

Ins Schwarze getroffen: Erfolgsgeschichte Mocha Mousse

Mocha Mousse ist die Pantone Trendfarbe 2025. tilo ist einer der ersten Bodenbelagshersteller, der die richtigen Produkte für diesen Einrichtungstrend bietet. Dieses Konzept überzeugt: Das angestrebte Verkaufsziel wurde schon vor Ablauf des Aktionszeitraums erreicht. tilo zählt zu den ersten seiner Branche, die aktuelle Einrichtungstrends konsequent in den Mittelpunkt stellen und positioniert sich klar als Vorreiter. *„Die Nachfrage nach Einrichtungsthemen wächst kontinuierlich – auch im Fachhandel“, betont Geschäftsführer Herbert Kendler. „Mit unserer Kampagne geben wir dem Handel praxisnahe Werkzeuge, um Kundinnen und Kunden nicht nur technisch, sondern auch trendbewusst zu beraten.“*

Mocha Mousse ist ein warmer Brauntönen, der für Ruhe, Natürlichkeit und gestalterische Klarheit steht. Genau diese Eigenschaften greift das Unternehmen mit einer breit angelegten Kampagne auf, die bereits heute als Erfolgsmodell gilt und noch bis 30. September 2025 läuft.

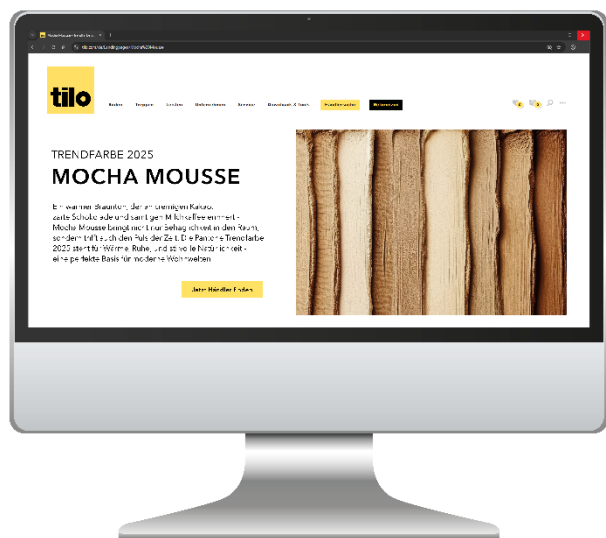
Von Parkett bis Vinyl: Vielfalt im Farbtrend 2025

Mit „Mocha Mousse“ hat das Pantone Color Institute die Farbe des Jahres 2025 gekürt. Sie wird durchgängig in der Mode-, Einrichtungs- und Designwelt als Highlight präsentiert. tilo greift seit Mai 2025 diesen Trend mit einer gezielten Kampagne auf. Dafür hat das Unternehmen [16 bestehende Bodenlösungen zusammengestellt](#) – sechs Parkett- und zehn Vinylvarianten, die das Farbspektrum von Mocha Mousse repräsentieren. Farbtöne wie Caramel, Mocca, Crema!Pur, Cafe!Pur, Champagne und Melange spiegeln die Farbwelt wider und schaffen eine ruhige, wohnliche Gestaltungslinie. So zeigt tilo eindrucksvoll, dass Böden mehr sind als funktionale Flächen: Sie sind zugleich Gestaltungselemente, die Atmosphäre und Wohngefühl prägen.

Die Erfolgsformel: Durchgängiges Konzept für den Fachhandel

Mocha Mousse macht deutlich, wie aktuelle Einrichtungstrends erfolgreich in die Fachberatung integriert werden können. Durch den Fokus auf die Raumgestaltung als Ganzes übersetzt tilo diese Trends in marktfähige Konzepte und unterstreicht zugleich seine Rolle als Impulsgeber der Branche. Entscheidend ist das Zusammenspiel von Materialien, Farben und Details, das Räume in ihrer Gesamtheit prägt. Deshalb verbindet tilo Parkett- und Vinylböden mit Treppenlösungen, Leisten und Zubehör zu einem durchgängigen Gestaltungssystem. Gleichzeitig spricht die Kampagne mit ihrer klaren Sprache und hochwertigen Aufmachung gezielt auch Architekten an – ein Ansatz, wie man ihn sonst nur von etablierten Designmarken kennt.

BILDER



KAMPAGNE MOCHA MOUSSE

Bild: tilo (honorarfrei)



MARCANTO TREND Eiche Crema!Pur

Bild: tilo GmbH (honorarfrei)

Über tilo

tilo ist ein erfolgreicher, mehrfach ausgezeichnete Bodenhersteller mit Hauptsitz in Lohnsburg (Oberösterreich). Das Unternehmen kennt seine Materialien von Grund auf und nutzt seine über 75-jährige Erfahrung im Bereich Böden, Treppen und Leisten für qualitativ besonders hochwertige Produkte. tilo bleibt seinem Anspruch treu, nicht nur hochwertige Parkett-, Natur- und Design-Bodenbeläge anzubieten, sondern nachhaltiges Bauen aktiv voranzutreiben. Dank einer breiten Produktpalette bietet tilo seinen Kundinnen und Kunden eine große Auswahl an Bodenbelägen und Zubehör, die auch dem anspruchsvollsten Geschmack gerecht werden.

RÜCKFRAGEHINWEIS

Andrea Höftberger, MSc
Content Management & PR

tilo GmbH | A-4923 Lohnsburg | Magetsham 19
E-Mail: presse@tilo.com | <https://www.tilo.com/de>

FN: 114193 G, FBG: LG Ried i.L. | DVR: 0104086, ARA: 6975 | UID: ATU 23642404 | EORI: ATEOS1000002565