



Auch Christoph v. Wrisberg, Geschäftsführer von Dunlopillo Deutschland, ließ es sich nicht nehmen, beim Aufbau der Dunlopillo-Bettenkollektion bei Porta in Frechen vorbeizuschauen.

Dunlopillo: Bildstarke POS-Inszenierungen in allen Porta-Häusern

# Vorfreude wecken



Von Christina Neuburger, Lead Retail Marketing, stammt das POS-Konzept. Typisch ist das Muster-Display, das Kunden zeigt, was an Individualisierung möglich ist.

Alles neu macht – in diesen besonderen Zeiten – der April. In den kommenden Wochen werden viele Möbelhäuser unter Einhaltung der Corona-Regeln wieder öffnen können. Endlich in Geschäften bummeln zu können, wird zum Event an sich. Und um dieses Event so inspirierend wie möglich zu gestalten, war das Dunlopillo-Team in den vergangenen Wochen fleißig: In allen Porta-Häusern wurden die Flächen für die neue Bettenkollektion im Look der bildstarken Kampagne eingerichtet.

Unter der Leitung von Christina Neuburger, Lead Retail Marketing, wurde ein Konzept entwickelt, das Endkunden in einzigartige Traumwelten entführen soll. „Die markanten Accessoires unserer Marketing-Strategie sind schon von Weitem zu sehen und wecken Neugier. Noch auffälliger sind die 2,20 m hohen Leuchtstelen, die Kunden direkt zum Dunlopillo-POS leiten“ erläutert Neuburger das Konzept.

Jeder POS ist mit innovativ gestalteten Muster-Displays ausgestattet, an denen sich Kunden die Elemente ihres Wunschmodells auswählen und somit ihr persön-

liches Traumbett zusammenstellen können. Die Leuchtstelen dienen dabei als Brand-Tower für Fans von Qualität und Design. Da alle Komponenten für jedes Bett kombiniert werden können, unterstützt Dunlopillo weiterhin mit jeder Sortimentserweiterung die Maxime, sowohl die Beratung als auch die Kaufentscheidung so fundiert und gleichzeitig einfach wie möglich zu machen.

Während des bundesweiten Roll-outs der Bettenkollektion entsteht parallel in Frankfurt ein neuer Showroom für alle Dunlopillo und Emma Produkte – in direkter Nachbarschaft des Emma-Hauptsitzes. Die Eröffnung ist für das zweite Quartal 2021 geplant.

Das Dunlopillo-Team freut sich schon jetzt darauf, auf den direkten Kontakt und Gespräche mit Kunden auf der Fläche und mit Handelspartnern im Frankfurter Showroom.

www.dunlopillo.de



Mit Wow-Effekt nicht nur durch das beleuchtete Podest: der Dunlopillo Betten-POS bei Porta in Aachen mit dem „Traumhaft“-Motiv. Rechts: „Fantastisch“ – die POS-Inszenierung bei Porta in Frechen. Links: Jeder POS ist mit einem Muster-Display ausgestattet.



Fotos: Moritz Reich