



Wir reden immer davon, dass der Handel mehr Erlebnisse liefern muss und sich als dritter Ort etablieren soll. Sind das alles nur aktuelle Buzzwords, kann man diese Metamorphose als Händler überhaupt umsetzen? Wir sagen JA, und zeigen hier am Beispiel die Rezepte.

Rezept #1: Personalisiere die Produkte

Lena Moos hat sich zu ihrer Geschäftsidee nicht nur das richtige Store-Konzept, sondern auch den richtigen Onlineauftritt ausgedacht. Ihr Brautmodengeschäft in Düsseldorf bietet eine große Auswahl an Brautkleid-Einzelteilen, die sich jede Braut selbstständig zusammenstellen kann. Nach diesem "Mix und Match" - Prinzip entstehen einzigartige Kombinationen mit unendlichen Möglichkeiten und bieten genau das, was jede Braut will: einen einzigartigen Auftritt am wichtigsten Tag des Jahres. Der Makrotrend zu personalisierten Produkten wird ermöglicht durch eine patentierte Verbindungslösung zwischen den einzelnen Komponenten eines Brautkleides.

Rezept #2: Der emotionalisierte Ladenbau

Mit dieser Geschäftsidee als Grundlage entstand auf 2 Etagen (ca. 500 m²) ein Showroom, in dem man sich wohl fühlt und trotzdem genügend Privatsphäre hat, um den Gefühlen freien Lauf zu lassen. Den Eingangsbereich schmückt ein riesiger Selfie-Point und erweckt schon beim Betreten des Ladengeschäftes den Wunsch, mit einem Kleid daneben zu posieren. Richtig positioniertes Licht und moderne Schaufensterfiguren runden das gesamte Raumkonzept ab und laden ein, sich die nächsten Stunden inspirieren zu lassen.

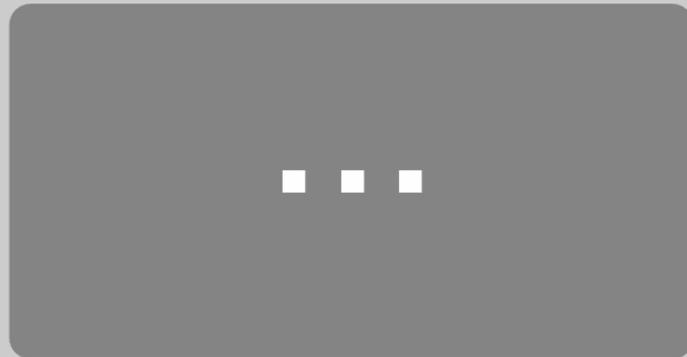
Rezept #3: Ein Cross Channel dritter Ort

Wer noch keine Vorstellungen hat, kann auf einer großen digitalen Display-Wand digital verschiedene Kombinationsmöglichkeiten durchspielen. Ideal ist auch hier das nahtlose Zusammenspiel zwischen on- und offlineauftritt. Auf der offiziellen Webseite lassen sich bereits die Einzelteile einsehen. Zukünftig soll der Generator aber auch auf der Webseite zur Verfügung stehen. Daraus ergibt sich ein perfektes Zusammenspiel von Online- und Offline-Erlebnis.

Rezept #4: Emotionalisiere das emotionalste Event

In der zweiten Etage befinden sich das Herzstück: Der Anprobe-Bereich. Wir haben uns ja schon in diesem Artikel mit der Wichtigkeit einer guten Ankleide beschäftigt und hier endlich ein ideales Beispiel gefunden. Wenn man schlussendlich seine Auswahl getroffen hat, kann man in einer sehr großen Ankleide seine Auswahl anprobieren. Das Beste kommt aber dann danach: Die Wirkung des Kleides kann man auf einem glamourösen Catwalk erproben, an dem die Freundinnen und Familienangehörigen Platz nehmen können. Sobald die Braut ihre Entscheidung getroffen hat, darf sie einen großen goldenen Button am Catwalk betätigen: es ertönt Partymusik und ein großer Spiegel öffnet sich. Er gibt dann eine Bar frei, die mit Sekt bestückt ist. Es darf nun gefeiert werden, eine einmalige Ansammlung von Überraschungen sorgt für ein unvergessenes Shopping Erlebnis.

Das ist dritter Ort pur! Mehr dazu im Video:



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

[Mehr erfahren](#)

Video laden

YouTube immer entsperren