

Ikea mikt op Duitse oudjes

23-06-2006 00:00

Ikea Duitsland meet zich een ander marketingprofiel aan. De meubelzaak richt zich niet langer op jongeren die voor het eerst een woning inrichten, maar op de groeiende groep ouderen. De nieuwe doegroep Ikea is minstens veertig jaar.

De groep starters op de Duitse woningmarkt is voor het Zweedse concern niet groot genoeg om aan de beproefde formule vast te houden. Verwacht wordt dat vestigingen in andere landen met een vergrijzende bevolking dezelfde koers gaan varen.