

Die EuroShop 2020 präsentiert acht verschiedene Erlebnisdimensionen

Vom 16. bis 20. Februar führt die EuroShop in Düsseldorf rund 2.300 Aussteller aus mehr als 60 Ländern mit erwarteten 114.000 Fachbesuchern aus aller Welt zusammen. Dabei ist sie nicht nur eine unerlässliche Informationsplattform, Trend-Hotspot und Netzwerk für Profis aus dem Handel, sondern wirkt gleichzeitig hinein in viele andere Bereiche und Branchen und befasst sich mit dringenden und zukunftsrelevanten Themen wie Digitalisierung, Robotik, Nachhaltigkeit oder Klimaneutralität.

Die acht Erlebnisdimensionen der EuroShop decken einerseits den gesamten Investitionsbedarf des Handles ab, andererseits geben sie jede Menge Inspiration und konkrete Antworten auf entscheidende Fragen, die sich jeder Händler, der wettbewerbsfähig bleiben will, stellen muss. Was muss ein Shop oder Store heute sein? Erlebnis- und Identifikationsort? Feel-good-Location? Third Place? Pop-up-Marktplatz? Wie muss er aussehen, wie sich anfühlen? Kreative und pragmatische Antworten gibt hier die Dimension Shop Fitting & Store Design.

Die Dimension Retail Technology präsentiert was überrascht, begeistert, stimuliert und voranbringt. Augmented Reality, Virtual Reality, Künstliche Intelligenz, Internet-of-Things, Smart Store, Customer-Engagement, Mobile Payment oder Cloud-based Services, das sind die dominierenden Themen dieser Dimension. Retail Marketing ist der Point of Interest für Digital Creatives. Customer-Engagement & -Experience, Markenerlebnis im stationären und digitalen Store, Personalisierung via Mobile, Künstliche Intelligenz, Digital Signage. In der Dimension Retail Marketing auf der EuroShop 2020 erwartet die Fachbesucher das gesamte Spektrum der immer intensiver und digitaler werdenden Interaktion mit dem Kunden.

Auch die Licht-Community trifft sich auf der EuroShop. Wenn es um Erlebnis und Inszenierung, Faszination und Atmosphäre geht, dann spielt Licht eine entscheidende Rolle. Seine vielfältigen technischen Einsatzmöglichkeiten, von Smart Lighting bis IoT, verbunden mit ökologischen Aspekten wie Nach-

haltigkeit und Effizienz zeigt die Dimension Lighting auf. Geschichten erzählen, dass ist es, was Visual Merchandising bieten muss. Als analoger Erlebnisraum und als digitale Plattform. Wie man perfekt inszeniert, fasziniert und überrascht zeigt die gleichnamige Dimension der EuroShop, ob als begehbbare Erzählung oder Augmented Reality, als Pop-up-Store oder Digital Store.

Immer mehr Supermärkte, aber auch Fashion-Stores begeistern Kunden mit gastronomischen Angeboten. Deshalb ist die Handelsgastronomie ein ganz heißes Thema und bekommt mit Food Service Equipment erstmals eine eigene Dimension auf der EuroShop 2020. Von Fast-food bis Sterneküche steht hier alles auf der Karte. In der Dimension Refrigeration & Energy Management wächst zusammen was zusammengehört: Ökologie & Ökonomie. Digitale Transformation und Gebäudeautomation, IoT und KI, Effizienz und Inszenierung – alles ergänzt sich zum klimaneutralen Smart Store und steht im Fokus der EuroShop.

Messen und Events unterwegs ins Zeitalter von Digitalisierung und Festivalisierung, das zeigt die EuroShop, deren Dimension Expo & Event der weltweit größte Branchen-Event der Live-Kommunikations-Szene ist. Crossmediale Vernetzung, komplexe Erlebnisszenarien, begeisternde Performance oder dynamische Kommunikation werden die beherrschenden Themen sein.

POS kompakt hat zahlreiche Aussteller der EuroShop 2020 befragt, welche Produktneuheiten und Lösungsansätze sie den Fachbesuchern präsentieren werden. Lesen Sie dazu auf den folgenden Seiten die Ankündigungen der Aussteller...



Epta-Gruppe

Halle 15, Stand C24/42

Die Epta-Gruppe präsentiert zahlreiche Lösungen für den Lebensmitteleinzelhandel. Ein Fokus liegt dabei auf den Zukunftsthemen Nahversorger-Konzepte, Gastronomie im Handel, Digitalisierung und Service. Die Thekenreihe Velvet/Shape der Marken Costan/Bonnet Névé wird ein besonderer Anziehungspunkt auf dem Messestand sein. Daneben werden viele neue Kühlmöbel zu sehen sein, etwa von Iarp oder aus der GranFit-/SkyEffect-Familie von Costan/Bonnet Névé, Theken von Eurocryor und Kühlzellen von Misa. Für Nahversorger-Märkte hat Epta die SlimFit-/MultiCity-Produktfamilie der Marken Costan/Bonnet Névé entwickelt und weiter ausgebaut. Auf der Euro-Shop präsentiert die Epta-Gruppe zum ersten Mal neue Features für die Kühlmöbel, mit denen diese auch in Märkten mit mittelgroßen Verkaufsflächen zum Einsatz kommen können. Den anhaltenden Trend, hochwertige Gastronomie im Lebensmitteleinzelhandel anzubieten, greift die Epta-Gruppe ebenfalls auf ihrem Messestand auf. Mit Epta Concept übernimmt ein bereichsübergreifendes Team gemeinsam mit den Händlern die Planung, Umsetzung und Einrichtung themenspezifischer Food-Corner, in denen Konsumenten Neues erleben und ihr Essen genießen können.

POS kompakt, 01.02.2020