**Küchenmagazin erhält Fox Award in Silber**

**Award zeichnet effiziente Print- und Digitallösungen aus / Touchpoints ausgeweitet**

**Dreieich, 8. November 2021:** Mit ihnen werden seit 2010 effiziente Print- und Digitallösungen ausgezeichnet, die als Impulsgeber und Kontakter, als Emotionsverstärker, Informationslieferant und Relevanz-Garant die Corporate Brand stärken, die Etappen der Customer Journey unterstützen und so die wirtschaftliche Entwicklung des Unternehmens unterstützen: den Fox Awards. Unter den diesjährigen Gewinnern ist auch das Küchenmagazin der musterhaus küchen Fachgeschäfte, das bereits zum vierten Mal in Folge mit dem begehrten Award in Silber ausgezeichnet wurde.

„Wir freuen uns über die erneute Auszeichnung mit dem Fox Award“, betont Ralf Reinemann, Geschäftsführer der verantwortlich zeichnenden MHK-Inhouse-Werbeagentur info-text, „vor allem da dieser Award die Effizienz des Magazins bestätigt.“

Seit 2008 ist das kostenlose Magazin fester Bestandteil des Marketingkonzeptes. Mit seinem abwechslungsreichen Mix, der markenrelevante Themen Küche, Kochen und Lifestyle mit unterhaltsamen Berichten, spannenden Hintergrundreportagen sowie hilfreichen Tipps und Tricks vereint, unterstreicht das Küchenmagazin die Kompetenz der musterhaus küchen Fachgeschäfte. Gleichzeitig macht es bei den Lesern Lust auf gute Küchen und lädt ein, eines der zahlreichen musterhaus küchen Fachgeschäfte direkt vor Ort zu besuchen und sich hier über die neuesten Trends aus dem Küchenmagazin live zu informieren und beraten zu lassen. Um Kücheninteressierte an möglichst vielen Touchpoints der Customer Journey abzuholen, bieten die Fachgeschäfte mit dem roten Dreieck im Logo erstmals zum gedruckten Heft auch eine digitale Version auf ihrer Internetseite www.musterhauskuechen.de an. Zusätzlich wird der Content über die sozialen Netzwerke gespielt.

Vor dem Hintergrund der anhaltenden Pandemie standen die Fox Awards 2021 unter dem Motto „Profilschärfung“. In die Bewertung flossen Kriterien wie die Wahl des Kommunikationskanals hinsichtlich Zielgruppe, Produkt und Marke, Konzept- und Content-Qualität, Ansätze zum Generieren von Reichweite, Dialogangebot, Distribution, Customer Experience oder Usability.

„Aktuell arbeiten wir am Küchenmagazin 2022, das im Februar erscheinen wird. Ein Themenschwerpunkt ist unter anderem ,Die neue Gestaltungsfreiheit´“, gibt Ralf Reinemann einen ersten Einblick. „Hier werden wir auf die vielseitigen Möglichkeiten der modernen Küchenplanung eingehen, die auch auf bewusst neu gewählte Lebens- und Ernährungsformen einzahlen.“