



Berlin, 16. 01. 2019

Panorama Berlin Herbst/Winter 2019
15. bis 17. Januar 2019, Berlin ExpoCenter City

PANORAMA BERLIN Besucherzuwachs von 20%

Besucherrekord auf der Panorama Berlin AW 19/20

Die Panorama Berlin startete am ersten Messtag mit einer außergewöhnlich hohen Besucherfrequenz. Im Vergleich zur Saison im Vorjahr Januar 2018 konnte schon nach wenigen Stunden ein Besucherrekord erreicht und ein Zuwachs von 20 Prozent verzeichnet werden.

Bereits kurz nach der Messeeröffnung drängten sich Massen an Besuchern in der neuen Welcome Area im imposanten Bubble Tent auf dem Vorplatz der Messe, wo neben der Check-in Area, die Messegäste bereits mit Live Musik & Food und dem Panorama Store mit kuratierten Gadgets, Accessoires und einem Book-Store eingestimmt wurden. Gefüllte Messehallen dann über den ganzen Tag verteilt. „Wir sind überwältigt vom Erfolg der Messe. Als Innovationstreiber haben wir verstärkt Brands mit einer starken Message in den Fokus gerückt und über hochkarätige Vorträge und Events einen Wissenstransfer und Inspirationen angeboten, die dem Handel Lösungen für die Zukunft bieten. Die Botschaft ist im Handel angekommen, das sehen wir an der hervorragenden Besucherresonanz“, zeigt sich Jörg Wichmann begeistert.

Die positive Resonanz namhafter Kunden spiegeln die besonders positive Grundstimmung der Panorama Expedition wider:

Frau Iff, Modehaus Iff: „Mich spricht besonders die Präsentation der Schuhe und Accessoires an, die im Mix zusammen mit Mode mit viel mehr Inspiration gibt. So wie es im Laden sein kann.

Luer Holler, Head of Sales, Clarks: Wir sind das erste Mal auf der Panorama. Wir hatten eine Menge Meetings mit bestehenden und neuen Kunden, es war ein ziemlich erfolgreicher Auftakt

Kim Kristensen, DK Company: Wir sind super zufrieden und der zweite Tag war noch besser für uns. Wir haben eine sehr gute Kundenfrequenz verzeichnet



Herr Keller, Modehaus Keller Warth, Biberach: tolle Frequenz hier und eine sehr gute Stimmung!

Joachim Klüner, Hagemeyer, Minden: Super Überblick, gut geordnete Hallen. Das tolle Rahmenprogramm haben wir genutzt und die interessanten Vorträge haben uns auch weitergebracht.

Bela Brinkmann, Betty Barclay: Die Panorama Berlin zeigt eine interessante Kombination von Bestandsmarken und Newcomer. Wir haben eine sehr gute Frequenz mit sehr interessierten Händler verzeichnet.

Tommy Schmidt, Country Manager Jack & Jones: Die allgemeine Stimmung ist gut, auch wenn natürlich drückende Themen wie online versus offline zu spüren sind. Der Informationsbedarf der Händler ist somit groß. Wir sind sehr zufrieden mit der Kundenfrequenz und die wichtigen Key Accounts waren alle da.

Henning Bennewitz, One More Story: wir haben bisher einen sehr intensiven Austausch mit den Händlern gehabt. Der Informationsbedarf ist spürbar groß, die professionellen Händler haben das Angebot in der Retail Solutions Halle sowie die Vorträge wahrgenommen. Das war Thema. Der Eingangsbereich hat durch die Neugestaltung mehr Flair bekommen und ich finde es schön, dass man mit Accessoires, Gadgets und anderen Dingen schon mal eingestimmt wird.

Unter dem Motto PANORAMA EXPEDITION inspirierten und informierten allein am ersten Messetag zwölf hochkarätige Speaker und sorgten mit ihren Vorträgen für Überfüllung auf den LECTURE und RETAIL SOLUTION LAB Stages in Halle 5. Im Fokus standen die großen Themen Digitalisierung und die Emotionalisierung des POS zum POX. „Erfolg ist eine Folgeerscheinung. Nur wer den Menschen und sich selbst versteht, kann dauerhaft erfolgreich sein“, war Bert Martin Ohnemüller, High Performance Business Coach von der Neuromerchandising group, Frankfurt, überzeugt. Wie Fashion und Retail fürs digitale Zeitalter fit gemacht werden, erläuterte Dr. Andreas Brill, Gründer und Mitinhaber von business4business, Duisburg. „Modehäuser stehen vor enormen Herausforderungen im Bereich der Digitalisierung, die alleine kaum zu lösen sind“, erklärten Holger Wellner und Ole Grave und erläuterten wie das modehaus.de Partnernetzwerk wesentliche Einkaufsvorteile bieten kann.

Als Mode- und Lifestyle-Anbieter muss man sich permanent neu erfinden – Roman Pollozek, Geschäftsführer von Pollozek Mode & Lifestyle, Pfarrkirchen gab Beispiele, welchen Weg sein Unternehmen einschlägt. Das Modehaus Marc Ramelow gehört zu den digitalen Visionären der Branche. Head of Marketing & Digital Operation, Clara Becker zeigte auf, mit welchen innovativen digitalen Projekten der Fashion-Spezialist arbeitet. Auch die Podiumsdiskussion zum Thema „Produkt/Emotion“ sorgte für eine



bestens gefüllte Halle, in der kaum ein Platz unbesetzt blieb. Wie man mit den beliebtesten Zahlungsarten zu mehr Umsatz kommt, erläuterte Miriam Wohlfahrt, Gründerin & Managing Director RatePay, Berlin.

www.panorama-berlin.com

Weitere Informationen:

Panorama Berlin:

public images GmbH, Thorsten Markwardt und Petra Kraft
thorsten@public-images.de, Mobil: +49.172.294 9846
Petra Kraft, petra@public-images.de, Mobil: +49.172.210 4145

Xoom

MUVEO GmbH, Jan Eggers, Marketing & Kommunikation
Fon: +49 69 630092-68, Fax: +49 69 630092-29, E-Mail: eggers@muveo.de