

MÖBELMARKT daily

Begros fokussiert Digitalisierung

Mittwoch, 16.01.2019

Der Einkaufsverband Begros feierte 2018 sein 60-jähriges Bestehen. Im Verlauf des Jubiläumsjahres wurde die geplante Neuausrichtung nach eigenen Angaben erfolgreich angegangen. Beim Marketing stehen die Digitalisierung und der Ausbau einer integrierten Kommunikation im Fokus, wie Begros-Marketingleiter Thomas Brüll dem MÖBELMARKT Daily am Rande der Verbandsmesse in der Halle 1 der Koelnmesse erläuterte. Dabei sollen vor allem die Begros-Eigenmarken gestärkt werden. Der Fokus lag hier ganz klar auf der Leitmarke „Mondo“, für die im vergangenen Jahr ein komplett neuer POS-Auftritt erarbeitet wurde. Die Testimonial-Kampagne mit Schauspielerinnen Annette Frier habe sich laut Brüll erfolgreich entwickelt und soll auch 2019 fortgesetzt werden. So liege die Markenbekanntheit von Mondo inzwischen bei 52 Prozent. Neben einer deutlich moderneren „Mondo“-Website, die noch im Januar online gehen wird, arbeitet man außerdem an einer „Mondo“-Küchenkampagne unter dem Motto „Hier spielt die Musik!“ Für die Marke „Liv'in“ im Einstiegspreissegment soll künftig der Comedian David Kebe die junge Zielgruppe auf Youtube mit viel Witz und Frische ansprechen.

Begros fokussiert Digitalisierung

Links

- [imm cologne](#)
- [LivingKitchen](#)