

Kibek wirbt im SPIEGEL für Teppichboden

Trendwende ?

DER SPIEGEL ist Deutschlands bekanntestes und auflagenstärkstes Nachrichtenmagazin. Was haben die Spiegel-Leser, gut situiert und überwiegend männlich, mit Teppichboden zu tun ?

Sie werden auf jeden Fall damit konfrontiert. Denn Kibek, Deutschlands wohl bekanntestes Teppichhaus, hat einen Teil seines Werbebudgets in das Hamburger Magazin gelenkt.

In Ausgabe 35 vom 25. August ist heftmittig und nicht zu übersehen ein 16-seitiger Einhefter eingefügt.

Und nun kommt die nächste Überraschung: Thema und Inhalt – ausschließlich Teppichboden. Kein LVT, kein CV, kein Laminat, kein abgepasster Teppich – ausschließlich Teppichboden.



Texte und Fotos – wie immer bei Kibek – brillant. Beste Werbung für den Teppichboden. Und noch eine Überraschung – kein Preisverhau, den wir bei Kibek immer wieder kritisiert haben. Die unterste Preislage ist 9 EUR. Und dann Seite für Seite höherwertige Beläge bis hin zu 27 EUR/m².

Gut – wir wissen, dass bei diesem höchsten Betrag die guten Qualitäten erst anfangen. Aber verglichen mit 10 EUR für einen (kleinen) abgepassten Teppich, wie wir ihn aus früheren Aktionen kennen, deutet sich auch hier eine Trendwende an.

Bei dieser Gelegenheit: *Teppich & Du* die gemeinsame Branchenkampagne von Bodenbelagsgroßhandel und Teppichbodenindustrie startet in die zweite Runde. Machen Sie mit. Informationen unter www.teppich-und-du.eu.

*Eine spannende Lektüre
dieser Ausgabe wünscht Ihnen Ihr*

Michael Steinert



Michael Steinert, Chefredakteur