

**Zeitschrift:** Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design  
**Herausgeber:** Hochparterre  
**Band:** 5 (1992)  
**Heft:** 1-2

**Artikel:** IKEA in Osteuropa  
**Autor:** Huber, Verena  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-119578>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 21.02.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**



# IKEA in Osteuropa

Im Zentrum von Budapest hat IKEA ihr erstes Möbelhaus in Osteuropa eröffnet. Was als 'Joint Venture'-Unternehmen begonnen hat, ist inzwischen ganz im Besitz des schwedischen Konzerns. Mit 7500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und täglich 9000 Besuchern erreicht das Möbelzentrum Umsätze wie vergleichbare Häuser in Westeuropa.

Vor der Eröffnung des IKEA-Hauses gab es in Budapest nur ein sehr beschränktes Möbelangebot. Für das private Wohnen fehlte es an brauchbaren Einrichtungsangeboten. Wer besondere Ansprüche hatte, fuhr zu IKEA nach Wien.

Seit dem März 1990 ist das nicht mehr nötig. IKEAs Möbel sind jetzt direkt in Osteuropa erhältlich. Obwohl nicht billig, sondern nur für den mittleren und oberen Mittelstand erschwinglich, läuft das Geschäft gut. Das liegt daran, dass die Möbel qualitativ besser sind, als die einheimischen, und die lokale Möbelindustrie das moderne Wohnen noch nicht entdeckt hat. Als nächstes Ziel will nun die IKEA ihr Angebot auch für die unteren Einkommensschichten ausbauen.

## Zum Beispiel Ungarn

In Ungarn steht das IKEA-Sortiment auf drei Beinen: einem internationalen Basisprogramm, Produkten aus Osteuropa für Osteuropa und Produkten aus Ungarn für Ungarn. Dies ermöglicht auch osteuropäischen Designern, an der Produktionsentwicklung mitzuwirken. Hier sieht Anikó Preisich ihre Aufgabe. Als Verantwortliche für die Planung der IKEA Osteuropa ist sie eine Schlüsselfigur. Nach ihrer Innenarchitektur-Ausbildung an der Budapest Akademie und einem Studienaufenthalt in Berlin hat sie in Belgien und Dänemark gearbeitet. In Budapest war sie in den 70er Jahren auch am Forschungsinstitut für Wohnsoziologie beschäftigt. Danach half sie am Auf-

bau des Design Center in Budapest mit, wo sie in Kontakt kam mit ungarischen Designern und Produzenten.

Ihre Auffassung vom Wohnen deckt sich weitgehend mit der IKEA-Identität. Mit Hilfe von IKEA konnte ihr Wunsch, ein Buch über das Wohnen herauszugeben, realisiert werden. Darin spiegelt sich auch ungarische Wohnkultur. Acht Wohnungen wurden ausgewählt, teilweise mit neuen Möbeln ergänzt und porträtiert. Die ungarische Auflage (50 000 Stück) war in vier Monaten über den Buchhandel ausverkauft. Inzwischen ist das Werk auf polnisch (Auflage 30 000) und auf tschechisch (Auflage 60 000) erschienen. Eine Ausgabe in deutscher Sprache ist geplant.

## Die Entwicklung in Osteuropa

Für den westeuropäischen Markt produzierte IKEA bereits seit rund 15 Jahren preisgünstig im Osten, d.h. in Jugoslawien, Ungarn, Polen, Rumänien, Bulgarien, der Tschechoslowakei und der Sowjetunion. Mit der Öffnung Osteuropas konnte das Unternehmen von dieser jahrelangen Erfahrung am Ort profitieren.

Mit andern Worten: IKEA erschliesst einen neuen Markt. Neben dem Möbelhaus in Budapest gibt es bereits «Start-Läden» in Warschau, Poznan und Belgrad mit vorwiegend osteuropäischen Produkten, und in Prag füllt IKEA vier Stockwerke in einem grossen Kaufhaus. Das Angebot wird den verschiedenen Verhältnissen und der unterschiedlichen Wohnkultur angepasst.

Was in Osteuropa lange Traum war, geht nun mit IKEAs Präsenz in Erfüllung: ein grösseres Angebot an Möbeln, in guter Qualität zu fairen Preisen.

Laut Anikó Preisich liegt das Erfolgsgeheimnis von IKEA auch im Betriebsklima. Auf die Veränderungen in der osteuropäischen Wirtschaft anspielend, sagt sie: «Man fühlt sich wie auf einer Insel in den Wogen des Frühkapitalismus. Das gute Arbeitsklima entsteht durch ein Gefühl des Vertrauens und der Selbstverantwortung in einer Gesellschaft, die vorher, durch starre Strukturen am Arbeitsplatz eingeschränkt, ihr Selbstbewusstsein verloren hat.»

VERENA HUBER ■

