

# Bipa knöpft sich jetzt den Haushalt vor

Mit Bi Home launcht die Kette rund 40 Artikel, die für Motivation und Spaß beim Putzen und Saubermachen stehen.

••• Von Christian Novacek

**B**ipa lud in der Vorwoche zum großen Launch-Event: Konsumenten, Journalisten und Influencer waren ins Hotel Altstadt Vienna im 7. Wiener Bezirk geladen, um den Start der zwei neue Eigenmarken Bi Care und Bi Home live und in Aktion mitzuerleben.

„2019 ist das Jahr der Eigenmarken bei Bipa. Mit Bi Care und Bi Home haben wir einen wichtigen Mosaikstein in unserem Eigenmarkenportfolio gelegt. Die Produkte stehen für Qualität und das für Bipa typische moderne Design“, sagt dazu Bipa-Geschäftsführer Thomas Lichtblau. „Vor allem unsere Produkte von Bi Home versprechen mit einem Augenzwinkern Leichtigkeit und Lebensfreude“, so Lichtblau weiter.

Insgesamt sollen die Produktneuheiten maßgeblich dazu beitragen, dass auch beim Marktweiten im DFH der Eigenmarkenlevel auf einen branchenüblichen Umsatzanteil von rd. 20% hochschnellt.

## Bi Home für Alltagshelden

Für die Marke Bi Home hat Bipa die Sauberkeitsaffinität der Österreicher unter die Lupe genommen (Studie beauftragt von Bipa, durchgeführt von Marketagent.com, 1.000 Personen befragt). Stolze 81% geben an, dass ihnen Sauberkeit daheim „sehr wichtig“ oder „eher wichtig“ sei. Bei der konkreten Umsetzung des Wunsches nach einem sauberen Haushalt gibt es aber Luft nach oben: Nur rund 70% finden, dass es im eigenen



© Wierda Network/Max Röder (2)

## Pretty in Pink

Rosa als Leitfarbe ist bei Bipa nach wie vor Trumpf – kräftig im Bi Living-Raum (o.) oder dezent im Badezimmer (r.). Hier zeigt das Bi Home-Toilettenpapier mittels aufgedrucktem Spruch „Ruhe ist ein Ort, der nach Vanille duftet“, wo sich das Bi Home-Lebensgefühl verankert.

