



2020.12.07.

70 sikeres év után új fejezetet nyit az IKEA

Az IKEA katalógus fantasztikus 70 évet tudhat maga mögött, az évek folyamán közkedvelt és ikonikus kiadvánnyá nőtte ki magát, és – az IKEA sikerének meghatározó tényezőjeként – fontos szerepet játszott abban, hogy a svéd vállalat lakberendezési termékeivel és megoldásaival elérje és inspirálja az emberek többségét, a világ minden táján. Az idők azonban változnak. Az IKEA digitalizálódott és elérhetőbbé vált, miközben új eszköztár segítségével kerül kapcsolatba egyre több emberrel. A vásárlói magatartás és a médiafogyasztási szokások megváltoztak, az IKEA katalógust egyre kevesebben használják. Az Inter IKEA Systems B.V., a globális IKEA franchise anyavállalata, ezért azt az érzelmes, ámde racionális döntést hozta, hogy tiszteletteljes búcsút vesz az IKEA katalógus sikeres karrierjétől, és nagy izgalommal tekint a jövőbe.

„Az IKEA katalógus mind a vásárlók, mind a munkatársak számára egy olyan kiadványt jelentett, amely az évek során sok-sok érzelmet, emléket és örömet hozott. 70 éven keresztül az egyik legegységesebb és legikonikusabb termékünk volt, emberek milliárdjait inspirálva a világ minden táján. Új fejezetet nyitni a kedvenc katalógusunk után, valójában egy természetes folyamat része, hisz a fogyasztói magatartás és a médiafogyasztási szokások megváltoztak. Annak érdekében, hogy elérjük az emberek többségét, és kapcsolatba kerüljünk velük, új eszközökkel juttatjuk el hozzájuk inspiráló lakberendezési megoldásainkat” – mondja Konrad Grüss, az Inter IKEA Systems B.V. ügyvezető igazgatója.

Az otthoni élet soha ezidáig nem volt ilyen fontos. Az elmúlt években a lakberendezési vállalat új lehetőségeket és megoldásokat vizsgált az IKEA katalógus tartalmának terjesztésére. A vásárlóktól és az áruházakból begyűjtött tapasztalatok és vélemények halmazából kiderült, hogy az emberek a már bevált és izgalmas új eszközök segítségével ma már inkább az otthonuk kényelmében álmodoznak és tervezik meg otthonaikat. Habár elérkezett az IKEA katalógustól való búcsú ideje, e fejezet lezárása és egy új fejezet küszöbe izgalmas jövőt ígér.

„Az elmúlt évtizedekben a médiakörnyezet nagymértékben változott, és bár a katalógus a médiamixünk legfontosabb eleme volt, a szerepe mára megváltozott. Úgy látjuk, hogy az emberek többsége az interneten és a közösségi média felületeken keres lakberendezési inspirációt digitális csatornák és influencerek segítségével. Emiatt már néhány évvel ezelőtt megkezdtuk a nyomtatott katalógus-példányszámok csökkentését: míg 2017-ben a cseh-magyar-szlovák régióban 3,8 millió katalógust adtunk ki, 2020 augusztusában ez a szám már csak 350 000 volt” – mondta el Szauter Zsolt, az IKEA Magyarország marketingvezetője, aki abban is bíz, hogy az IKEA így a jövőben még jobb, fenntarthatóbb és relevánsabb módokon nyújthat inspirációkat vásárlói számára napról napra, erős digitális médiafókusszal segítve őket szebb otthoni hétköznapjaik megteremtésében.

„Nem a semmiből indulunk. Már megkezdtuk azt az átalakulási folyamatot, amelynek révén változtattunk a vásárlóinkkal való kapcsolattartás mikéntjein, és ezt a munkát további kapcsolódási módok felkutatásával folytatjuk, hogy az IKEA unikális lakberendezési tudását, termékeit és megoldásait a leghatékonyabban kiterjesszük, annak érdekében, hogy az



emberek többségét új kapcsolódási módokon, csatornákon és formákban inspiráljuk” – teszi hozzá Konrad Grüss.

Az IKEA katalógus megszüntetésére vonatkozó döntés annak az aktuális átalakulási folyamatnak a része, amellyel az IKEA egyre nagyobb mértékben digitalizálódik és válik elérhetőbbé. Az átalakulás már folyamatban van. A tavalyi év során a svéd lakberendezési vállalat kiskereskedelmi forgalma 45%-kal nőtt globális szinten, az IKEA.com látogatottsága megközelítette a 4 milliárdot, ezzel egyidejűleg a cég fejlesztette digitális szolgáltatásait, és új applikációkat indított a jobb IKEA élmény érdekében – bármilyen formában is keressék fel az IKEA-t a vásárlók.

„Megbecsüljük és ünnepeljük az IKEA katalógus fantasztikus múltját. Tiszteletünk jeléül 2021. őszen egy könyvet jelentetünk meg, mely tele lesz nagyszerű lakberendezési inspirációkkal és ismeretekkel. Mindezek ellenére szeretett IKEA katalógusunk a jelen formájában megszűnik létezni.”

5 tény az IKEA katalógusról:

- 1951: Ingvar Kamprad saját maga állítja össze az első IKEA katalógust. Az első katalógus címlapján az MK fülesfotel látható, barna kárpitozással. A katalógust 285 000 példányban nyomtatják ki és Dél-Svédországban terjesztik. 68 oldal. Svéd nyelvű.
- 1998: Az első online kiadás, „IKEA at office”, egy kizárólag irodai/üzleti bútorokat tartalmazó különkiadás. A kitűzött cél a teljes katalógus online megjelentetése, azonban a számítástechnikai rendszer bonyolultsága miatt elhalasztják.
- 2000: a nyomtatott verzió mellett az IKEA katalógus digitális formában is megjelenik.
- 2001: az IKEA történetében először indul be az e-kereskedelem, Svédországban és Dániában.
- 2016: Az IKEA katalógus csúcskorszaka, 200 millió példányban terjesztik 69 verzióban, 32 nyelven és több, mint 50 piacon.

###

Az IKEA-ról és az IKEA franchise hálózatról

Az IKEA formatervezett, praktikus, megfizethető és kiváló minőségű lakberendezési termékek széles választékát kínálja, amelyeket az emberekre és a környezetre odafigyelve gyártunk. Napjainkban az IKEA értékesítési csatornáit az Inter IKEA Systems B.V., mint franchise anyavállalattal franchise szerződésben álló 12 különböző vállalatcsoport tulajdonában és működtetése alatt állnak. A márkanév alatt több vállalat működik, több tulajdonossal, akik mind osztoznak a közös küldetésben: szebb hétköznapokat teremteni az emberek többsége számára. Az IKEA-t 1943-ban alapították Svédországban.

Az Inter IKEA Csoportól

Az IKEA Csoporthoz tartozik az Inter IKEA Systems B.V., az IKEA of Sweden AB, az IKEA Supply AG, az IKEA Industry AB és kapcsolt vállalkozásaik. Az Inter IKEA Holding B.V. az Inter IKEA Csoport holding vállalata. Az IKEA kiskereskedelmi üzletága franchise rendszerben működik, ahol a franchise leányvállalatok adott piacokon jogosultak működni és az IKEA termékeket meghatározott földrajzi területen belül értékesíthetik. Az Inter IKEA Systems B.V., az IKEA Koncepció tulajdonosa és az IKEA franchise anyavállalata, bízza meg a különböző IKEA vállalatokat a választék fejlesztésével, az ellátással, illetve a kommunikációs megoldások biztosításával.

Az IKEA Múzeum és a régi katalógusok online verzióinak referenciái és linkjei:

[The IKEA Catalogue through the ages](#)

[IKEA katalóger | IKEA](#)

[Museum www.ikea.com](#)



SAJTÓKÖZLEMÉNY

További információ:

Kiss Enikő

kommunikációs koordinátor, IKEA Magyarország

Tel.: +36 30 955 6343

E-mail: eniko.kiss@ingka.ikea.com

Juhász Fanni

senior ügyfélkapcsolati menedzser

Tel.: +36 30 526 6620

E-mail: juhasz.fanni@fhcafe.hu