alle Mitarbeiter von SchlossAtelier extrem dienstleistungsorientiert und stehen per Mail, WhatsApp oder Hotline fast 24 Stunden für Fragen von Händlern oder Endverbrauchern zur Verfügung.

Für seine Handelspartner, exklusive Bettenfachgeschäfte sowie den gehobenen Möbel- und Einrichtungsfachhandel bietet SchlossAtelier zudem kompetente Unterstützung für den POS. Umfangreiche Stoffmuster zeigen die ganze Bandbreite der edlen Bezüge. Bei eingeschränkten Platzierungsmöglichkeiten von beispielsweise nur drei Betten gibt es als Ergänzung eine spezielle Rückenteil-Box mit fünf weiteren Rücken dazu, damit der Konsument alle Varianten sehen und auch haptisch erleben kann. „Das ist enorm wichtig“, so Schwarzfischer. „So können unsere Partner auf relativ wenig Raum schon ein großes emotionales Erlebnis bieten und den Kunden kompetent beraten. Der Endverbraucher muss uns erleben können.“

Dies zeigte sich nicht zuletzt auf der vergangenen imm cologne, wo sich SchlossAtelier in Halle 11.3 dem internationalen Publikum präsentierte. „Die Endverbrauchertage haben unsere Erwartungen weit übertroffen“, freut sich Schwarzfischer. „Es hat sich gezeigt: Wenn der Endverbraucher uns kennt, ist er begeistert und will uns haben. Er muss uns nur erleben.“

Sabine Schmiedl

[zum Seitenanfang](#)