IKEA lanceert foodmagazine

29-11-2015 23:00

IKEA heeft in samenwerking met het magazine ELLE een eigen blad gemaakt. “Niet eerder zagen we bij IKEA zo veel aandacht voor alle aspecten van het leven in en rondom de keuken,” aldus ELLE Eten-hoofdredacteur Klaartje Scheepers.

Het magazine 'It starts with the food' wordt in een oplage van 181 duizend exemplaren verspreid onder IKEA-medewerkers en abonnees van ELLE Eten en ELLE Decoration. Het blad is daarnaast verkrijgbaar in de Swedish Food Markets in ons land. Het magazine is bedoeld om klanten te inspireren door middel van verhalen, producten en recepten, aldus country communication manager Mark Ogertschnig van IKEA. “Het ademt onze nieuwe merkpositionering ‘aandacht maakt alles mooier’.”

Steeds meer retailers kiezen voor een eigen magazine om hun merk te laten en klanten te inspireren. Zo presenteerden fonQ en Hornbach onlangs een tijdschrift, terwijl wehkamp.nl wil uitgroeien tot het grootste contentplatform van Nederland. “Op dit moment is alleen LINDA. groter dan wij. ELLE, Vogue en Glamour zijn we al ruimschoots voorbij”, verklaarde teamleider Puck Landewé van Wehkamps inhouse redactie onlangs nog.