

Pressemitteilung

## Dunlopillo launcht Premium-Segment Fusion

**Frankfurt, 07. Dezember 2017.** Noch bevor sich die Übernahme der Traditionsmarke Dunlopillo im Dezember jährt, ist ein weiterer großer Schritt geschafft. Nachdem die ersten beiden Produktserien von Dunlopillo bereits seit Sommer wieder erhältlich sind, bringen die Frankfurter mit „Fusion“ jetzt eine Matratzen-Serie für das Premium-Segment auf den Markt.

„Die neue Fusion-Serie ist unser Meisterstück zum Jahresabschluss. Darin steckt die gebündelte Kompetenz, die Sie derzeit bei der Matratzenherstellung finden können“, so Manuel Müller, CEO der Bettzeit Gruppe und Dunlopillo Geschäftsführer. Für die dreiteilige Serie wurde intern die Fusion-Helix-Technologie entwickelt, deren spezielle Struktur für eine ideale Anpassung an den Körper sorgt und eine fließende Infinity-Zonierung optimal für verschiedene Körpertypen geeignet ist. Durch einen wabenartigen Aufbau einzelner Schichten wird eine maximale Luftzirkulation ermöglicht. Unabhängige Testinstitute bescheinigen Dunlopillo hervorragende Ergebnisse in der Dauerhaltbarkeit. „Und das i-Tüpfelchen: Die neuen Modelle lassen sich sehr einfach handhaben. Für viele Menschen und auch nach Ansicht von Stiftung Warentest ist das ein absolut wichtiger Aspekt beim Matratzenkauf.“

Die neuen Produkte, die emotionalere Kundenansprache sowie der Ansatz, ein kleines aber sehr hochwertiges Sortiment anzubieten, kommen bei den Händlern richtig gut an. „Wir haben in den letzten Wochen viele gute Gespräche geführt und werden unsere Verfügbarkeit im Handel in den kommenden Wochen deutlich ausbauen“, sagt Martin Schillo, Dunlopillos Commercial Director. Starke Faktoren waren dabei auch Effizienz und Schnelligkeit: „Durch das patentierte Dunlopac-Verfahren – vakuumiert und rollverpackt – können unsere Produkte in den gängigen Größen innerhalb von 48 Stunden beim Handelspartner oder zu Hause beim Kunden sein.“

### TV Spot angelaufen und Kooperation mit John Cotton

Laut repräsentativer Marktforschung kennen bereits sieben von zehn Personen Dunlopillo. Um auf die neue Fusion-Serie aufmerksam zu machen, rührt Dunlopillo nun kräftig die Werbetrommel. „Seit dem 18. November ist unser TV-Spot live und wird während der kommenden Monate auf 13 deutschen Sendern laufen. Damit investieren wir deutlich mehr als unsere Wettbewerber in Marketing und unterstützen die Händler dabei, neue Kunden zu erreichen“, so Schillo weiter. Umgesetzt wurde

Pressekontakt

HOSCHKE &  
CONSORTEN Public  
Relations GmbH  
Kathrin Ingelmann /  
Simone Schuchert

Tel.:  
(040) 36 90 50 -48 / -32  
Fax:  
(040) 36 90 50 -10  
E-Mail:  
[k.ingelmann@hoschke.de](mailto:k.ingelmann@hoschke.de)  
[s.schuchert@hoschke.de](mailto:s.schuchert@hoschke.de)

der 20-Sekünder von der Frankfurter Werbeagentur Wolkenkratzer. Der TV-Spot ist abrufbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=zPfYH5S3avc>

Mit den Basis-Serien Home und Life sowie dem Premium-Segment Fusion hat Dunlopillo nun insgesamt neun verschiedene Matratzen-Modelle im Portfolio, die im stationären Handel und zusätzlich online unter [www.dunlopillo.de](http://www.dunlopillo.de) erhältlich sind.

Schritt für Schritt geht's weiter: Demnächst folgen Unterfederungen und gemeinsam mit dem neuen Lizenzpartner John Cotton arbeitet das Team zudem daran, das gesamte Dunlopillo-Sortiment um Decken, Kissen und Bettwaren auszuweiten – Details folgen im Januar 2018.

## Die wichtigsten Fakten zur Fusion-Serie:

<b>Aufbau</b>	Optimale Körperadaption und Kraftverteilung durch neu entwickelte, wabenförmige Fusion-Helix-Technologie (zum Patent angemeldet)
<b>Zonierung</b>	Sehr gut geeignet für verschiedene Körpertypen durch fließende Infinity-Zonierung
<b>Luftzirkulation</b>	Maximale Luftzirkulation ermöglicht durch AirFlow-Kanäle der Fusion-Helix-Technologie
<b>Bezug</b>	Ideales Schlafklima durch ClimateControl-Bezug
<b>Gewicht</b>	Einfache Handhabung aufgrund leichterer Materialien (Modelle wiegen zwischen 10 und 13kg)
<b>Rücknahme-Versprechen</b>	Rückgabe binnen 100 Tagen ohne Angabe von Gründen möglich
<b>Prüf- / Test-ergebnisse</b>	Dem Fusion-Material wurde in Kombination mit der Fusion-Helix-Struktur von externen Prüfinstituten herausragende Eigenschaften in der Druckverteilung und Dauerhaltbarkeit testiert, die zudem Material und Umwelt schonen.

## Außerdem erfüllt jede neue Dunlopillo Matratze eine Reihe hoher Mindeststandards:

<b>Schnelle Verfügbarkeit</b>	Lieferung der Standardgrößen an Handelspartner oder zu Kunden nach Hause innerhalb von 48 Stunden nach Bestellung
<b>Lange Haltbarkeit</b>	Zehn Jahre Garantie aufgrund sehr guter Ergebnisse in Dauerhaltbarkeitstests sowohl beim Härte- als auch Höhenverlust (nach DIN EN 1957)
<b>Härtegrad</b>	erhältlich in H2 und H3
<b>Gütesiegel</b>	Ökotex Klasse 1 LGA zertifiziert

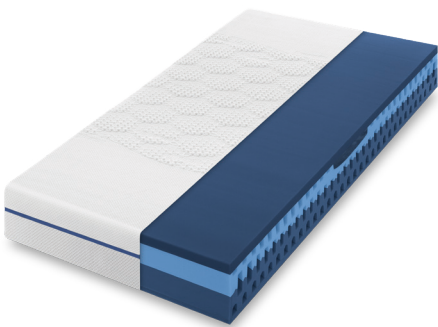
## Über Dunlopillo Deutschland GmbH

Dunlopillo ist eine der bekanntesten und traditionsreichsten Marken der Matratzenindustrie und als Dunlopillo Deutschland GmbH seit Ende 2016 Teil der in Frankfurt ansässigen Bettzeit GmbH. Durch die Übernahme kann die Marke trotz der Insolvenz des ursprünglich 1952 gegründeten Traditionsunternehmens erhalten bzw. neu belebt werden. Die Prototypen des neuen, optimierten Portfolios sowie das angepasste POS-Konzept werden im Showroom am Hauptsitz präsentiert. Die Dunlopillo-Tradition während liegt weiterhin ein hoher Fokus auf Forschung und Entwicklung. Im gruppeneigenen Matratzenlabor wurde mittlerweile eine eigene, innovative und bereits ausgezeichnete Schaumstofftechnologie entwickelt, die im überarbeiteten Produktsortiment eingesetzt wird.

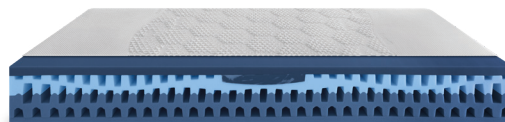
Geschäftsführer der Dunlopillo Deutschland GmbH ist Manuel Müller, neben Dr. Dennis Schmolzi Gesellschafter der Bettzeit GmbH. Die Gruppe vereint neben Dunlopillo als B2B-Bereich noch zwei B2C-Geschäftsfelder unter ihrem Dach: Das 2015 gegründete Start-up Emma Matratzen ([www.emma-matratze.de](http://www.emma-matratze.de)), einen der erfolgreichsten Anbieter von Online-Matratzen in Europa. Den seit 2013 bestehenden Online-Fachhandel Dormando ([www.dormando.de](http://www.dormando.de)), sowie einen stationären Fachhandel in Frankfurt am Main. Die Bettzeit Gruppe beschäftigt über 130 Mitarbeiter an zwei Standorten.

Weitere Informationen unter: [www.dunlopillo.de](http://www.dunlopillo.de)

**Druckfähiges Bildmaterial schicken wir Ihnen gern auf Anfrage zu.**



BU: Die neue Dunlopillo Fusion  
Bildquelle: Dunlopillo Deutschland GmbH, 2017



BU: Dunlopillo Fusion mit Helix-Technologie wabenförmigem Aufbau und Air-Flow-Kanälen  
Bildquelle: Dunlopillo Deutschland GmbH, 2017