

_blaenk

by BRICKSPACES

_blaenk: Düsseldorfer Startup revolutioniert den Einzelhandel

BRICKSPACES eröffnet innovativen Erlebnis-Store in 1A-Lage und nutzt KI für Datenanalyse.

Düsseldorf, 13. August 2019. „Die Innenstadt braucht frischen Wind“, so Martin Bressemer von BRICKSPACES, dem jungen Unternehmen, das hinter dem Start Up-Projekt _blaenk steckt. „Durch die Digitalisierung hat der stationäre Handel seinen Ur-Nutzen verloren und es gilt, die neuen Bedürfnisse der Konsumenten zu bedienen.“ Online bekommt jeder alles, jederzeit. Offline suchen die Menschen Erlebnisse, Inspiration und Erfahrungswerte. Genau dies will BRICKSPACES mit seinem neuen Konzept lösen und entwickelt den klassischen Point of Sale zum Point of Experience weiter. _blaenk befindet sich auf rund 1.500 Quadratmetern mit ca. 20 ausgewählten Marken in Düsseldorfs Bestlage, mit rund einer Millionen Passanten auf der Schadowstraße, Joachim-Erwin-Platz 1.

Urbanität mit Mehrwert

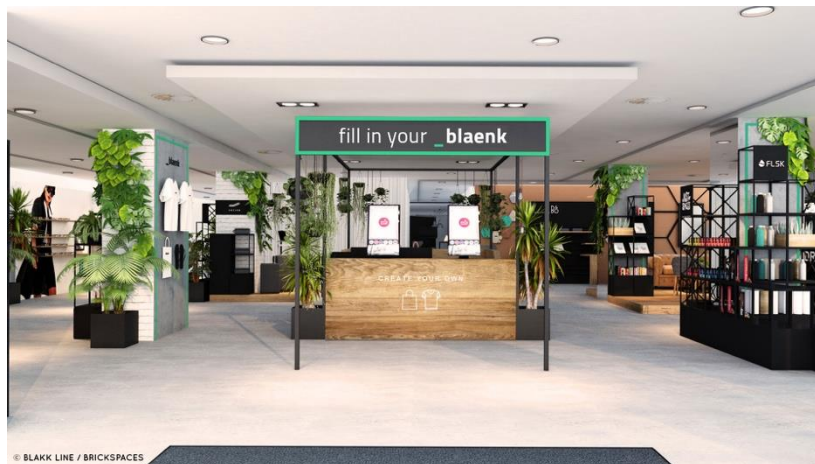
Es entsteht ein urbaner Ort, an dem Mehrwerte geboten und neue Anreize geschaffen werden. Ein Mischkonzept aus Concept-Store, wo sich Startups, neue Brands und etablierte Corporates neu positionieren können, Top-Beratung durch selbst rekrutierte Mitarbeiter, die innovative und stets komplexer werdende Produkte vorstellen sowie einer Lounge, bestehend aus spannenden Events, Workshops, Kunst-Galerien und Kollaborationen wie z.B. mit der Photo Pop Up fair von Wolfgang Sohn sowie der AMD Akademie für Mode und Design.

„Mit _blaenk füllen wir nicht nur die Lücke im Einzelhandel, sondern auch die im Anspruch der Konsumenten. Der stark selektierte und abgestimmte Produkt- und Markenmix adressiert globale Megatrends wie Gesundheit, Nachhaltigkeit und New Work“, erklärt Martin Bressemer von BRICKSPACES. „Wir helfen, die richtigen Produkte und Services für mehr Lebensqualität zu finden“.

Zum Start von _blaenk sind u.a. Lifestyle-Brands wie Vitra, Bang & Olufsen, Stryve, Kerbholz, Fitness First, Otto Wilde, The Neighborgoods uvm. in dem Store vertreten.

_blaenk

by BRICKSPACES



KI im Store

Das Startup nutzt Datenströme, um sein Konzept zu schärfen und zu skalieren. Neben Fingerspitzengefühl nutzen die Gründer Trenddaten, um den Markenmix und das Produktportfolio zu kuratieren. Besonders spannend wird es bei der eigenen KI-gestützten Analytics-Lösung: Sie bieten teilnehmenden Marken detaillierte Einsicht in den Sales-Funnel für den Einzelhandel: Passantenfrequenz, Store-Besucher, explizite Brand-Views, demografische Merkmale wie Alter und Geschlecht und Kaufabschlüsse - alles in einem Dashboard.

Retail as a Service

Mit dem Retail as a Service Angebot bietet der _blaenk Concept Store je ca. 20 Marken innerhalb vier „Flights“ (Sommer, Herbst, Winter, Frühjahr) die Möglichkeit, ohne Risiko und zielgerichtet in die A-Lage des Einzelhandels zu gelangen. BRICKSPACES übernimmt als Betreiber alle notwendigen Abwicklungen mit ihrer „Retail as a Service“-Lösung: Raumdesign, modularer Ladenbau, Produktinszenierung, Recruiting, Payment, Marketing sowie Analytics.

Mehr Informationen unter www.blaenk.com

_blaenk

by BRICKSPACES



Team: (v l. n. r.)

Matti Levesque, Martin Bressemer, Sandra Swienty, Moritz Nikula

Pressekontakt:

BRICKSPACES

Martin Bressemer

c/o _blaenk

Steinstrasse 2

40212 Düsseldorf

martin@brickspaces.de

Über BRICKSPACES

BRICKSPACES ist der Full-Service-Partner für die Umsetzung von Pop Up-Stores: Von der Flächenvermittlung über das Kreativkonzept und Raumausstattung bis hin zum Mitarbeiter-Recruiting, Store-Analytics und Payment-Lösung. Im BRICKSPACES-Portfolio sind 2.000+ Flächen in den deutschsprachigen Ländern sowie der Niederlande, die für Kurzzeitmieten (i.d.R. 1 Tag bis 1 Jahr) zur Verfügung stehen - davon sind circa. 300 Flächen exklusiv und nur auf Anfrage einsehbar. BRICKSPACES Alleinstellungsmerkmal sind die strategischen Partnerschaften mit Immobilieneigentümern wie Aachener Grundvermögen und Art-Invest mit dem Zugriff auf die absoluten A-Lagen. BRICKSPACES verfügt über jahrelange Erfahrung und Expertise im Pop Up-Bereich. Zu den nationalen Kunden gehören u.a. Amazon, Google, Foodora, Jaguar Landrover, Aldi Süd, Zalando und Adidas.