



Die weltgrößte Fachmesse für den Investitionsbedarf des Handels, die EuroShop 2017, ist nach fünf Tagen am Donnerstag (09. März 2017) in Düsseldorf mit dem besten Ergebnis in ihrer 50-jährigen Geschichte zu Ende gegangen:

2.368 Aussteller aus 61 Nationen und **113.000 Besucher aus 138 Ländern** (rund 4% plus im Vergleich zur Vorveranstaltung), informierten sich in 18 Messehallen auf über 127.000 m² Netto-Ausstellungsfläche über Produkte, Trends und Konzepte für den Handel und seine Partner. Gerade das Interesse aus dem Ausland war überdurchschnittlich gewachsen – immerhin kamen 66% der Fachbesucher nicht aus Deutschland.

Die dominierenden Themen der EuroShop 2017 waren die fortschreitende Digitalisierung im Handel, maßgeschneiderte Omnichannel-Lösungen und die Emotionalisierung des Shoppererlebnisses im Geschäft. In drei Artikeln hat mein Kollege Frank Rehme Euch die wichtigsten Trends und Erlebnisse auf der Messe näher gebracht. Schon gelesen? Sonst schaut doch einmal hier: [Artikel 1](#), [Artikel 2](#), [Artikel 3](#).

Noch internationaler – auch im POPAI Global Village



Die gestiegene Internationalität wurde auch im POPAI Global Village in der POP-Halle 3 reflektiert - 20 Mitaussteller aus der ganzen Welt zeigten ihre Produkte. Aus der ganzen Welt strömten POPAI Freunde nach Düsseldorf, um sich auf dem POPAI Global Village zu informieren, auszutauschen und das globale Netzwerk zu erleben. So begann bereits der erste Tag mit einer Sonderpräsentation für eine 60 Personen starke Delegation aus Brasilien. Am dritten Tag präsentierte der internationale Handelsexperte Frank Rehme exklusiv für eine japanische Delegation von über 30 Personen internationale Retail Trends.

POPAI präsentierte sich international ganz im neuen Look mit neuem Logo, das Village gestaltet von den Markenarchitekten von dan pearlman in Berlin und konnte den Erfolg der letzten Jahre 4 EuroShop Messen noch einmal steigern.

Großes Interesse für die Vorträge im POPAI Forum



Das POPAI Forum bot 64 hervorragende Fachvorträge in den 5 Tagen. Moderiert von anerkannten Experten wie Dr. Gerd Wolfram, Benjamin Brüder, André Dahms und Daniela Schneider wurde die hohe Qualität des Vortragsprogramms vom Messepublikum honoriert durch regen Besuch - alle Sitzplätze waren in der Regel voll besetzt und bei den Highlights drängelten sich die Besucher rund

um das Forum.

Kuratierte Inhalte – auch bei der Messe besonders gefragt



Besonders gut angenommen wurden die geführten Touren von Zukunft des Einkaufens zu den Messehighlights – manch einer nutzte die Gelegenheit, um die Menge der gezeigten Konzepte durch die besondere Vorauswahl durch die ZDE-Experten besser bewältigen zu können. Auch die angebotenen ZDE Retail Tour durch die Düsseldorfer Innenstadt am letzten Messetag wurde begeistert angenommen, so dass wir eine zweite Tour zusammenstellen mussten.

Let's all get ready for 2020!

Die nächste EuroShop findet vom 16. bis 20. Februar 2020 in Düsseldorf statt, die nächste EuroCIS, als jährliche Veranstaltung speziell zu den Themen der Retail Technology, bereits vom 27. Februar bis 01. März 2018.