

Motorola feiert an der Seite von 6PM sein fulminantes Comeback als Lifestylebrand

Voller Erfolg! Motorola blickt auf die erfolgreiche Pop-Up-Tour mit dem angesagten Modelabel 6PM zurück. Seit 2022 etabliert sich die Lenovo Tochter zunehmend als ikonische Tech-Marke im Modeumfeld. An der Seite der gehypten Streetwear-Brand setzt Motorola nun seinen Weg in die Fashionwelt fort und lässt die Grenzen zwischen Fashion und Technik verschmelzen.

Jünger, cooler und vor allem „more fashionable“ – Motorola feierte in den vergangenen Wochen an der Seite der aufstrebenden Streetwear-Marke 6PM sein Comeback als It-Brand. Dafür hat sich das Unternehmen mit dem gehypten Modelabel 6PM prominente Unterstützung geholt. 6PM hat die Fashionbranche mit seinem unkonventionellen Ansatz und innovativen Touch vollständig auf den Kopf gestellt. Achraf Ait Bouzalim ist der Gründer der Erfolgsmarke. Der Frankfurter Jungdesigner veranstaltete anlässlich des Launches der neuen 6PM-Kollektion im Mai und Juni 2023 eine fulminante Pop-Up-Tour in sechs verschiedenen Städten in Deutschland und Österreich. Von Berlin über Wien bis nach Frankfurt am Main sorgte das exklusive Event in den vergangenen Wochen für lange Warteschlangen vor den Türen der jeweiligen Stores. Die Eventreihe zog über 4000 Gäste an und brach damit den Besucherrekord des Vorjahres. Motorola war Teil der exklusiven Tour, um die fashionaffine Zielgruppe mit seinen Produktneuheiten anzusprechen und so die Marke nahbarer zu machen.

Vor Ort hatten die Besucher*innen die Möglichkeit, die Markenwelt von Motorola und 6PM durch verschiedene Aktivierungsmaßnahmen zu erfahren. So konnten die Gäste als eines der Tour-Highlights an einem Spielautomaten mit Greifarm verschiedene Tech-Gadgets gewinnen oder die bunte Motorola edge-Franchise testen. Durch diesen Engagement-Ansatz wurde die junge Generation spielerisch an die Marke herangeführt und konnte so in die aufregende Welt der einstigen Kultmarke eintauchen. Die positive Resonanz des jungen Publikums auf die neuesten Produkte und Innovationen unterstreicht die Etablierung von Motorola als Lifestyle-Brand.

Chong-Won Lim, Marketingleiter von Motorola Deutschland, zeigte sich begeistert von der Fashion-Kooperation: „Die Zusammenarbeit mit 6PM ermöglicht uns den Zugang zu einer neuen Zielgruppe, die wir für unsere Brand und Produkte begeistern können - junge, technik- und modeaffine Menschen mit einem sicheren Gespür für Trends.“

Seit der Gründung des angesagten Streetwear-Modelabels 6PM im Jahr 2016 baute sich Achraf durch innovative Designs und unkonventionelle Ansätze eine große Community auf und wurde zur Ikone zahlreicher junger Fans. Als Tongeber der Fashion Szene ermöglichte Achraf, dass die Markenwelt von Motorola nicht nur vor Ort, sondern vielmehr auch über die digitale Verlängerung erlebbar wurde und damit das Tochterunternehmen von Lenovo mit der jungen Zielgruppe erfolgreich interagieren konnte.

Um als einer der Ersten Zutritt zu den Pop-Up-Flächen zu bekommen, bauten hartgesottene Jugendliche teilweise bereits sechs Tage vor dem Event ihre Zelte vor den Türen der Stores auf. In Frankfurt, der Heimat Achrafs, zählten die Veranstalter*innen sogar über 100 Camper*innen. Szenen, die man sonst nur von großen Sneaker Releases kennt.

Was nach einem erfolgreichen Launch nicht fehlen darf? Lässige Musik und gute Drinks, um den Tag gemeinsam ausklingen zu lassen. Deshalb wurde im Anschluss in den einzelnen Städten eine exklusive Aftershowparty veranstaltet. Diese fanden in namhaften Szenelokalitäten wie dem 808 in Berlin oder auch dem Juice Club in Frankfurt am Main statt. Das Closing-Event in Frankfurt stellte dabei ein besonderes Highlight dar. Über den Dächern der Metropole präsentierte Motorola das brandneue razr40 ultra – eine Hommage an die Erfolgsstory in den 00er Jahren. Das Foldable wird aktuell als Marktführer im Bereich der Klapphandys gehandelt. Bei der anschließenden Party trat dabei kein Geringerer als Rapper Shindy auf, welcher der Menge einheizte und die Tour gebührend beendete.



Mit der Aktion beweist Motorola einmal mehr, dass Fashion und Technologie immer enger zusammenwachsen und letztendlich ein gemeinsames Ziel verfolgen: Ein einzigartiges und unvergessliches Kundenerlebnis zu schaffen.

Pop-Up-Tour-Übersicht:

Berlin (06.05.2023) – Not A Gallery

Hamburg (13.05.2023) – Barlach Halle

Düsseldorf (20.05.2023) – Galerie Voss

München (27.05.2023) – Stachus, ehemaliges Galeria Gebäude

Wien (03.06.2023) – Strictly Hermann

Frankfurt am Main (10.06.2023) – Goetheplatz

Weitere Informationen über die Tour finden Sie auf der Webseite von 6PM und auf den Social Media Kanälen von 6PM und Motorola.

Lenovo und Motorola

Lenovo (HKSE: 992) (ADR: LNVGY) ist ein Fortune 500-Unternehmen im Wert von 70 Milliarden US-Dollar und in 180 Märkten auf der ganzen Welt tätig. Ausgehend von der kühnen Vision, intelligentere Technologien für alle zu liefern, entwickeln wir Technologien, die die Welt verändern und eine integrativere, vertrauenswürdiger und nachhaltiger digitale Gesellschaft schaffen. Motorola Mobility LLC wurde im Jahr 2014 von der Lenovo Group Holdings übernommen. Motorola Mobility ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft von Lenovo und verantwortlich für die Entwicklung und Herstellung aller Mobiltelefone und Lösungen der Marken Moto und Motorola. Um mehr zu erfahren, besuchen Sie <https://www.lenovo.com> und lesen Sie die neuesten Nachrichten in unserem StoryHub und Motorola Global Blog.