



Von Bros für Bros

Start-up entwickelt Lifestyle-Produkte für Bro-Community

Lünen, August 2020. Das Start-up 4BRO aus Lünen lebt den Bro-Code. Mit Food-Trends aus dem Launch-Portfolio bietet der Brand Drinks und Snacks in ausgefallenen Geschmacksrichtungen. In der zugehörigen Loyalty-App sammelt die Community Punkte, um Rabatte und Gutscheine für ausgewählte Shops zu erhalten. Als Team ist es ebenfalls möglich, Punkte zu sammeln, beispielsweise für ein Sponsoring von Trikots oder für Abiball-Locations nebst DJ. Mit diesem Konzept beschreitet die junge Marke innovative Wege: Produkte, speziell auf die Bedürfnisse von Bros und Sis abgestimmt, öffnen die Tür zu einer konsumfreudigen Zielgruppe.

Der die Bros versteht

Hinter 4BRO steht der Dortmunder Unternehmer und Marketingexperte Engin Ergün. Im Kerngeschäft agiert seine Company als Großhändler für Vertriebspartner wie Unilever, Haribo, Pepsico und Kellogg's. Auf Basis dieses Erfahrungshorizonts entstand 4BRO. Als eigenständiges Spin-off bietet die Marke Genussmittel für eine neu definierte Consumer-Group.

Die Bro-Community

Lifestyle, klare Werte und Selbstinszenierung – das bestimmt den Alltag der potenziellen Konsumenten. Die Zielgruppe aus jungen Erwachsenen, davon 60 % mit und 40 % ohne Migrationshintergrund, weiß, was in Ihrem Universum gerade trendet. Loyalität, Respekt und Prestige schreibt die Gemeinschaft im Alter von 15 bis 35 Jahren groß. Dabei stehen die Präsentation der eigenen Person, Deutschap, Mode und Markenartikel im Vordergrund. Zur äußeren Optimierung geht es nachmittags ins Fitness-Studio oder zum Barbier. Via Social Media verfolgt die Community ihre Trends und tauscht sich bei Cliques-Treffen beispielsweise in der Shisha-Bar oder auf dem Fußballplatz aus. Die Gateway-Marke 4BRO spricht dabei nicht nur männliche Konsumenten an: Der Instagram-Account 4bro.de zählt mittlerweile 10.000 Abonnenten, davon sind 47 % weiblich.

Smells like Bro-Spirit

Zum Auftakt liefert 4BRO nicht nur Energydrinks und Eistee-Getränke in herkömmlichen Geschmacksrichtungen wie Peach und Lemon, sondern auch extravagante Sorten wie Chill Mint oder Bubble Gum. Mit Marmorhintergrund und Goldschrift macht die edel designte Verpackung ihre milieutreuen Konsumenten auf sich aufmerksam. Auch zügig folgende Artikel aus dem Food- und Non-Food-Bereich bleiben dem Credo treu und bieten den Bro-Faktor. So stehen passend zu den Drinks ab September auch ungewöhnliche Mais-Snacks in den Startlöchern: die Broji Balls, zum Beispiel mit Sucuk-Flavor.

Marketing at its best

In Zeiten der Digitalisierung ist König, wer moderne Kundenbindung beherrscht. Das Team rund um Engin Ergün entwickelte deshalb die „BRO App“ für IOS und Android. Mit dem Tool speichern die Mitglieder der Community Punkte, die sie für jedes gekaufte Produkt erhalten. Haben sie genug BRO-Points beisammen, winken Rabatte und Gutscheine für passende Shops, Streaming-Dienste oder

Pressekontakt

Borgmeier PR / Anke Fähnrich, Michelle Feddermann / Rothenbaumchaussee 5 / 20148 Hamburg
Tel.: 040/413096-14 / Tel.: 040/413096-28 / E-Mail: faehnrich@borgmeier.de | feddermann@borgmeier.de



Fashion-Anbieter. So belohnt 4BRO die Treue ihrer Konsumenten und das Team verfolgt die Customer-Journey vom ersten Stepp an. „Die App fungiert nicht nur als wichtiges Marketinginstrument, sie schafft auch Verbundenheit. Die Konsumenten tauschen sich untereinander aus und richten über die App auch Feedback an uns“, sagt der CEO. Dass das Konzept aufgeht, zeigen die Zugriffszahlen. Nach dem Stand August 2020 wartet die App bereits mit 40.000 Downloads auf.

Über 4BRO

4BRO ist eine Marke der Ethno IQ GmbH. Das 2007 durch Engin Ergün in Dortmund gegründete Unternehmen hat seinen Unternehmenssitz seit 2012 in Lünen. Das Unternehmen versteht sich als Full-Service-Dienstleister für Kioskbetreiber, Großhändler und Gastronomen und beliefert diese mit dem gesamten Snack-Sortiment und Getränken. Als Ausgliederung und eigenständigen Geschäftszweig launcht Gründer Ergün 2020 die Marke 4BRO. Weitere Informationen finden Interessierte unter: www.4bro.de und auf [Instagram](#).

Pressekontakt

Borgmeier PR / Anke Fähnrich, Michelle Feddermann / Rothenbaumchaussee 5 / 20148 Hamburg
Tel.: 040/413096-14 / Tel.: 040/413096-28 / E-Mail: faehnrich@borgmeier.de | feddermann@borgmeier.de