

MIKS kommt in Mode

08.03.2012, 17:49 | Mode, Trends, Lifestyle

Pressemitteilung von: *MIKS Konzepte*



Einladend & interaktiv: Das KeenOn Roadshow-Konzept

Die Hamburger Agentur inszeniert Messeauftritte der neuen Mode-Online-Plattform KeenOn Fashion und ist damit auch erstmals im Fashion-Sektor präsent.

(Hamburg, den 8. März 2012) Wie überträgt man eine virtuelle Showroom-Welt in einen realen Messestand? Für diese knifflige Frage fand MIKS Konzepte die richtige Antwort. Für KeenOn Fashion, ein neues Tochterunternehmen der Otto International GmbH, entwickelte die Hamburger Agentur ein ausgefeiltes Roadshow-Konzept, um die Online-Plattform für Mode offline erlebbar zu machen.

Das neuartige Geschäftsmodell von KeenOn Fashion wurde im Februar 2012 auf den Messen Supreme Düsseldorf, MunichFashion WoMeN und anlässlich der Ordertage im ModeCentrum Hamburg einem breiten Publikum vorgestellt. Die Internet-B2B-Plattform, auf der internationale Marken ihre Kollektionen für den Einzelhandel anbieten, wollte auf diesen wichtigen Branchenevents Präsenz zeigen und seinen virtuellen Showroom vorstellen und buchstäblich anfassbar machen. Dafür entwickelte das MIKS-Team um Kreativchefin Heike Schaffernicht einen rund 300 qm großen Messe-Showroom, der Interaktivität als reales Erlebnis inszenierte. Als verbindendes Element und Meeting-Point fungierte dabei ein fünf Meter breiter Tischaufbau, auf dem mehrere iMac-Bildschirme die Besucher dazu einluden, das KeenOn Fashion-Prinzip zu erleben, auszuprobieren und Ware auch gleich vor Ort zu ordern. Dieser kommunikative Mittelpunkt erfüllte damit eine wichtige Anforderung an den Messestand, denn die Einzelhändler sollten die Ware, die auf der Online-Plattform angeboten wird, vor Ort qualitativ hochwertig erleben. Mit einer Installation aus pinkfarbenen Telefonkabeln,

die von der Decke bis in die Tischmitte ragten, wurde zusätzlich die Interaktivität des virtuellen Marktplatzes als haptisches Erlebnis in Szene gesetzt.

MIKS Konzepte konnte so die besonderen Herausforderungen, die die Messeveranstalter an die Gestaltung stellte, kreativ lösen: „Unsere Vorgabe aus München und Düsseldorf war, dass die Möbel und Kleiderstangen alle gleich aussehen mussten, also in Weiß gehalten werden sollten. Der Fokus sollte primär auf der ausgestellten Ware liegen. Wir haben es trotzdem geschafft, die Unverwechselbarkeit des besonderen Look & Feels von KeenOn herauszustellen“, erklärt Heike Schaffernicht., „wie z.B. mit den prägnanten Corporate-Farben Schwarz und Pink sowie mit hängenden Grafik-Elementen, die zur aufmerksamkeitsstarken Markenvorstellung eingesetzt wurden.“

Auch Claudia Hagedorn, Senior Manager Marketing bei KeenOn Fashion, zeigte sich zufrieden mit der Umsetzung: „Wir wollten mit der neu gestalteten Roadshow die Bekanntheit bei Einzelhändlern und Modemarken steigern und neue Kunden sowie Marken akquirieren. Das ist uns gelungen, denn das Interesse an dem KeenOn-Auftritt war überall sehr groß und das Feedback des Fachpublikums durchweg positiv.“

Frei zur redaktionellen Verwendung. Belegexemplar erbeten.

Portrait

MIKS Konzepte entwickelt und realisiert unter der Geschäftsführung der Geschwister Michaela und Christoph Kruse seit 1999 kreative Markeninszenierungen im nationalen und internationalen Umfeld. Interaktiv und erlebnisorientiert, für Showrooms, Shops und Messeauftritte.

News-ID: 614743 • Views: 1736 (Stand: 26.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/614743/MIKS-kommt-in-Mode.html>