

Katalog

## Magazin trifft Katalog: Bloom

### inszeniert Magalogue für Küchenquelle

Bloom hat für Küchenquelle "Magalogue" entwickelt und präsentiert mittels Storytelling "den schönsten Ort zuhause".

Küchenquelle, eine Marke der Kiveda Group nutzt einen redaktionellen Katalog (Magalog) zur ergänzenden Kundenansprache. Dazu hat die Kreativagentur Bloom Konzeption und Layout entwickelt. Unter dem neuen Namen „Cookook“ soll die Mischung aus Katalog und Magazin den Lesern alle Infos rund um die Küche bieten. Ziel ist es, potenzielle Kunden mit spannendem Content und attraktivem Design emotional anzusprechen und Produkte sowie Planungskompetenz zu vermitteln.

„Cookook“ 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 Jahr 2018, steht unter dem Motto „40 Jahre Küchenglück“. Küchenquelle feiert in diesem Jahr sein 40-jähriges Bestehen.

Während Kunden in der Rubrik „Lebenswelt Küche“ ihre persönlichen Geschichten erzählen, bietet „Cookook“ ein Küchen-ABC rund um das Thema Küchen-Planung sowie Tipps zum natürlichen Wundermittel Natron. Zudem gibt es saisonale Themen, Trends und aktuelle Angebots-Aktionen. Außerdem kommt in jeder Ausgabe ein Gastautor zu Wort, der den Blick über den Tellerrand hinauswagt. So widmet sich Gerd Blank in der Januar-Ausgabe dem Thema „Future Living“. Bei der Produktion dieser redaktionellen Beiträge setzt Bloom auf den hauseigenen Content-Service Torial.de, einem Pool von über 3.500 Journalisten aus allen Fachbereichen.

Bloom hat außerdem das Basiskonzept für den 130 Seiten umfassenden Küchenquelle-Produktkatalog 2018 vorgelegt.

