

Ralph Lauren eröffnet glamourösen Store in der Westfield Shopping City!

Ralph Lauren eröffnet am 9. Mai 2025 einen neuen Store in Wien. Der Standort in der Westfield Shopping City Süd bietet ikonische Mode für Damen und Herren.



Westfield Shopping City Süd, Wien, Österreich - Am 9. Mai 2025 hat Ralph Lauren einen neuen Store in der Westfield Shopping City Süd in Wien eröffnet. Diese Eröffnung markiert einen wichtigen Schritt in der Expansionsstrategie der Marke, die sich auf die Stärkung des Markenerlebnisses an zentralen, gut vernetzten Standorten konzentriert. Laut einem Bericht von **oe24** bietet der neue Store eine Auswahl ikonischer Kollektionen für Damen und Herren, die Polohemden, Chinos, Oxford-Shirts, T-Shirts und verschiedene Accessoires umfasst.

Das Design des neuen Verkaufsraums betont zeitlose, hochwertige und farbenfrohe Elemente, die im charakteristischen Stil von Ralph Lauren gehalten sind. Die

Westfield Shopping City Süd hat sich dabei als eine aufstrebende Adresse für internationale Marken etabliert, was den Standort besonders attraktiv macht.

Ralph Laurens Markenphilosophie

Ralph Lauren ist nicht nur eine Modemarke, sondern gilt als Symbol für zeitlosen amerikanischen Luxus. Laut **Marketing Explainers** konzentriert sich die Marketingstrategie des Unternehmens darauf, eine globale Identität zu kultivieren und gleichzeitig eine kohärente Vision aufrechtzuerhalten. Zu den Schlüsselaspekten gehören Storytelling, erlebnisorientierter Einzelhandel und strategische Anpassung an lokale Märkte.

Die Marke verkörpert den amerikanischen Traum, indem sie Tradition mit modernen Sensibilitäten verbindet. Ralph Lauren hat sich von einem Bekleidungsanbieter zu einer Lifestyle-Marke entwickelt, die ein vielfältiges Portfolio anbietet, das neben Mode auch Wohnaccessoires und Parfums umfasst.

Marketingstrategie und Kampagnen

Zu den Signature-Kampagnen von Ralph Lauren zählen die Polo Ralph Lauren Launch, die den „preppy“ Stil etabliert hat, sowie die Ricky Bag-Kampagne, die Luxus und Exklusivität betont. Eine innovative Initiative war die „Wear Your Story“-Kampagne von 2019, die Kunden ermutigte, persönliche Geschichten über ihre Denim-Erfahrungen zu teilen. Diese Kampagne nutzte erfolgreich digitale und soziale Medien.

Darüber hinaus engagierte sich Ralph Lauren mit einem virtuellen Fashion-Show auf TikTok, um jüngere Zielgruppen zu erreichen. Die Zusammenarbeit mit dem Team USA als offizieller Ausstatter bei den Olympischen Spielen verstärkte die Glaubwürdigkeit und Sichtbarkeit der Marke, die auch durch prestigeträchtige Veranstaltungen wie Wimbledon und die Met Gala profitiert.

Ralph Laurens Marketingstrategie nutzt auch intelligente Technologie in den Geschäften, um personalisierte Kundenerlebnisse zu schaffen. Es ist entscheidend, dass die Markenpräsenz in den Einzelhandelsumgebungen die Werte der Marke widerspiegelt und emotionalen Zugang ermöglicht.

Die Eröffnung des neuen Stores in Wien unterstreicht einmal mehr die Effizienz von Ralph Laurens Ansatz im Luxusmarkt, der auf Storytelling, Konsistenz und Anpassungsfähigkeit basiert und die Marke auf internationalem Niveau stärkt.

Details	
Vorfall	Sonstiges
Ort	Westfield Shopping City Süd, Wien, Österreich
Quellen	• www.oe24.at • www.marketingexplainers.com

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at