

## Aus Magazin und Katalog, werden Magaloge

Bloom inszeniert hochwertige Magaloge für küchenquelle

17. Januar 2018



Nach gewonnenem Pitch hat die Kreativagentur mit Standorten in Nürnberg und München die modernen „Cookkook“-Magaloge für das Jahr 2018 entwickelt. Mittels Storytelling präsentieren sie den schönsten Ort zuhause in all seinen Facetten.

Vor 40 Jahren wurde der Grundstein gelegt. Seither hat [küchenquelle](#), eine Marke der kiveda Group, deutschlandweit erfolgreich über 700.000 individuelle Küchen an zufriedene Kunden verkauft. Ausgerichtet auf die Anforderungen seiner Zielgruppe, nutzt küchenquelle seit Januar diesen Jahres einen redaktionellen Magalog zur ergänzenden Kundenansprache und lud hierzu bereits im letzten Jahr zum Pitch. Bloom konnte sich gegen fünf Mitbewerber durchsetzen und wurde mit der Konzeption und dem Layout der Magaloge beauftragt. Unter dem neuen Namen „Cookkook“ bietet die Mischung aus Katalog und Magazin den Lesern nun alle Infos rund um den schönsten Ort zuhause: Der Küche. Ziel ist es, potentielle Kunden mit spannendem Content und attraktivem Design emotional anzusprechen und Produkte sowie Planungskompetenz zu vermitteln. Zudem hat Bloom das Basiskonzept für den 130 Seiten umfassenden küchenquelle-Produktkatalog 2018 vorgelegt.

### Wo sind die Magaloge erhältlich?

„Cookkook“ erscheint ab sofort vierteljährlich deutschlandweit und liegt den küchenquelle-Katalogen bei. Zudem wird der Magalog in den 13 deutschen küchenquelle-Studios verteilt und auch online zum Einsatz kommen. Die erste Ausgabe, genau wie das gesamte küchenquelle Jahr 2018, steht ganz unter dem Motto „40 Jahre Küchenglück“. Während Kunden in der Rubrik „Lebenswelt Küche“ ihre ganz persönlichen Geschichten erzählen, punktet „Cookkook“ zugleich mit einem Küchen ABC rund um das Thema Küchen-Planung sowie Tipps zum natürlichen Wundermittel Natron. Zudem machen saisonale Themen, die neuesten Trends und aktuelle Angebots-Aktionen Lust auf mehr. Bunte Illustrationen und ein liebevolles Design sorgen dabei für ein charmantes, ästhetisches Look & Feel.

Doch damit nicht genug: In jeder Ausgabe kommt zudem ein Gastautor zu Wort, der den Blick über den Tellerrand hinauswagt. So widmet sich Gerd Blank in der Januar-Ausgabe dem innovativen Thema „Future Living“. Bei der Erstellung dieser redaktionellen Beiträge wird Bloom auf den hauseigenen Content Service für Qualitätsinhalte [torial.de](#) setzen. Das Team kann damit auf die Expertise und Erfahrung von über 3.500 Journalisten aus allen Fachbereichen zurückgreifen, die ihre digitale Heimat auf dieser Journalistenplattform gefunden haben.

„Der neue Magalog sollte Neu- und Bestandskunden echte Mehrwerte bieten. Genau das ist mit „Cookkook“ gelungen“, sagt Enrico Stange, Chief Marketing Officer von küchenquelle. „Gemeinsam mit Bloom haben wir es geschafft, unsere Produkte und Angebote gekonnt mit qualitativ hochwertigen Inhalten, Unterhaltung und praktischen Tipps und Tricks zu kombinieren. Zugleich möchten wir mit „Cookkook“ unsere neue Positionierung stärken.“



Bilder: © Bloom

