



*Hangers for clever people*

## EUROSHOP 2017 – ein Rückblick

Zukunft war das Thema der diesjährigen Euroshop 2017, die selbst gerade Mal 50 Jahre alt geworden ist.

Noch nie stand die gesamte Modebranche vor solch gewaltigen Veränderungen. Digitalisierung und Big Data, Vernetzung und Globalisierung werden Kaufentscheidungsprozesse und das Einkaufsverhalten massiv verändern. Das ist jetzt schon zu spüren und der Wandel kommt schnell. Diese Entwicklungen haben beträchtliche Konsequenzen auf den stationären Modehandel.

### Erfolgsfaktor: Storytelling

Welche Rolle spielt die Einkaufsfläche der Zukunft? Was ist die Aufgabe der Mitarbeiter im Laden? Bei diesen Fragen fallen die Schlagworte digital und emotional. Der Kauftransaktionsprozess wird noch weiter digitalisiert, der Entscheidungsprozess beim Kunden erheblich emotionalisiert.

Aufgabe der Marke im Store Design ist die perfekte Inszenierung, vom Licht zur Ausstattung, vom Mannequin zur Aufhängung – der Fashionstore der Zukunft bietet ein konsistentes Markenerlebnis, verführt und inspiriert – und hinterlässt einen nachhaltigen Eindruck.





*Hangers for clever people*

„Atmosphäre, Aufenthaltsqualität und Attraktivität stehen im Zentrum fortschrittlicher Shop Fittings und Store Designs. Mit steigendem Qualitätsbewusstsein der Verbraucher erwarten diese auch von Architektur und Einrichtung immer mehr. Sie sollen harmonisch zusammenspielen, die Produkte inszenieren und so eine Geschichte erzählen, die die Kunden durch das Geschäft führt,“ so die Experten <https://blog.messe-duesseldorf.de/2017/03/08/emotional-interaktiv-trends-euroshop-2017/>

MAWA hat verstanden. Inmitten edler Schaufensterfiguren hat die Kleiderbügelmarke auf der Euroshop sein neues Hanger-Konzept präsentiert: **Storytelling**.

Das neue Sortiment erzählt Geschichten und inszeniert Markenlifestyle. Contour akzentuiert die Silhouette, ein Statement of Style. Curve feiert mit einem Farbspektrum von warmen dunklen bis hellen Pastellfarben das Leben – Celebrating Life. Urban Lifestyle wird von der Linie Shape verkörpert, authentisch und detailverliebt. Fineline, ein leichter Bügel in hellen Farben steht für Lightness of Being.

Das Markensortiment erzählt Geschichten, vermittelt Gefühle, versichert Kompetenz und sorgt für pointierte Inszenierungen. Die Messebesucher waren begeistert von dem tiefen Verständnis und der modernen Beratungsleistung des MAWA-Teams.



Wir freuen uns schon jetzt auf Ihren Besuch auf der nächsten Euroshop vom 16. bis 20. Februar 2020 in Düsseldorf.