

Referat

Grundlagen der Gestaltung

im Studiengang

Medieninformatik



**IKEA – Wohnst du noch
oder lebst du schon?**

vorgelegt von

Michael Eckel

Daniel Fischer

Andreas Haemer

Sebastian Hensel

Michael Herget

Friedberg im Oktober 2004

Inhaltsübersicht:.....	Seite
Inhaltsverzeichnis	2
I. IKEA – Ein ganz besonderes Möbelhaus.....	3
1. Was ist IKEA?.....	3
2. Welche Idee steckt hinter IKEA?.....	3
3. IKEA - Ein modernes Franchise-Unternehmen	4
4. IKEA-Einrichtungshäuser	5
a) Parkplätze	5
b) Eingangsbereich	6
c) IKEA Kinderwelt	6
d) Möbelausstellung	6
e) Restaurant.....	6
f) Markthalle	6
g). SB-Möbelhalle	7
h). Kasse	7
II. IKEA Geschichte.....	7
III. Daten & Fakten	9
IV. Die IKEA Möbel	10
1. Die Möbelnamen und ihr Zustandekommen	10
2. Erfolgreiche IKEA Produkte.....	11
V. Quellenangaben.....	12
VI. Versicherung	13

I. IKEA – Ein ganz besonderes Möbelhaus

I.1. Was ist IKEA?

IKEA ist das wohl bekannteste und erfolgreichste Möbelhaus der Welt, welches aus einem kleinen Dorf in Schweden seinen Weg in unseren Alltag geschafft hat und nun von dort nicht mehr wegzudenken ist.

Die produzierten Möbel sind qualitativ sehr hochwertig und müssen vom Käufer selbst zusammgebaut werden. Sie sind in flache leicht zu transportierende Kartons verpackt, welchen auch immer eine detaillierte Montageanleitung bei liegt.

IKEA genießt weltweit einen hohen Bekanntheitsgrad. Wenn von IKEA gesprochen wird, weiß jeder sofort wer oder was gemeint ist. Der Ruf allerdings ist umso schlechter, was nicht im Geringsten gerechtfertigt ist. Man hört oft im Zusammenhang mit IKEA „Billige Möbel – billige oder schlechte Qualität“. Ebenfalls gehören Witze und lustige Anekdoten über IKEA zu unserem Alltag.

Man kann den Ruf mit dem des Lebensmittelkonzerns ALDI vergleichen. Oft hört man Sätze, wie z.B.: „Bestimmt wieder so ein billiges ALDI-Produkt...“.

Die hohe Qualität der Produkte (sowohl bei IKEA als auch bei ALDI) wird mit regelmäßigen Qualitätskontrollen überprüft und sichergestellt. Die kleinen Preise des IKEA Konzerns kommen durch die verwendete Unternehmensphilosophie, qualitativ hochwertige Möbel zu einem Preis zu verkaufen, zustande.

Ein anderer Aspekt, der den Bekanntheitsgrad IKEAs verdeutlicht ist der §476 des BGB. Dieser Paragraph wird auch die „IKEA-Klausel“ genannt. Diese besagt, falls eine Montageanleitung nicht eindeutig oder sogar fehlerhaft ist und die Montage deshalb nicht gelingt, ist der Verkäufer zur Gewährleistung verpflichtet.

I.2 Welche Idee steckt hinter IKEA?

Der IKEA Konzern verfolgt eigentlich eine relativ triviale Idee: „Vielen Menschen soll ein besserer Alltag geschaffen werden.“ Diese Idee hört sich einfach an, aber gelingt IKEA auch die Umsetzung?

Durch ein breites Sortiment formschöner und funktionsgerechter Einrichtungsgegenstände zu günstigen Preisen soll die Idee verwirklicht werden. IKEA will schöne Einrichtungsgegenstände nicht nur für Wohlhabende anbieten, sondern stellte sich von Anfang an auf die Seite des Ottonormalverbrauchers. IKEA hat sich auf die Bedürfnisse und Wünsche der Menschen weltweit eingestellt und will dadurch das zu Hause der Kunden und ihren Alltag verbessern. Durch diese einfache Umgestaltung der üblichen Verkaufsstrategie von formschönen Einrichtungsgegenständen ist die zuerst schwierig erscheinende Idee von IKEA wirklich in die Tat umgesetzt worden und der weltweite Erfolg der Marke IKEA unterstreicht die erfolgreiche Umsetzung.



Es ist einfach schöne und teure Möbel mit guter Funktionalität zu entwerfen, aber die Schwierigkeit besteht darin, den Preis gering zu halten. Daher hat IKEA noch einen anderen Leitspruch, welcher ein großer Bestandteil der Geschäftsidee ist: „Einfache Lösungen finden, sparen und knausern – nur nicht an Ideen!“

Dieses Konzept kann natürlich nicht alleine von IKEA in die Tat umgesetzt werden, sondern eine Symbiose mit den Kunden ist nötig. Designer tüfteln mit den Herstellern am Produktionsprozess der Produkte, Einkäufer suchen nach Lieferanten mit dem Besten Preis-/Leistungsverhältnis und kaufen dort große Mengen an Rohmaterialien um die besten Konditionen zu erhalten – und die Kunden erhalten den niedrigsten Preis. Nun tragen die Kunden ihren Beitrag zum Erfolg des Konzeptes bei. Der Transport und die Montage der gekauften Möbelstücke werden vom Kunden vollzogen, so werden die Preise noch kleiner, das Konzept geht auf und wiederum ist ein besserer Alltag die Folge.

Ein weiterer Aspekt unterscheidet ebenfalls IKEA von anderen Einrichtungshäusern. Während diese sich zwischen gutem Design und einer großen Auswahl entscheiden, geht IKEA einen anderen Weg. Die beiden Eigenschaften werden einfach vereint und IKEA bietet gutes Design und eine große Auswahl an verschiedenen Einrichtungsgegenständen.

Zusammenfassend besteht die Geschäftsidee des IKEA Konzerns aus dem Zusammenspiel von gutem Design und guter Funktionalität mit einem breiten Sortiment zu günstigen Preisen.

Diese Geschäftsidee spiegelt sich auch in der momentanen Werbekampagne wieder. Das schwedische Möbelhaus wird in Deutschland mit dem Slogan „Wohnst du noch oder lebst du schon?“, welcher die Verbesserung des Alltags (nach einem Kauf in einem IKEA Einrichtungshaus) hervorheben soll. Weiterhin werden die verschiedenen Möglichkeiten der Preissenkung in witziger Weise verbildlicht, so dass auch für Personen, die keinen betriebswirtschaftlichen Hintergrund haben, die „kleinen Preise“ und ihr Zustand kommen verständlich werden. Der IKEA Konzern versucht den Kunden in den Vordergrund zu stellen und ihm jeden Wunsch von den Lippen abzulesen. IKEA ist ein Konzern, der sich dynamisch in der Öffentlichkeit darstellt und flexibel auf die Kunden eingeht. Und die Verkaufs- und Besuchszahlen des letzten Jahres verdeutlichen den Erfolg dieses Gesamtkonzeptes.

1.3 IKEA - Ein modernes Franchise-Unternehmen

Der Konzern IKEA ist ein typisch modernes Franchise-Unternehmen unserer heutigen Zeit. Als Franchise-Unternehmen gelten die Konzerne, die ihre Markenrechte und ihr Know-how an so genannte Franchisenehmer weitergeben. Gegen eine Gebühr dürfen diese vom erfolgreichen System des Franchisegebers profitieren und dieses exakt kopieren. Es werden allerdings nicht nur Rechte und das Wissen weitergegeben, sondern auch Logos, Designs, Einrichtungsgegenstände und Verkaufsartikel. Bis auf geringfügige Abweichungen stimmen Organisation, Produkte und das Aussehen der Filialen mit allen anderen des Franchiseunternehmens überein.

Als Mutterland des modernen Franchising, auch „Business Format Franchising“ genannt, gelten die USA. Von dort begann der Siegeszug des Franchising nach dem zweiten Weltkrieg.

1954 betrat in San Bernadino (liegt im Westen der USA) ein Verkäufer für Milchmixgetränke ein Restaurant. Anstatt nach seinem Verkaufsgespräch weiterzureisen, genoss er noch ein wenig die Atmosphäre. Das Restaurant war immer sehr gut gefüllt und die Gäste gaben sich die Klinke in die Hand. Er beobachtete das Geschehen in diesem Restaurant einen ganzen Tag und auch Tage später ließ ihm das Gesehen keine Ruhe. Er fasste einen Entschluss und fuhr zurück nach San Bernadino. Er stellte sich bei den Besitzern vor und erwarb kurz darauf eine Lizenz zur Vermarktung des Restauranttyps.

Am 2. März gründete der ehemalige Verkäufer Ray Kroc eine neue Firma und der Eintrag in das Handelsregister lautete: McDonald's System, Inc.



Ray Kroc gilt als Begründer des modernen Franchisings und seine Idee hat bis heute viele Nachahmer gefunden und darunter auch der IKEA Konzern.

Mit Hilfe des Franchisemodells wurde IKEA zu einem der, wenn nicht zu dem größten Möbelhaus der Welt. Inhaber des IKEA Konzeptes ist die Inter IKEA Systems B.V., welche Franchisenehmer in aller Welt unterhält. Der IKEA Konzern ist größter Franchisenehmer des Konzeptes und vergibt die erworbenen Franchiserechte an die Einrichtungshäuser weiter. Durch diese Aufbaustruktur ist auf lange Sichte Unabhängigkeit und Sicherheit gewährleistet.

1.4 IKEA-Einrichtungshäuser

Alle IKEA-Einrichtungshäuser der Welt sind gleich aufgebaut. Die Anordnung ist logisch und sehr praktisch. Nach der Ankunft auf dem *Parkplatz* geht man zuerst durch den *Eingangsbereich*. Direkt danach befindet sich die *IKEA Kinderwelt*, dort kann man seine Kinder für die Dauer des Einkaufs unterbringen und unter Aufsicht zurücklassen. In Ruhe gelassen von den Kindern, kann man sich dann in der *Möbelausstellung* umsehen, informieren und schon gedanklich alle Möbelstück kombinieren. Falls der Aufenthalt in einem der zahlreichen IKEA Einrichtungshäuser länger dauert, kann man im *IKEA-Restaurant* vorzugsweise schwedische aber auch lokale Speisen zu sich nehmen. Nach Verlassen der Möbelausstellung, kommt man in die *Markthalle*. Hier findet man alles was kein Möbelstück ist, wie z.B. Dekorationsgegenstände. Hier kann man seinem Zuhause den „letzten Schliff“ in Sachen Design verschaffen. Als letzte Etappe vor der Kasse, erreicht man die *SB-Möbelhalle*, hier sind (fast) alle in der Möbelausstellung vorkommenden Artikel in Kisten verpackt und können direkt mitgenommen werden. Zum Schluss kommt man dann zur *Kasse*. Nach dem Bezahlen muss nur noch alles im Auto verstaut werden und die Heimreise kann beginnen. Aber natürlich dürfen die Kinder nicht im Kinderparadies vergessen werden.

Im Folgenden wird genauer auf die einzelnen Bereiche eingegangen.

1.4.a Parkplätze

Parkplätze sind kostenlos und zu Genüge vorhanden. Außer den Standard-Parkplätzen sind zusätzlich auch noch Behinderten-Parkplätze vorhanden.

1.4.b Eingangsbereich

Hier befindet sich alles, was für den Einkauf benötigt wird:

- Stifte
- Notizzettel
- Messbänder
- Wegweiser
- Leihkataloge
- Einkaufstaschen
- Einkaufswagen
- Kinderwagen

1.4.c IKEA Kinderwelt

In diesem Bereich kann man seine Kinder unter Aufsicht zurücklassen, um sich ungestört von ihnen der Auswahl der Möbelstücke zu widmen. Die Möbel in der Kinderwelt sind farbenfroh und fantasievoll gestaltet. Außerdem sind genügend Spielsachen vorhanden. Die wohl bekannteste Einrichtung in der IKEA Kinderwelt ist das Ballparadies. Trotz verschiedener Gerüchte, ist nach Aussage des IKEA Konzerns noch kein Kind im Ballparadies verschwunden.

1.4.d Möbelausstellung

Hier findet man alles fürs eigene Zuhause. Komplette Zimmer in allen Design-Richtungen sind hier eingerichtet, damit alles bestens zur Geltung kommt. Um sich von der Qualität zu überzeugen, kann man natürlich auch Probesitzen und -liegen. Entstehen Fragen oder wird Hilfe benötigt, stehen jeder Zeit Einrichtungsberater/innen bereit. Darüber hinaus hat jeder Artikel einen Preiszettel, der außer dem Preis noch diverse andere Informationen beinhaltet, wie z.B. Materialinformationen oder Pflegehinweise. Natürlich ist der Ort, an dem man das Möbelstück in der SB-Möbelhalle abholen kann auch vermerkt.

1.4.e Restaurant

Man kommt hierher, um den Hunger zu stillen, sich auszuruhen und ein paar Entscheidungen zu überdenken. Im ganzen Restaurant ist Selbstbedienung. Im Angebot des Restaurants sind schwedische Spezialitäten, lokale Speisen und natürlich viele Kinderportionen erhalten. IKEA empfiehlt besonders schwedische Fleischbällchen, Preiselbeeren, Lachs oder Gebäck. Während die Erwachsenen noch mit dem Essen oder Entscheidungsfragen beschäftigt sind, können sich die Kleinen in der Spielecke vergnügen.

1.4.f Markthalle

In der Markthalle findet man alles, was nicht als Möbelstück ausgeschrieben ist. Hier findet man Bilderrahmen, Zubehör fürs Zuhause, Dekorationsartikel, Wecker, Küchenzubehör, Teppiche, Leuchten, Stoffe und vieles mehr. Mit diesen Sachen kann man sein Zuhause noch näher an seine Wunschvorstellung bringen.

1.4.g SB-Möbelhalle

Hier findet man jene Möbelstücke, die man zuvor in der Möbelausstellung gesehen hat; handlich und transportabel verpackt mit einer detaillierten Montage-Anleitung. Da Einkaufswagen zu Genüge vorhanden sind, dürfte es auch bei größeren Einkäufen keine Probleme beim Transport geben. Sollten trotzdem Probleme mit dem Transport entstehen, helfen Mitarbeiter oder Mitarbeiterinnen. Größere Stücke werden grundsätzlich direkt an den Laderampen herausgegeben, was den umständlichen Weg durch den Kassenbereich vermeidet.

1.4.h Kasse

An der Kasse wird eine Vielzahl von Zahlungsweisen akzeptiert. Zu diesen gehören auch die „IKEA ShoppingCard“, die „IKEA family HEJ Bezahl Card“, die „EC-Karte“ und natürlich die Barzahlung.

II. IKEA Geschichte

Jedes Kind kann diese Fragen schon beantworten, aber außer das IKEA aus Schweden kommt, kann niemand eigentlich mehr über die Geschichte dieses skandinavischen Unternehmens erzählen. Der Ursprung dieses Unternehmens befindet sich in einem kleinen schwedischen Dorf kurz vor der Weltwirtschaftskrise am Ende der 20er Jahre des 20. Jahrhunderts.

Ingvar Kamprad, der Gründer von IKEA, hatte eine einfache aber geniale Idee. Als der 1926 geborene Schwede 1943 sein erstes Unternehmen gründete, verwendete er die Initialen seines Vornamens und die Anfangsbuchstaben des Hofes auf dem er aufwuchs (Elmtaryd) und des kleinen Dorfs, welches nicht weit vom Hof entfernt liegt (Agunnaryd). Und durch die Verbindung dieser 4 Buchstaben, war der Name seines Unternehmens leicht gefunden. Er nannte es IKEA. Am Anfang verkauft er noch Dinge wie Kugelschreiber, Uhren, Bilderrahmen usw. Möbel gab es zu diesem Zeitpunkt noch nicht.



Ab 1947 verkaufte er dann die ersten Möbel. Allerdings konnte er zu diesem Zeitpunkt die Möbel noch nicht selbst fertigen, so dass er diese in einer Schreinerei in der Nähe seines Firmensitzes fertigen ließ.



1951

Nachdem Ingvar Kamprad schon in einigen Lokalzeitungen Werbung betrieb, veröffentlichte er 1951 seinen ersten Katalog. Er entschloss sich seine ursprünglichen Waren nicht weiter zu vertreiben und sich von da an nur auf preisgünstige Möbel zu konzentrieren.

Heute sagt man, dass dies die eigentliche Geburtsstunde IKEAs war.

1956 hatte Ingvar Kampard eine Idee. Waren könnten so verpacken werden, damit sie vom Kunden selbst abgeholt und zu Hause aufgebaut werden könnten. Das würde eine enorme Kostenersparnis zur Folge haben. Dieses Prinzip hat sich nach der Einführung so bewährt, dass es bis heute bestand hat.

1959 stieß der 100. Mitarbeiter zum IKEA Konzern. Außerdem entwickelte der Mitarbeiter Gillis Lundgren den größten Verkaufsschlager, den Schreibtisch TORE.

1965 eröffnete der bislang weltweit größte IKEA in Stockholm. Insgesamt wurden hier Möbel auf 45.800 qm angeboten. Außerdem führte Ingvar Kamprad die Selbstbedienung ein. Dadurch sollte seinen Kunden ein noch besserer und schnellerer Service geboten werden. Auch dieser Grundsatz ist bis heute unverändert.



1973 eröffnete das erste IKEA Möbelhaus in der Schweiz. Als Standort wurde die Nähe Zürichs gewählt. Dies war das erste IKEA Möbelhaus außerhalb Skandinaviens. Somit war der Grundstein für den Erfolg von IKEA im Ausland gelegt.

1974 – 1979 begann der Erfolg von IKEA in der ganzen Welt. Nicht nur in Europa (Deutschland 1974, Österreich 1977 und den Niederlanden 1979), sondern auch in Australien (1975) und Kanada (1976) wurden in diesen Jahren die ersten Filialen eröffnet, dies verdeutlicht die enorme Expansion IKEAs in einem kurzen Zeitraum. Dies sind nur einige der Einrichtungshäuser die in einer Zeit von 20 Jahren entstanden sind. Heutzutage gilt IKEA als Global Player.

1986 zog sich der Gründer Ingvar Kamprad aus der Position des Geschäftsführers zurück. Ist aber bis heute noch als Senior Advisor tätig.

1993 unterhält IKEA schon 114 Einrichtungshäuser in 25 Ländern.

1997 wurde die Webseite von IKEA (www.ikea.de) online gestellt, so dass es dem Kunden ermöglicht wurde auch von zu Hause das reichhaltige Angebot zu studieren und letztendlich auch die Artikel zu erwerben.

1999 sind es 150 Einrichtungshäuser. Es werden insgesamt 53.000 Mitarbeiter beschäftigt. Um sich bei seinen Mitarbeitern zu bedanken entschied sich Ingvar Kamprad am 9. Oktober 1999 den Gewinn dieses Tages von 85 Millionen Euro in gleichen Anteilen an seine Mitarbeiter zu verteilen. Dies entsprach letztendlich mehr als einem Monatsgehalt.

Ab 2000 setzt sich IKEA mit UNICEF gegen Kinderarbeit ein. Auch hier sieht man wieder welchen Einfluss Ingvar Kamprad mittlerweile mit seinen Einrichtungshäusern erreicht hat.

Auch wenn der Erfolg der Marke IKEA sehr beeindruckend ist und man ein Ende vielleicht vermutet, ist dieses noch lange nicht in Sicht. Es werden immer weitere Filialen auf der ganzen Welt eröffnet und immer mehr Kunden kommen in die weit verbreiteten Einrichtungshäuser.

In fast jedem Haushalt ist heute mindestens 1 Einrichtungsgegenstand aus dem Haus IKEA und viele könnten sich ein Wohnen ohne den „Blau-Gelben Riesen“ nicht vorstellen, denn sie verbringen fast jedes Wochenende in einem der Möbelhäuser.

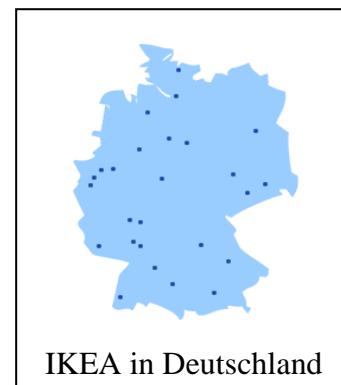
IKEA ist schon seit Jahren fest im Leben der Menschen verankert und ist auch so schnell nicht mehr wegzudenken.

3. Daten & Fakten

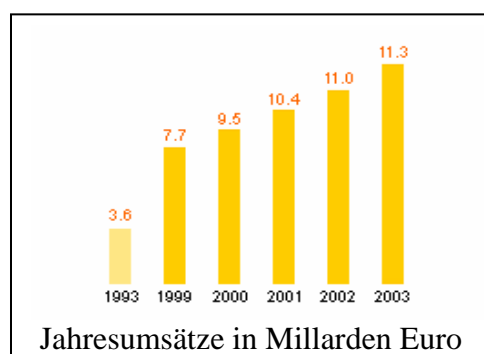
Der IKEA Konzern umfasst 165 Einrichtungshäuser in 22 Ländern. Wobei weitere 21 Häuser von Franchisenehmern außerhalb des IKEA Konzerns betrieben werden.

Das so genannte „Flagschiff“, die größte IKEA Filiale überhaupt, mit Sitz in Stockholm, bietet ihren Kunden das weltweit identische Angebot von über 10.000 Artikeln auf unglaublichen 55.200m² an.

Allein 33 Filialen befinden sich in Deutschland. Vergleichsweise sind in den USA lediglich 20 Einrichtungshäuser ansässig. Dies hebt die Bedeutung des Europäischen Marktes für IKEA hervor, in dem der Konzern allein 82% seiner Umsätze erwirtschaftet. Die IKEA Filialen sind über den ganzen Globus verteilt. Unter anderem werden Möbelhäuser in Ungarn, den USA, Australien, China und Chile betrieben.



Die Umsätze beliefen sich im Jahr 2003, dank 310 Millionen Kunden, auf insgesamt 11,3 Milliarden Euro von denen allein 20% in Deutschland umgesetzt wurden. Vergleicht man die Umsätze der letzten 10 Jahre miteinander, wird schnell das Potential der Geschäftsidee deutlich. Schließlich wurden die Umsätze mehr als verdreifacht.



Weltweit beschäftigt der Möbelgigant 76.000 Mitarbeiter in 43 Ländern. Davon allein 62.000 in Europa. Mit Swedwood besitzt IKEA seine eigene Produktionsgruppe, die in 32 Fabriken auf 9 Länder verteilt, Möbel auf Holzbasis herstellt.

Das wichtigste Marketing-Instrument ist der inzwischen zum Kult gewordenen IKEA - Katalog. Mit einer Auflage von 131 Millionen Exemplaren (weltweit) in 23 Sprachen ist er, nach unbestätigten Berichten, das meistgedruckte Printmedium nach der Bibel.



4. Die IKEA Möbel

4.1 Die Möbelnamen und ihr Zustandekommen

Wenn heutzutage ein jüngeres Ehepaar sich an der Supermarktkasse darüber unterhält das gestern Abend ihr „Billy“ umgekippt ist, wundert sich niemand mehr über die Freizügigkeit der Beiden. Das kommt daher das jedes Kind mittlerweile weiß das „Billy“ die Bezeichnung für ein Bücherregal von IKEA ist.

Über die Namensgebung bei IKEA wird viel spekuliert. Einige glauben das regelmäßig eine Gruppe IKEA-Desinger mit einem großen Vorrat an Schwarzgebranntem so lange eingesperrt werden, bis sie genügend Ideen für das neue Sortiment ausgebrütet haben.

Die Wahrheit ist jedoch bei weitem unspektakulärer.

Es gibt lediglich zwei Personen, die für die Namensgebung der IKEA-Möbel verantwortlich sind. Die beiden sind Mitarbeiterinnen von IKEA in Schweden. Ihre Quellen sind beispielsweise Landkarten, Kalender, Wörterbücher und Nachschlagewerke. Dies widerlegt die Theorie der hochprozentigen Quellen eindeutig.

Genau wie der Name des Möbelhauses IKEA steckt auch hinter jedem Möbelnamen ein Sinn. Badezimmerartikel werden beispielsweise nach Skandinavischen Seen, Flüssen und Meeresbuchten benannt, Stoffe und Gardinen bekommen Frauennamen, Stühle und Schreibtische erhalten Männernamen,...

Die folgende Aufstellung erläutert die Herkunft der Namen genauer:

Einrichtungsgegenstände	Namen
Polstermöbel, Couchtische, Rattanmöbel, Bücherregale, Musikmöbel, Türknöpfe	Schwedische Ortsnamen
Betten, Kleiderschränke, Dielenmöbel	Norwegische Ortsnamen
Esstische und -stühle	Finnische Ortsnamen
Bücherregalserien	Berufe
Badezimmerartikel	Skandinavische Seen, Flüsse und Meeresbuchten
Küchen	Grammatische Begriffe, gelegentlich auch andere Namen
Stühle, Schreibtische	Männernamen
Stoffe, Gardinen	Frauennamen
Gartenmöbel	Schwedische Inseln
Teppiche	Dänische Ortsnamen
Beleuchtung	Begriffe aus der Musik, Chemie, Meteorologie, Maße, Gewichte, Jahreszeiten, Monate, Tage, Boote, Seemannssprache
Bettwäsche, Decken, Kissen	Blumen, Pflanzen, Edelsteine
Kinderartikel	Säugetiere, Vögel, Adjektive
Gardinenzubehör	Mathematische und geometrische Begriffe
Küchenutensilien (Besteck, Geschirr, Textilien, Glas, Porzellan, Tischdecken, Kerzen, Servietten, Dekorationsartikel, Vasen u.a.)	Fremdwörter, Gewürze, Kräuter, Fische, Pilze, Früchte oder Beeren, Funktionsbeschreibungen
Schachteln, Wanddekoration, Bilder und Rahmen, Uhren	Umgangssprachliche Ausdrücke, auch schwedische Ortsnamen

Eine Besonderheit sind die Namen von Küchenartikeln, bei denen oftmals der Name die Funktion des Produkts beschreibt, z.B. der Flaschenkühler Kyla.

IKEA verwendet schon von Anfang an Namen statt Artikelnummern, in den 70er-Jahren wurde das oben genannte System eingeführt. Es findet in Allen IKEA-Filialen auf der ganzen Welt Anwendung. Also meint der Chinese mit Billy das gleiche wie der Russe oder der Amerikaner.

Die Vorteile dieses Systems liegen klar auf der Hand. Die Möbel bekommen eine persönliche Note, was ansprechend für die Kunden ist. Außerdem müssen sie sich nicht lange Zahlenreihen für ihre Bestellung merken, wodurch die Kommunikation zwischen Kunde und Verkäufer erleichtert wird. Auch das Finden der Produkte in der SB-Halle wird wesentlich einfacher.

Eine weitere Eigenschaft der IKEA-Möbel ist, dass man sich ein komplettes Zimmer in einer Stilrichtung einrichten kann. Das Sortiment ist aufeinander abgestimmt und bietet, entgegen der Sage vom Wackelregal, gute Qualität zu fairen Preisen. Diese Qualität wird in Testlabors, die IKEA selbst unterhält gesichert.

4.2 Erfolgreiche IKEA Produkte



Billy: Der absolute Ikea Schlager Tausendfach verkauft. Ikea bietet das Regal in verschiedenen Größen an, so das für jede Nische das passende Billy gefunden werden kann.

Lack: Ein praktischer Beistelltisch der in verschiedenen Formen und Farben angeboten wird





Bialt: Super beliebte praktische Komode in IKEA typischem Naturholz-Design.

Sten: Günstiges Regal bei dem der „IKEA-Wackeleffekt“ auftritt, wenn die Schrauben nicht in regelmäßigen Abständen nachgezogen werden. Da helfen auch die Metallstreben nichts.



IKEA PS: IKEA PS ist eine 1995 eingeführte Designlinie von IKEA. PS steht für post scriptum. Mit PS bietet IKEA aktuelles design zu niedrigen preisen. Das trifft bei der Kundschaft auf reges Interesse.

5. Quellenangaben

http://www.ikea.de/ms/de_DE/about_ikea/splash.html

http://www.stern.de/wirtschaft/unternehmen/index.html?eid=504885&id=506948&nv=ex_L3_ct

<http://www.franchiseportal.de/franchise/Article/ID/42/Session/1-is84eRkW-0-95000200415101813/Entwicklung.htm>

http://www.garantiezeit.de/html/ikea_klausel.html