

Schlafen: Boxspring hat Saison



**Katrin de Louw:
Einrichtungstrends 2019**

**Kuchl: 28 neue
Einrichtungspis**

DAUNENSPIEL

„Das Bett ist die neue Küche“

Bester Schlaf ist die oberste Prämisse von Sofia Vrecar. Mit „Daunenspiel“, handverlesenen Luxusmarken und individueller Beratung hat sie sich als top Adresse etabliert – in Wien und in Österreich. „Der Schlafbereich ist unser Steckenpferd“, so die engagierte Schlafexpertin, die mit Wissen und Leidenschaft maßgeschneiderte Lösungen gestaltet – und dies auch weit über die Bettkante hinaus. VON SYLVA PILAR



Foto © hml Bedding

„Bei mir gibt es kein Bett von der Stange. Alles wird maßgefertigt, selbst die Matratzen.“

Sofia Vrecar von „Daunenspiel“.



Foto © Nikk Harris

Woher kommt Ihre Passion für den Schlafbereich?

Sofia Vrecar: Eigentlich komme ich aus der Modebranche, war 20 Jahre im Handel aktiv und habe wortwörtlich einen Tapetenwechsel gebraucht. Vor vier Jahren habe ich die Betten- und Schlafbranche kennen gelernt und mich vor drei Jahren entschieden, mich selbstständig zu machen. Gerade in diesem Bereich, weil es in Wien und Österreich an guten Standorten mangelt, wo auch wirklich Fachberatung geboten wird. Das Thema Einrichten ist schon eine sehr persönliche und individuelle Sache, wo es viel Fingerspitzengefühl für den Mensch benötigt. Bei der Schlafberatung geht es aber um noch ein wesentliches Thema: Den gesunden Schlaf! Wir verbringen zwei Drittel unseres Lebens im Bett, daher braucht es gute Produkte, sei es von den Materialien, vom Aufbau oder vom Schlafsystem her. Waren früher Küche und Wohnzimmer der Mittelpunkt der Familie, ist in den letzten Jahren ein neuer Trend herangewachsen: Der Fokus liegt immer mehr auf dem Bett.

Also vom Stoff zum Bett?

Ich habe einen textilen Hintergrund und eine Stoff-Affinität, die man besonders bei hochwertigen Anfertigungen auch braucht. Die Bettwäsche-Maßanfertigung ist eine große Leidenschaft von mir. Und zur Bettwäsche

▲ Der hochwertige Schlafbereich ist das Metier der engagierten Schlafexpertin und ihres Labels.

Mit handverlesenen Marken und intensiver Beratung werden individuelle Schlafoasen gestaltet. ▶



Foto © Paul Kolp

gehört eben auch ein schönes Bett-Design, sowie ein gutes Schlafsystem. So entstand der weitere Ausbau meines Sortiments auch im Möbelbereich. Der Schlafbereich ist, wie der Name „Daunenspiel“ schon sagt, unser Steckenpferd. Hier steckt meine ganze Kompetenz. Daunenspiel steht in erster Linie für guten Schlafkomfort und in weiterer Folge für Gestaltung aller Lebensbereiche. Bei intensiver Planung arbeite ich seit einem Jahr mit „Himmel & Erde“ zusammen. Innenarchitektin DI Sigrid Steinwender macht Raumcoaching, so dass die Schlafplätze auf die Energie der Person abgestimmt positioniert werden. Diese Zusammenarbeit ist das i-Tüpfelchen und ermöglicht uns, einzigartige Konzepte zu erstellen.

Was zeichnet Beratung und Gestaltung im Schlafbereich aus?

Meine Kunden genießen die direkte Beratung durch mich als Inhaberin und können sich ihr Bett so zusammen stellen, wie es genau zu ihnen passt. Bei mir gibt es kein Bett von der Stange. Alles wird maßgefertigt, selbst die Matratzen. Bei mir erhalten Kunden eine intensive Beratung und haben die Möglichkeit, sich in Ruhe mit dem Thema zu beschäftigen. Meine Kunden sind mein Erfolg, wenn guter Schlaf das Ergebnis ist.

Mit welchen Marken arbeiten Sie zusammen?

Wir haben ausschließlich europäische Lieferanten, das ist unser Versprechen. Im

Schlafbereich habe ich mich auf drei Partner konzentriert: TWILS, eine italienische Bettenmarke, HML Bedding, einen Boxspringbett-Hersteller aus den Niederlanden, und Dormiente, einen Naturmatratzen-Hersteller aus Deutschland. Die Marke LUIZ ist mein Hauptpartner im Bereich Bettwäsche, hat aber auch eine eigene Bettkollektion mit Matratzen und Bettsystemen und ergänzt als vierter Partner mein Portfolio.

Also werden alle Bereich abgedeckt?

Im Prinzip ziele ich auf zwei Richtungen ab: Das Boxspringbett und das Federkernsystem sowie Naturmaterialien. Schaumstoffmatratzen sind für mich ein No-Go. Ich konzentriere mich auf ausgewählte, hochwertige Marken und hebe mich damit klar vom Markt ab. Dazu habe ich zwei Handelsvertretungen.

Welche?

Im Daunenspielbereich habe ich die Handelsvertretung für Österreich der Firma Dauny, der Luxusmarke aus dem Hause billerbeck, mit ausgereiften, nachhaltigen Premiumprodukten und seit einem Jahr einer eigenen Hotellinie. Aktuell gibt es rund zehn Partner in Österreich und viel Potenzial nach oben. Es braucht aber die richtigen Partner, Architekten, Interieur Planer und hochwertige Schlafstudios, die diese exklusiven Produkte auch entsprechend beraten können. Zweitens habe ich den Vertrieb für Frette Hotel und bediene damit Hotels mit hochwertiger Bettwäsche, Frottee-Ware und Tischwäsche. Es kommen auch viele Firmen hinsichtlich Bettwäsche zu mir, weil ich ja auch selbst produzieren lasse und eine eigene Daunenspiel-Linie habe.

Was genau ist die Daunenspiel-Linie?

Die Daunenspiel-Linie lasse ich in Italien und Portugal produzieren und neben Bettwäsche in größeren Mengen biete ich damit auch individuelle Bettwäsche auf Maß. Zu meinen laufend gefertigten Kollektionen für meine Kunden können zum Beispiel Architekten auch einzelne Stücke auf Maß bestellen.

Privatbereich und Hotellerie – wie viel macht denn der jeweilige Bereich aus?

Es ist 50:50. Mein Ziel war am Anfang nur der Privatbereich, dann habe ich das Wissen aus der Privatausstattung in die Hotellerie einfließen lassen und mir so auch diesen Bereich aufgebaut. Ich arbeite mit Boutiquehotels, Luxuschalets, feinen Resorts, weil sie es verstehen, mit hochwertigen Produkten den Gast zu überraschen und begeistern und sich damit zu positionieren und abzuheben. Auch in der Hotellerie spürt man ganz klar den Trend zu Schlafkomfort.

Der oft postulierte Trend zu besserem Schlaf und Schlafkomfort ist also wirklich spürbar?

Definitiv. Das Bett ist die neue Küche. Dies merke ich an den vielen Neugestaltungen, dass öfters Bett und Schlafbereich noch vor der Küche geplant werden. Dabei landen wir auch meistens bei der Premium-Ausstattung, weil bei mir im Showroom die Produkte direkt verglichen werden können und man den Komfortunterschied spürt. Kunden nehmen lieber das bessere Bett, den besseren Topper, das bessere Schlafsystem und sparen dann dafür vielleicht ein bisschen beim Design.

Wie kommen Sie zu Ihren Kunden oder diese zu Ihnen?

Vieles passiert bereits auf Weiterempfehlungen. Viele entdecken Daunenspiel über die

„Auch in der Hotellerie spürt man ganz klar den Trend zu Schlafkomfort.“

Homepage oder Social Media, durch meinen großen Netzwerkbereich habe ich mich in der Branche bekannt gemacht, was mich sehr freut. Vielleicht ist es aber auch mein Konzept, indem ich mich klar von der Position eines Geschäfts distanzieren und als Showroom positionieren. Natürlich können Kunden jederzeit durch den Showroom schlendern, aber ohne Terminvereinbarung gibt es kein Beratungsgespräch. Dieses Konzept spricht sich herum, es ist der Zauber des Showrooms, ungestört beraten zu werden, und viele lassen sich über das Bett hinaus auch in andere Bereiche beraten.

Welche Ziele haben Sie vor Augen?

Wir werden unseren Schlafbereich und die Entwicklung der optimalen Schlafsysteme immer im Fokus haben. Aktuell zeige ich in meinem 100 Quadratmeter großen Showroom fünf Betten mit unterschiedlichen Matratzensystemen und kann bis zu zehn verschiedene Matratzen präsentieren, ebenso Bettwäsche und Badtextilien sowie einige Wohnmöbel, wie Sofas und Essbereiche. Die Zusammenarbeit mit unserer Innenarchitektin Sigrid Steinwender werden wir noch weiter ausbauen, um so unseren Kunden Komplettlösungen im Wohnbereich anbieten zu können. Trends und neue Marken werde ich laufend nach Wien holen, um so meine Kunden immer wieder mit Neuigkeiten zu überraschen. Und weil auch die Hotellerie nicht beim Bett aufhört, wird sukzessive der Möbelbereich heranwachsen.

www.daunenspiel.at



1+2_ Auch in der Hotellerie setzt Sofia Vrecar mit Know-how, Gespür und top Labels wie Frette Hotel luxuriöse Akzente. Fotos © Frette
 3-5_Im Showroom können die Highclass-Produkte ausgewählter europäischer Spitzenbrands wie TWILS erlebt, verglichen und gemixt werden. Das Ergebnis sei meistens die „Premium-Ausstattung“, so Vrecar. Fotos © TWILS