

## Pressemitteilung

### **SHARED SPACES – Euroshop 2020**

Ansorg, Visplay und Vizona zeigen ihre Vision der Zukunft des Retail

**Ansorg, Visplay und Vizona präsentieren gemeinsam auf der EuroShop 2020 in Düsseldorf ihren holistischen Ansatz für eine Zukunft des Retail. Mit dem Konzept der Shared Spaces skizzieren die führenden Unternehmen der Retail-Branche, wie diese Vision Wirklichkeit werden kann.**

Die Welt im Wandel, mit ihr der Retail. Wer erfolgreich bleiben will, muss Erlebnisse schaffen. Das ist eindeutig inmitten der Umwälzungen der Einkaufswelt. Urbane Verdichtung und Digitalisierung stellen den klassischen Handel vor Herausforderungen, ebenso wie ethisches Umdenken – Nachhaltigkeit und die Sehnsucht nach sinnstiftendem Konsum. Die Sehnsucht nach Erlebnissen statt nur plumper Statussymbole. Echtheit ist es, die den Kunden überzeugen soll, die Besonderheit, das Spezielle.

Und zwar in allen Bereichen. Ob Fashion, Food, Beauty oder Mobility – der Handel muss Innovationen wagen, sich neu erfinden. Aber nicht etwa im Alleingang, viel mehr in der Symbiose. Shared Spaces zeigt genau diese Zusammenführung. Das Konzept zeigt, was passieren kann, wenn Themen gemeinsam neu besetzt werden und damit die Basis für etwas Neues, Einzigartiges gelegt wird.

Auf einer Fläche von knapp 1000 Quadratmetern findet der Besucher eine Architektur der Übergänge. Intuitiv wird er so durch die vier Branchen geleitet, die jeweils durch Shared Spaces miteinander verbunden sind. Es ist die Visualisierung der nötigen Befruchtung der vier Bereiche – um zu wachsen, zu verändern, zu inspirieren.

Angefangen im Category Space Fashion versteht man schnell: In Zeiten von E-Commerce müssen Fashion Stores viel mehr bieten als die reine Präsentation von Waren und deren Verkauf. Hier geht es vor allem um die explizite Nähe zum Kunden, um seine ganz eigene Bühne. Er bewegt sich durch eine intime Atmosphäre, die sich durch individualisierte Beratung sowie optimiertes Licht auszeichnet. So wird selbst der eigentlich leidliche Ort der Umkleidekabine zu einem besonderen. Mitten im Shoppingdschungel fungiert die Umkleide der Zukunft als Rückzugsort, an dem der Kunde Privatsphäre findet.

Wie Mode mit Essen zusammenkommt, wird einem anschaulich im Shared Space Fashion x Food präsentiert. Exemplarisch wird hier das aktuelle „Superfood“ durchkonjugiert. So sieht man den Pilz in seinem Ursprung, angebaut auf Pachtflächen, auf dem Teller, als veganes Leder und im Endprodukt als Shopping-Bag für den Einkauf vor Ort. Damit wird die Sehnsucht nach der alles durchdringenden, sehr modernen Lebensweise und Wertvorstellung befriedet: Nachhaltigkeit. Die eben auch bedeutet, naheliegende Fusionen kreativ zu durchdenken. Der Pilz als Symbol der Shared Products.

**Bitte senden Sie uns ein Belegexemplar. Vielen Dank!**  
**Ansprechpartner für weitergehende Informationen:**

**Ansorg GmbH**  
Kai-Achim Jach  
Pilgerstraße 11  
45473 Mülheim a. d. Ruhr  
T +49 177 267 7871  
[press@ansorg.com](mailto:press@ansorg.com)  
[www.ansorg.com](http://www.ansorg.com)

**Visplay GmbH**  
Yasmin García Rodríguez  
Charles-Eames-Str. 2  
79576 Weil a. Rhein  
T +49 7621 7024 070  
[yasmin.GarciaRodriguez@visplay.com](mailto:yasmin.GarciaRodriguez@visplay.com)  
[www.visplay.com](http://www.visplay.com)

**Vizona GmbH**  
Saskia Mutenhammer  
Charles-Eames-Str. 2  
79576 Weil a. Rhein  
T +49 7621 7023 787  
[saskia.mutenhammer@vizona.com](mailto:saskia.mutenhammer@vizona.com)  
[www.vizona.com](http://www.vizona.com)

## Pressemitteilung

Wo jenes Lebensmittel wächst und zubereitet wird? Im Category Space Food. Hier wird explizit der wachsende Wunsch nach lückenloser Nachverfolgung bis zum Erzeuger und nach Biodiversität mit einem kommunalen Co-Farming-Bereich erfüllt. Die hier gezeigte Wertschöpfungskette ist das Highlight. Von der Zucht der Pilze bis zum gekochten Pilzgericht. Mit Food-Experten in direktem Austausch fühlt sich der Gast rundum bedient. Der Besuch im Supermarkt wird zu einem Erlebnis, das inspiriert und neue Ideen für den Umgang mit Lebensmitteln bietet.

Nachhaltig denkt der Kunde auch im Bereich Beauty. Er will Transparenz und sich innerhalb der gemeinsamen Lebenswelt über ein gemeinsam erschaffenes, neues Erleben austauschen – nicht mehr nur stumpf konsumieren. Im Shared Space Food x Beauty wird das Lechzen nach Besinnung in schnelllebigen Zeiten durch einen Kräutergarten kreativ gestillt. Rosmarin, Lavendel, Eukalyptus – zum Würzen der Gerichte, als Tee, in Beauty-Ölen. Im Fokus: sympathische Bescheidenheit und wertvolle Erlebnisse, die einen Dialog über gemeinsame Werte fördern und Raum bieten, um einen Moment innezuhalten. Das Innere bedingt das Äußere, diese Philosophie wird von Marken zunehmend aufgegriffen. Auch das Beauty-Segment weiß das und nimmt Achtsamkeit und Lebensstil in seiner Philosophie auf. So findet der Besucher im Category Space Beauty einen „Detox-Raum“ zum Aufladen und Entspannen. Er ist als Skulptur konzipiert, deren Inneres mit gefilterter Lammwolle bezogen ist. Entschleunigende White-Noise-Klänge und ein Detox-Light helfen beim Abschalten.

Das Ganzheitliche zeigt sich auch im Shared Space Beauty x Mobility. Denn was wäre ein schön designtes Fahrzeug ohne Geruch? So lädt die Scent-Bar ein, von Gummi oder Ledersitzen inspirierte Düfte zu inhalieren. Sie spricht die Sinne an, wie es der E-Commerce nicht kann. Gerüche als Joker für den analogen Einkauf. Die nämlich beeinflussen das menschliche Hirn, lenken damit auch Entscheidungen.

In Zeiten, in denen das Auto kein Statussymbol mehr ist, muss die Branche radikal umdenken. Im Category Space Mobility werden persönliche Momente kreiert. So taucht der Kunde in die zentrale Skulptur einer abstrahierten Fahrerkabine ein, sieht an der Decke und den Seiten eine simulierte Außenwelt verschiedener Fahr-Szenarien vorbeiziehen. Sie entsprechen dem Gemütszustand des Gasts. Die Konfiguration des Autos erfolgt nicht etwa online, sondern wird ganz haptisch als abstrahierte Kunstinstallation gezeigt. Die Mischung aus individuellem Erleben und Knowledge hat Potential.

Im Shared Space Mobility x Fashion steht alles im Zeichen des perfekten Gastgebers. Was in Anbetracht der wenigen echten Interaktionen, aufgrund der vielen Online-Transaktionen, zunehmend an emotionaler Bedeutung gewinnt. Face-to-Face-Beratung und Ruhe sowie Sorgfalt im Kundengespräch sind hier unerlässlich – womit der Retail dem E-Commerce deutlich überlegen ist. Die Mood-Bar ist der physische und funktionale Ausgangspunkt. Mithilfe von Eyetracking wird zunächst der aktuelle Gemütszustand des Kunden bestimmt. Mit seinem personalisierten Token erhält er seinen Begrüßungsdrink und startet mit angepasster Lichtstimmung sein individuelles Shopping-Erlebnis im Bereich Fashion oder sein personalisiertes Fahrerlebnis im Mobility-Segment.

**Bitte senden Sie uns ein Belegexemplar. Vielen Dank!**  
**Ansprechpartner für weitergehende Informationen:**

**Ansorg GmbH**  
Kai-Achim Jach  
Pilgerstraße 11  
45473 Mülheim a. d. Ruhr  
T +49 177 267 7871  
[press@ansorg.com](mailto:press@ansorg.com)  
[www.ansorg.com](http://www.ansorg.com)

**Visplay GmbH**  
Yasmin García Rodríguez  
Charles-Eames-Str. 2  
79576 Weil a. Rhein  
T +49 7621 7024 070  
[yasmin.GarciaRodriguez@visplay.com](mailto:yasmin.GarciaRodriguez@visplay.com)  
[www.visplay.com](http://www.visplay.com)

**Vizona GmbH**  
Saskia Mutenhammer  
Charles-Eames-Str. 2  
79576 Weil a. Rhein  
T +49 7621 7023 787  
[saskia.mutenhammer@vizona.com](mailto:saskia.mutenhammer@vizona.com)  
[www.vizona.com](http://www.vizona.com)

# Pressemitteilung

Auf der EuroShop 2020 wird gezeigt, was entsteht, wenn aus Verunsicherung Mut wird. Wenn er antreibt, um mit dem visionären Konzept der Shared Spaces Räume ganz neu zu bespielen. Es wird deutlich, wie holistisches Denken zu symbiotischen Momenten führt und damit kreative Antworten für den Retail kreiert.

**Bitte senden Sie uns ein Belegexemplar. Vielen Dank!**  
**Ansprechpartner für weitergehende Informationen:**

**Ansorg GmbH**  
Kai-Achim Jach  
Pilgerstraße 11  
45473 Mülheim a. d. Ruhr  
T +49 177 267 7871  
[press@ansorg.com](mailto:press@ansorg.com)  
[www.ansorg.com](http://www.ansorg.com)

**Visplay GmbH**  
Yasmin García Rodríguez  
Charles-Eames-Str. 2  
79576 Weil a. Rhein  
T +49 7621 7024 070  
[yasmin.GarciaRodriguez@visplay.com](mailto:yasmin.GarciaRodriguez@visplay.com)  
[www.visplay.com](http://www.visplay.com)

**Vizona GmbH**  
Saskia Muttonhammer  
Charles-Eames-Str. 2  
79576 Weil a. Rhein  
T +49 7621 7023 787  
[saskia.muttonhammer@vizona.com](mailto:saskia.muttonhammer@vizona.com)  
[www.vizona.com](http://www.vizona.com)