

# Marketing, das aus dem Alltag holt

**Pop-up-Stores.** Um sich in die Köpfe der Konsumenten zu setzen, lassen Marketer ihre Fantasie spielen



Geistreiches Marketing: Grey Goose versteckt in Berlin eine Bar in einer Bäckerei, Louis Vuitton stellte Stücke in einem Koffer in Moskau aus, adidas stellte kürzlich einen Testschuh-Automaten am Donaukanal auf

VON SANDRA BAIERL (BERLIN)  
UND ANDREA HLINKA

Berlin, Friedrichstraße 124: Seit Dienstag irritiert hier ein neues Lokal. Eine traditionelle französische Bäckerei, nüchtern eingerichtet, mit Grey Goose gebrandet. Erst hinter einer Geheimtür gibt es die Auflösung: Eine noble Bar mit Kronleuchter, Deckenmalerei, geschliffenen

Was vor Jahren in Japan seinen Ausgang nahm, wird in Europa weiter gefeiert. Kaum eine Marke, die etwas auf sich hält, hat den Trend der Pop-up-Stores ansich vorbei ziehen lassen – von Louis Vuitton bis adidas, von McDonald's bis illy. Ob bei Mode, Kosmetik oder Lebensmittel, Pop-up-Stores scheinen für alle Produkte zu passen. Friederike Müller-Wernhart,

zur Online-Shopping-Welt. Große Marken oder spezielles Design finden ihre Marken-Inszenierungen in urbanen Bereichen, die auf längere Sicht nicht leistbar wären. Es ist auch ein Saisongeschäft mit vorübergehendem festen Wohnsitz. "In erster Linie würden sie Umsatz bringen, jedoch könne man Marken mit dieser Inszenierung auch auf Zeitgeist-Niveau

Udo Wagner hat den Lehrstuhl für Marketing an der Universität Wien inne. Pop-up-Stores würden Produkte emotionalisieren und ihnen mit der besonderen Inszenierung eine exklusive Note geben. „Ob es das Produkt tatsächlich nur dort gibt, ist nebensächlich. Die Menschen wollen abgelenkt, ein wenig aus dem Alltag gerissen werden“, sagt Wagner. Das haben

## Ein kurzes Gastspiel in der Berliner Barszene

Berlin. Mitten in Berlin hat Grey Goose monatelang umgebaut, um aus einer alten Gaststätte eine französische Bäckerei zu machen. Blaues Portal, innen nüchtern, nicht viel Brot, aber mit einer Tür in eine andere Welt: Im Hinter-

Man darf am Kosten-Nutzen-Faktor der Aktion durchaus zweifeln: Zahlen werden zwar nicht genannt, aber die Kosten eines Komplettumbaus für nur vier Tage sind beträchtlich. Was mit der Location danach passiert, darüber