

Garant Gruppe: Trading-up mit Notturmo

Emotionen am POS

Notturmo heißt die neue Marke der Garant Gruppe, die den Betten-, und Möbelfachhändlern einen guten Weg zum Trading-up bietet. Sie umfasst nicht nur alle Schlafen-Sortimente, die in einem gut sortierten Fachgeschäft verfügbar sein sollten, sie verwandelt den POS auch in einen Point of Emotion.



Wertig und emotional:
Notturmo weckt
beim Verbraucher
Begehrlichkeiten.

Die individuelle Persönlichkeit zu respektieren bildet die Basis für einen gesunden und guten Schlaf. Diese Bedeutung unterstreicht Notturmo mit dem Claim „Sleep as you are“. Und so steht die Marke dann auch für exklusive Designs und hochwertige Produkte, die sich flexibel an die persönlichen Bedürfnisse der Kunden anpassen. In Handarbeit werden Matratzen, Polster- sowie Boxspringbetten und Co. in Manufakturen mit viel Liebe zum Detail gefertigt.

Ein weiteres großes Augenmerk wird auf die verwendeten Materialien, die für Notturmo zum Einsatz kommen, gelegt. Innovative Verarbeitungstechnologien und erlesene Materialien fügen sich zu hochwertigen Produkten zusammen. Durch das Zusammenspiel besitzen beispielsweise die Matratzen der Serie

„Clima“ hervorragende klimaregulierende Eigenschaften. „Clima Air“ erschließt dank ihrem metallfreien Federkern ein völlig neues Kundenklientel und bei der „Fusion“-Serie lassen sich zwei Basiskerne mit verschiedenen Insidetoppfern kombinieren. Beim Bezug ist jeweils eine Versteppung in Mikrofaser oder Schafschurwolle möglich – preisgleich.

Das aus Matratze und Unterfederung bestehende Kernsortiment von Notturmo wurde jetzt um weitere attraktive Einstiegspreislagen ergänzt. Damit kann der Fachhandel Verbrau-

chern schon in der Preislage von 890 Euro bis 1490 Euro ein auf ihre Bedürfnisse abgestimmtes Schlafsystem anbieten. Laut Stefan Wieselhuber, Brandmanager Notturmo, wird sich diese Preislage zur meistverkauften im Fachhandel entwickeln.

Passend zu den Schlafsystemen umfasst das Notturmo-Sortiment natürlich auch Weichwaren. Auch runden die hochwertigen Spannbetttücher das Angebot ab und sorgen gleichzeitig für einen stimmigen und ganzheitlichen Auftritt im Handel.

Unterstrichen wird dieser von einer ganz besonderen Inszenierung im Marken-eigenen PoE – dem Point of Emotion. Dieser ermöglicht es dem Handel, ein Wohlfühlambiente für alle Sinne zu kreieren. Dafür umfasst das Konzept neben ansprechenden Displays auch ein eigens entwickeltes, auf die Zielgruppe ausgerichtetes Duft- und Sound-Marketing. Ein individuelles Ladenbaukonzept rundet den aufmerksamkeitsstarken Auftritt ab.



Verantwortlich für die Marke Notturmo sind Stefan Wieselhuber und Janine Timmermeister (o.).



■ www.garant-gruppe.de
■ www.notturmo.de