

MARKETINGOFFENSIVE BEI EB UND BEKO

Dem Ziel ein Stück weit näher rücken



General Manager Kürsat Coskun freut sich, möglichst viele Fachhändler auf den *Ordertagen* am Elektribregenz/Beko-Stand begrüßen zu dürfen

Der frische Wind, der dieses Jahr Elektribregenz und Beko zu spüren bekommen sollen, weht in Halle 1 am Stand 102. Damit die Marketingstrategie für 2014 voll aufgeht, werden die energieeffizientesten Produkte mit rundum vollendetem Design und höchster Nutzerfreundlichkeit ins Rennen geschickt. Tolle Aktionen unterstützen als Zuckerl das Messegeschehen.

Elektribregenz und Beko geben Vollgas. Das Ziel, bis 2018 unter die Top 3 der Weißwarenhersteller in Österreich zu gelangen, rückt in jedem Fall dann näher, wenn die für 2014 geplanten Marketingaktivitäten planmäßig verlaufen (*Elektrojournal* 1-2/2014 berichtete). In nächster Zeit stehen eine Aktions-Kampagne für Endkonsumenten und ein TV-Show-Sponsoring auf dem Plan.

Von neuen und energieeffizienteren Produkten wird man sich auf den *Ordertagen* selber ein Bild machen können. Übrigens gibt's



auch am EP:-Stand Geräte von Elektribregenz zu sehen. Neben der Energieeffizienz wird bei den Geräten auch besonders viel Wert auf einfache Handhabung und das Design sowie eine einfache Installation der Geräte gelegt. Und natürlich arbeitet man derzeit auch fleißig daran, sich auch in diesem Jahr wieder den Green Brands Award zu verdienen, der alle zwei Jahre neu evaluiert wird. ○