

Welcome to LA, Yonex!

von Andreas Freitag, Mutabor
April 2025

Was bringt ein japanisches Familienunternehmen, das Tennisschläger produziert und Weltmarktführer im Badminton ist, dazu, einen Pop-Up-Store auf dem Abbott Kinney Boulevard in Venice zu eröffnen?

Abbott Kinney ist seit Jahren eine der beliebtesten Einkaufsstraßen in Los Angeles. Auf etwa einer Meile Länge findet man eine bunte Mischung aus lokalen Design-Shops, Startups und globalen Marken wie adidas, Aesop oder Birkenstock. Das Publikum ist jung und international. Die Atmosphäre ist entspannt, viele der Läden sind in charmanten Bungalows untergebracht, die Marken sich kurzfristig mieten oder dauerhaft sichern.

So eine Location in Venice zu schaffen, ist nicht billig, kann aber strategisch extrem wertvoll sein. Und da kann man Yonex nur zu dem Mut und der Konsequenz gratulieren. Mit einfachen Mitteln ist für einen Monat ist ein völlig unerwartetes Markenerlebnis entstanden. Die gelungene Social-Media-Aktivierung hat neugierig gemacht. Der gebaute Raum präsentiert die Marke authentisch, hochwertig und unaufdringlich. So wird aus einer respektierten Ingenieurs-Marke eine anfassbare, entspannte, weltläufige Marke, die Spaß macht.



Andreas Freitag, Mutabor Inc.

Marken-Aktivierungen können unnötig aufwändig und kompliziert sein. Oder man geht einfach auf das Publikum zu, öffnet seine Türen und ist ein guter Gastgeber. So wie es Yonex hier in Venice gerade vorlebt. Wunderbar, dankeschön.

Mutabor LAX

#brandintelligence

#brandactivation