



Heute nehmen wir euch mit in den American Girl Store in New York, einem Ort, der nicht nur für kleine Mädchen, sondern für alle Puppenliebhaber und Sammler ein absolutes Highlight ist.

Die Lage ist schon perfekt

Der Store befindet sich in der prestigeträchtigen Adresse am 75 Rockefeller Plaza, mitten im Herzen von Manhattan, und bietet ein Einkaufserlebnis, das weit über das bloße Puppenkaufen hinausgeht. American Girl hebt sich durch seine detailreichen, charakterstarken Puppen von anderen Marken ab, indem es nicht nur Spielzeug, sondern auch eine Botschaft vermittelt. Jede Puppe kommt mit ihrer eigenen Hintergrundgeschichte, die oft historische oder kulturelle Aspekte beleuchtet und damit eine tiefere Ebene der Identifikation und des Lernens für junge Mädchen bietet.

Ein wesentlicher Unterschied zu anderen Puppen wie Barbie ist die Vielfalt und Tiefe der Charaktere bei American Girl. Statt sich auf das Aussehen zu konzentrieren, betont American Girl individuelle Geschichten, Kulturen und historische Kontexte, wodurch jede

Puppe einzigartig und inspirierend wird.

Erlebnis am PoS speziell für die Kleinen

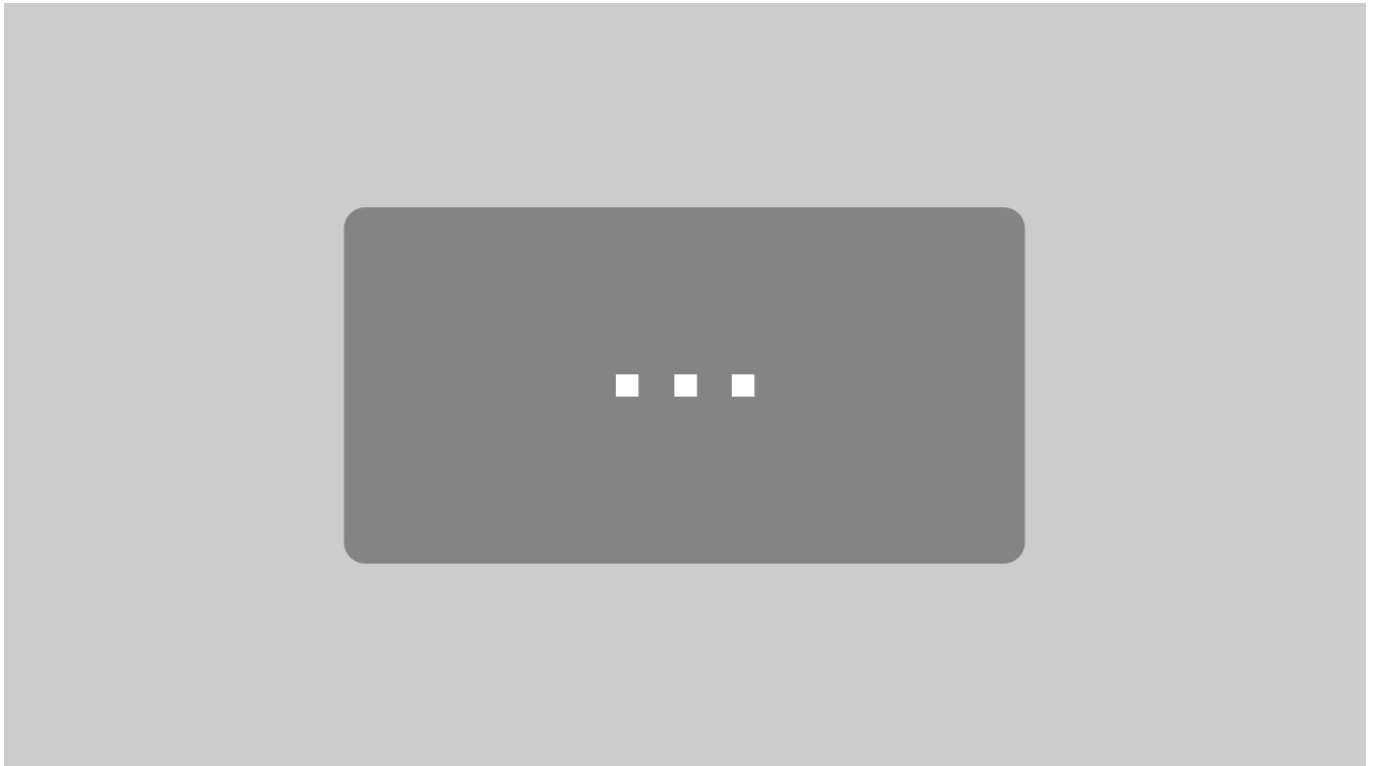
Das Highlight des Stores sind zweifellos die vielfältigen interaktiven Erlebnisse und die speziell gestalteten Bereiche, die zum Verweilen und Entdecken einladen. Von der Möglichkeit, im Dolled Up Salon gemeinsam mit der Puppe frisiert zu werden, über das American Girl Café, wo man zusammen mit seiner Puppe speisen kann, bis hin zu personalisierten Einkaufserlebnissen bietet der Store viele Gründe für einen langen Aufenthalt - und genau darum geht es.

Ist diese Konsumwelt noch zeitgemäß?

Die frühe Einführung von Kindern in die Konsum- und Beautywelt birgt eine Reihe von Implikationen, die es wert sind, genauer betrachtet zu werden. Zunächst könnte die Begeisterung für eine breite Palette an Produkten und die Möglichkeit, diese individuell anzupassen, Kindern den Eindruck vermitteln, dass Zufriedenheit und sozialer Status eng mit materiellem Besitz verknüpft sind. Dies kann ein Konsumverhalten fördern, das schwer zu befriedigen ist und möglicherweise zu einer ständigen Unzufriedenheit und dem Wunsch nach mehr führt.

Darüber hinaus könnte die Betonung von Äußerlichkeiten, wie sie durch Schönheitssalons und Modeaccessoires für Puppen symbolisiert wird, bestimmte Schönheitsstandards und -ideale implizieren. Dies kann das Selbstbild von Kindern bereits in einem jungen Alter beeinflussen und einen Druck erzeugen, sich an bestimmte ästhetische Normen anzupassen. In einer solchen Umgebung können soziale Vergleiche unvermeidlich werden, wobei Kinder ihren eigenen Besitz mit dem ihrer Altersgenossen vergleichen, was Gefühle von Neid oder Unzulänglichkeit hervorrufen kann, falls sie nicht über die als „beste“ oder „beliebteste“ geltenden Produkte verfügen.

Hier geht es zum Video:



Mit dem Laden des Videos akzeptieren Sie die Datenschutzerklärung von YouTube.

[Mehr erfahren](#)

Video laden

YouTube immer entsperren

Beitragsbild: Frank Rehme



**Frank
Rehme**

**Speaker
Handelsexperte
Innovator**

- Gründer und Autor von Zukunft des Einkaufens
- Geschäftsführer der gmvteam GmbH
- Geschäftsführer des Mittelstand-Digital Zentrum Handel
- www.frank-rehme.de

 **Zukunft des Einkaufens**

gmvteam
Die Ergebnismanufaktur

 **Mittelstand-Digital
Zentrum
Handel**