

Pop-up-Stores: Diese 8 Gründe sprechen für einen Test

✖ Immer mehr Online-Händler eröffnen für kurze Zeit kleine Ladengeschäfte und machen damit ihr Online-Sortiment den Kunden haptisch erfassbar. Warum sich der kurzfristige stationäre Ausflug für Online-Händler für einen Test lohnen kann, zeigt die folgende Infografik von shopify.

Vor allem in Berlin poppen immer wieder neue kleine Ladengeschäfte auf, die innerhalb kürzester Zeit auch wieder schließen. Dies sind Pop-up-Stores, ein aktueller Trend im E-Commerce. Shopbetreiber eröffnen für wenige Tage oder Wochen ein Ladengeschäft. Dort können die Besucher die Ware aus dem Shop anfassen, ausprobieren und natürlich auch kaufen.

In Pop-up-Stores anfassen, im Netz kaufen

In der Regel sind Pop-up-Stores mit POS-Terminals ausgestattet, über die der Kunde im Online-Shop bestellen kann. Denn natürlich kann der Shopbetreiber nicht sein gesamtes Sortiment aus dem Lager in das Ladenlokal verbringen.

Wer glaubt, Pop-up-Stores seien vor allem für die finanzstarken Big Player des Online-Handels interessant, der irrt, wie Gründer-Experte Alexander Hüsing vom Portal **deutsche startups** weiß:

“Kleine Label, große Konzerne und insbesondere junge Start-ups machen vermehrt Läden für kurze Zeit auf – vor allem in Berlin. Wer als E-Commerce-Unternehmen etwas auf sich hält, legt sich zumindest testweise mal eben einen Pop-Up-Store zu – wie etwa das Berliner Start-up Amorelie mit seinem sexy Offline-Ableger.”

Der kanadische Webshop-Anbieter **Shopify** liefert in einer sehenswerten Infografik wichtige Gründe, die für den Test eines Pop-Up-Shops sprechen.

