Pressemelding
08. august 2004

NY KATALOG: Til sengs med IKEA

Neste uke sendes IKEA-katalogen 2005 ut til alle landets postkasser. Hovedtemaet i katalogen er Complete Bedroom - det komplette soverommet. IKEA har en visjon om å skape en bedre hverdag for de mange menneskene, noe som også innebærer en god natts søvn.

- IKEA ønsker å øke folks bevissthet rundt måten vi sover på og rommet vi sover i. Både madrass, funksjonalitet og trivsel på soverommet påvirker helse og velvære i alle livets faser, sier Camilla Lindemann, PR- og informasjonssjef i IKEA Norge.

IKEA ruller nå ut den største satsingen på madrasser og soveromsinteriør i selskapets historie og har blant annet utviklet en helt ny madrasskolleksjon. IKEA vil utfordre konkurrenter i både billige og dyre segmenter og har som mål å øke markedsandelen på soveromsinteriør med 20 prosent de neste fem årene.
- Særlig madrasser er for dyrt i Norge. Nordmenn legger gjerne store summer i madrassen og begrunner med at den skal vare livet ut. Våre konkurrenter utnytter dette ved å skru prisene i været. Dyre madrasser gjør også at vi nedprioriterer resten av soverommet, sier Camilla Lindemann.

Interiørmessig er soverommet nordmenns glemte rom. Selv om soverommet er det rommet der vi bruker mest tid, legger vi lite ressurser i å gjøre det innbydende og komfortabelt sammenlignet med andre rom i boligen.

Omfattende dyneløft
I forbindelse med lanseringen av Complete Bedroom, har IKEA nylig gjennomført en omfattende undersøkelse av soveromsvaner i Norge og resten av verden. Hovedfunn i undersøkelsen:

☐ En av tre nordmenn sier at de sover mindre enn før.
☐ Vi er minst fornøyd med lysforholdene (59 %), innredning (61%) og renhold/rydding (63%).
☐ Tilfredsheten med eget soverom øker med alder og inntekt.
☐ Soverommet er i økende grad et multifunksjonsrom, aldersgruppen under 30 spiser mest, ser mest TV, arbeider mest og oppbevarer mest på soverommet.
☐ Å lese bøker er den mest populære aktivitet på soverommet, foruten å sove. 70 prosent av norske kvinner leser bøker på sengen, 55 prosent av norske menn leser bøker på sengen. Bare 26 prosent leser aviser på sengen.
☐ Tilrettelegging for søvn og hvile betyr mest for de fleste av oss (87%) når vi innreder soverommet, dernest kommer lagringsplass (55%) og estetikk/design (39%).
☐ 2 av 3 dyreeiere vil ha kjæledyr i sengen, 46 prosent godtar katter og 23 prosent godtar hunder.
☐ Flere menn enn kvinner foretrekker katter i sengen (M: 50% K: 42%), mens flere kvinner enn menn vil ha hund i sengen (K: 27% M:18%).

Om IKEA-katalogen
Den norske IKEA katalogen har et opplag på 1,67 millioner, og distribueres i ukene 34 og 35. IKEA-katalogen er verdens største gratis trykksak med et opplag på 145 millioner. Den trykkes på 25 språk, og utgis i 33 land. Totalt produseres 16.000 sider tekst per utgave. Katalogen finnes også på www.ikea.no. Den aller første IKEA-katalogen ble utgitt i Sverige i 1951. Årets katalog rommer 1600 nye produkter.

For mer informasjon:
Camilla Lindemann, PR- og informasjonssjef i IKEA, tlf: 66985221, mob: 99506010
Kaja Fønhus Brenna, informasjonskonsulent i IKEA, tlf: 66985219, mob: 97149588

Om IKEA
IKEAs forretningsidé er å tilby et stort utvalg form- og funksjonsriktige hjeminnredningsartikler til så lave priser at så mange som mulig får råd til å kjøpe dem. IKEA har i dag 175 varehus i 23 land som årlig besøkes av 310 millioner mennesker. I Norge har IKEA fem varehus; to i Oslo, ett i Bergen, ett i Stavanger og ett i Trondheim. 1670 medarbeidere jobber i de norske varehusene.