

IKEA Family Bonusprogramm endet: So kannst du noch profitieren!

IKEA beendet überraschend das Bonusprogramm in Österreich. Erfahren Sie, was Kunden jetzt beachten müssen und welche neuen Angebote kommen.

Österreich - Am 2. April 2025 gab IKEA überraschend das Ende des beliebten IKEA Family Bonusprogramms bekannt. Bis zum 31. März 2025 konnten Kunden in Österreich von diesem Programm profitieren, das seit seiner Einführung im Jahr 2019 zahlreiche Anreize bot. Insgesamt acht Filialen in Österreich sind betroffen. Das Programm ermöglichte es Mitgliedern, bei drei Einkäufen innerhalb eines Jahres einen Bonus von 10 Euro zu erhalten, wenn sie insgesamt 300 Euro ausgaben. Diese Regelung wurde nun eingestellt, während IKEA gleichzeitig für einen nahtlosen Übergang plädiert.

Die letzte Möglichkeit, von den Vorteilen des Bonusprogramms zu profitieren, besteht bis zum 4. Juni 2025. Bis dahin werden die letzten IKEA Aktionskarten an die im Profil hinterlegte E-Mail-Adresse gesendet. Um an dieser Aktion teilnehmen zu können, müssen die Kunden jedoch die Voraussetzungen erfüllen: mindestens drei Einkäufe sowie ein Gesamtumsatz von 300 Euro innerhalb eines Jahres.

Ausblick auf das Neue

IMA hat bereits angekündigt, dass ein neues Programm für Mitglieder in Arbeit ist, welches mutmaßlich einige der Vorteile des bisherigen Programms weiterführen könnte. Trotz der Beendigung des Bonusprogramms bleibt IKEA Family bestehen,

und Mitglieder können weiterhin von verschiedenen Vorteilen profitieren, wie etwa kostenlosen Heißgetränken, aktuellen Angeboten sowie Workshops und Events.

Diese strategische Entscheidung kommt zu einer Zeit, in der IKEA auf eine beachtliche Geschäftsentwicklung zurückblicken kann. 2022 erzielte das Unternehmen einen Umsatz von 44,6 Milliarden Euro und öffnete weltweit 38 neue Verkaufsstandorte, während die Besucherzahl auf beeindruckende 822 Millionen anstieg. Allerdings wurde ein Rückgang der Onlineverkäufe um 10 Prozent im Vergleich zum Vorjahr verzeichnet, was die Notwendigkeit digitaler Anpassungen unterstreicht.

Marketingansatz und Zukunftspläne

Die Marketingstrategie von IKEA hat sich stets auf Erschwinglichkeit, Qualität und Nachhaltigkeit konzentriert. Das Unternehmen nutzt sowohl traditionelle Werbung als auch digitale Marketingansätze, einschließlich der Einbindung von sozialen Medien und mobile Apps, um jüngere Zielgruppen zu erreichen. Diese Zielgruppe, insbesondere junge Erwachsene und umweltbewusste Familien, schätzt nicht nur die DIY-Lösungen, sondern auch die Innovationskraft, die IKEA im Bereich umweltfreundlicher Produkte zeigt.

Mit dem Ziel, bis 2030 eine 100-prozentige Nutzung erneuerbarer Energien zu erreichen, demonstriert das Unternehmen sein Engagement für nachhaltige Praktiken. Das Prinzip des „Democratic Design“, das 1995 auf der Mailänder Möbelmesse eingeführt wurde, bleibt eine zentrale Philosophie, um funktionale und stilvolle Produkte zu einem fairen Preis anzubieten. Diese bestehenden Werte und Strategien werden für die künftigen Entwicklungen und das neu geplante Mitgliederprogramm von entscheidender Bedeutung sein.

Weiterführende Informationen und Einzelheiten zu den kommenden Änderungen finden Sie auf der Webseite von 5min **5min berichtet, dass ...** und auf Latterly **Latterly nennt die**

globalen Entwicklungen von IKEA ...

Details	
Vorfall	Sonstiges
Ort	Österreich
Quellen	<ul style="list-style-type: none">• www.5min.at• www.latterly.org

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at