

OUT OF THE BRICKS

Marken und Händler suchen nach neuen Spielfeldern außerhalb der konventionellen Stores. Sie brechen mit den traditionellen Formen des Einzelhandels, tauchen an unerwarteten Orten auf und tun sich mit ungewöhnlichen Partnern zusammen, um ihren Kunden einzigartige Erlebnisse zu bieten.

PudelsKern.

WAS DEN TREND ANTREIBT

- In der fortgeschrittenen Experience Economy, in der die Menschen hungrig nach immer neuen und einzigartigen Erlebnissen sind, wird es zunehmend schwieriger, ihre steigenden Erwartungen zu erfüllen.
- Internet und Smartphone haben die Art, wie Kunden einkaufen, fundamental verändert. Doch je mehr der zweidimensionale Einkauf am Bildschirm zur Alltäglichkeit wird, desto mehr suchen sie nach physischen Orten, die besondere Erlebnisse bieten.
- Immer mehr Marken und Händler suchen nach innovativen Wegen, um auf neue Art mit ihren Kunden in Kontakt zu treten und eröffnen Pop-up Spaces an ungewöhnlichen Orten, Apartment Stores, Branded Hotels etc.

WARUM ER RELEVANT IST

- Die Überwindung der Grenzen der herkömmlichen Einzelhandels-erfahrung schafft kreative (Frei-)Räume, die sich oft durch eine gewisse Exklusivität auszeichnen und den Stoff für Status Stories liefern.
- Unternehmen können ihre Vision der Marke auf eine Art erlebbar machen, die man von ihnen nicht erwartet. Das befriedigt die Sehnsucht der Kunden nach Intimität und stärkt ihre Loyalität zur Marke.
- Out of the Bricks bietet die Chance, Produkte im Kontext eines inspirierenden Lifestyles zu präsentieren. Die Kunden können sich als Teil einer Community von Gleichgesinnten fühlen.