



20 globale Marketing-Trends

20 globale Marketing-Trends
BASE_camp-Konzept unter den Toptrends 2013
Das Berliner BASE_camp soll Menschen zu Kommunikation anregen - und ist mit diesem innovativen Ladenkonzept dem Trend der Zeit offenbar voraus.
Das ganze Jahr über befindet sich die Community von Trend Hunter auf der Suche nach den weltweit innovativsten Ideen in Sachen Technologie, Design und Business. Zu Beginn jeden Jahres wählt die Redaktion dann die kreativsten Konzepte aus und kürt die zwanzig Top Trends der kommenden zwölf Monate. Darunter zählt Trend Hunter im Jahr 2013 auch die Idee der "Imposed Interaction", die im Berliner BASE_camp bereits seit 2011 praktiziert wird - und gleichzeitig als Paradebeispiel der Trend Hunter fungiert.
BASE_camp: Im Vordergrund steht die Kommunikation
Tatsächlich folgte die Gestaltung des BASE_camp der Idee der "Imposed Interaction" - die Kommunikation steht im Vordergrund: Durch die Kombination aus Mobilfunkshop und Café finden Beratungsgespräche mitunter bei einer leckeren Tasse Kaffee statt. Ausliegende Smartphones und Tablets wurden so integriert, dass sie mit Hilfe des kostenlosen WLAN-Hotspots wie im Alltag ausprobiert werden können. Aus Kunden werden Gäste, die mit dem WLAN-Hotspot arbeiten oder die außergewöhnliche Atmosphäre mitten in Berlin für angeregte Gespräche mit Freunde und Kollegen nutzen. Überstrahlt wird diese Szenerie von der weltgrößten twitter-Installation, welche die Idee der "Imposed Interaction" schließlich auf die Spitze treibt: Auf acht Modulen erscheinen in Echtzeit die aktuellen Trending Topics von twitter und sorgen dafür, dass aus digitalen Diskussionen analoge Gespräche werden.
Das BASE_camp als Kommunikationsplattform
Doch damit nicht genug: Das BASE_camp stellt seine Eventfläche jedem zur Verfügung, der mit seiner Veranstaltung Menschen vernetzen oder zu Dialog anregen möchte. Mit facebook und XING nutzen zwei der beliebtesten sozialen Netzwerke regelmäßig das BASE_camp, um mit ihren Mitgliedern auch analog in Kontakt zu treten. In verschiedenen Talkrunden werden Themen diskutiert, denen in den Tagesmedien oftmals zu wenig Raum geschenkt wird: Seien es die Auswirkungen der Digitalisierung wie beim UdL Digital Talk, oder auch der häufig ignorierte Analphabetismus unter Erwachsenen, der diese von der modernen Kommunikationsgesellschaft abkoppelt.
Ansporn zu neuen Ideen und Konzepten
Das Hauptanliegen eines Mobilfunkunternehmens wie der E-Plus-Gruppe ist es, Kommunikation zu ermöglichen - folgerichtig stehen Dialog und Interaktion auch im Zentrum des BASE_camp-Konzepts. Dass die Trendjäger von Trend Hunter diese im BASE_camp bereits seit einiger Zeit umgesetzte Idee nun als Top Trend 2013 ausrufen, ist weiterer Ansporn, das BASE_camp zu einem Hotspot digitaler und analoger Kommunikation auszubauen.
E-Plus Mobilfunk GmbH
Co. KG
E-Plus-Platz
40468 Düsseldorf
Deutschland
Telefon: +49 (211) 448-0
Telefax: +49 (211) 448-2222
Mail: info@eplus.de
URL: <http://www.eplus-unternehmen.de/>

Pressekontakt

E-Plus

40468 Düsseldorf

eplus-unternehmen.de/
info@eplus.de

Firmenkontakt

E-Plus

40468 Düsseldorf

eplus-unternehmen.de/
info@eplus.de

Kommunikation ist ein Grundbedürfnis der Menschen. Wir wollen zu jeder Zeit und an jedem Ort unsere Emotionen mit der Familie und Freunden teilen können, wir müssen immer und überall in der Lage sein, von unterwegs Geschäftliches abzuwickeln. Der Boom des Mobilfunks spiegelt diesen Trend eindrucksvoll wider. E-Plus hat sich auf die Fahnen geschrieben, mobile Kommunikation für seine Kunden einfach und unterhaltsam zu gestalten. Unser Slogan "Ein Plus verbindet" steht dabei für unsere Rolle, Menschen durch mobile Kommunikation miteinander zu vernetzen und ihr Leben damit zu bereichern, sprich wertvoller zu machen. Damit verbunden sind klare Markenwerte, an denen wir uns messen lassen: Wir bieten unseren Kunden Produkte an, die einfach zu verstehen sind. Wir versuchen, immer ein wenig mehr für's Geld zu bieten und liefern, was wir versprechen. Wir wollen menschlicher, sprich näher am Kunden sein und erfahren, was unsere Kunden wünschen. Und wir suchen die Herausforderung, indem wir den Markt und unsere Kunden mit innovativen Produkten überraschen. All das macht E-Plus als Marke einzigartig und erfrischend anders.