



Im Rahmen des Besuches der NRF Big Show (größte Handelstechnologiemesse in New York) unternehmen wir auch immer Storechecks, um die großen Trends im Retail aufzuspüren. Jetzt geht es um 2 Läden, die begeistern - aber jeder auf seiner Art.

Soho in New York: Das Viertel der coolen Läden

Soho in New York ist bekannt für seine reiche Geschichte, seine Kopfsteinpflasterstraßen, das eindrucksvolle Gusseisenarchitektur und seine Kunstgalerien. Es ist ein beliebtes Ziel für Shopping-Enthusiasten mit einer Vielzahl von Boutiquen, Designerläden und internationalen Ketten. Soho ist auch ein kultureller Hotspot mit zahlreichen Kunstgalerien und einer lebendigen Atmosphäre, die von Straßenkünstlern und gehobenen Restaurants geprägt ist. Die Gegend gilt als eine der stilvollsten in New York und zieht eine vielseitige Mischung aus Besuchern und Einheimischen an.

Prada zeigt moderne Design Architektur

Der Prada-Store und der Gucci-Store in SoHo, New York, bieten zwei gegensätzliche

Interpretationen von Luxus und Design. Prada, gelegen an der prominenten Ecke Broadway und Prince Street, ist in einem architektonisch bedeutenden Gebäude von 1882 untergebracht. Die Inneneinrichtung, entworfen von Rem Koolhaas, verfügt über einzigartige Merkmale wie einen zylindrischen Glasaufzug und eine wellenförmige Holzkonstruktion, die sowohl als Ausstellungsfläche als auch als Sitzgelegenheit dient. Diese Gestaltungselemente spiegeln Pradas Engagement für Innovation und die Verschmelzung von Kunst und Mode wider.



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

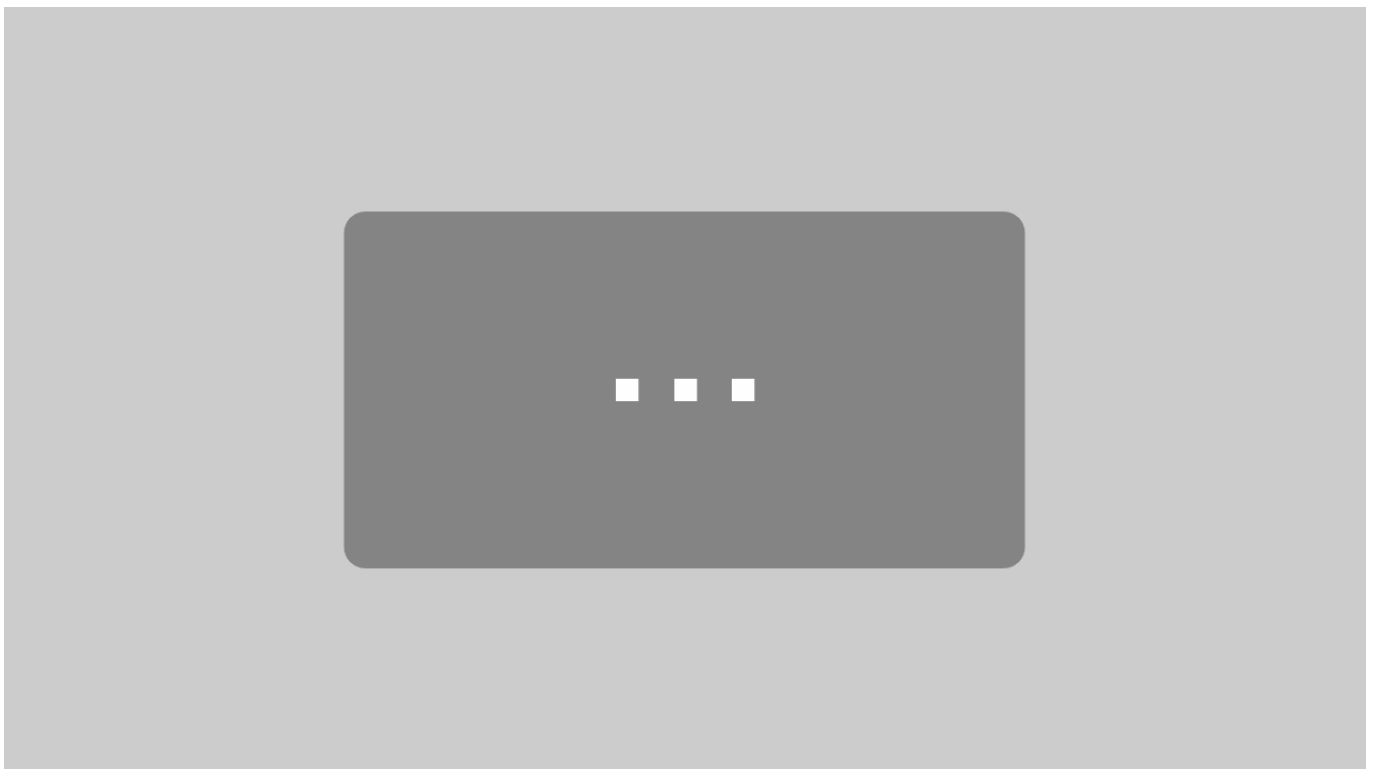
[Mehr erfahren](#)

[Video laden](#)

YouTube immer entsperren

Gucci ist im Upcycling Trend

Gucci hingegen, ansässig in der Wooster Street, präsentiert sich als erstes Konzeptgeschäft der Marke. Dieser Raum ist eine Hommage an das kreative Flair des Viertels und den ästhetischen Ansatz des Kreativdirektors Alessandro Michele. Gucci versucht, die konventionelle Distanz zwischen Luxusmarke und Konsument zu überbrücken, indem es auf Sicherheitspersonal verzichtet und stattdessen Markenbotschafter einsetzt, die die Markengeschichte vermitteln und so eine persönlichere Beziehung zu den Kunden aufbauen. Das Innere des Stores bietet eine warme und einladende Atmosphäre, die zum Verweilen einlädt und die Produkte in einem ansprechenden Umfeld präsentiert.



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

[Mehr erfahren](#)

[Video laden](#)

YouTube immer entsperren

Beide Marken stellen ein einzigartiges Einkaufserlebnis dar, das die Werte und die Ästhetik der jeweiligen Marke reflektiert. Sie demonstrieren, wie physische Geschäfte im Zeitalter des Online-Handels weiterhin relevant bleiben können, indem sie Erlebnisse bieten, die über das reine Einkaufen hinausgehen.



**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**