

## EuroShop in Düsseldorf: Das Prime Time Event der globalen Handelsbranche vom 26. Februar bis 02. März 2023

***Hot Topics, die den Handel jetzt und in Zukunft bewegen +++ Acht faszinierende Retail-Dimensionen mit innovativen Lösungen und kreativen Trends für erfolgreiches Business +++ jede Menge Specials und praxisnahe Stages +++ renommierte Awards***

Die Vorzeichen für die EuroShop 2023, The World's No.1 Retail Trade Fair, stehen gut, denn gerade jetzt nach zwei Jahren harter Restriktionen durch die Pandemie, von denen die weltweite Handelsbranche schwer getroffen wurde, erweist sich die EuroShop in Düsseldorf, vom 26. Februar bis 02. März 2023, als wichtiger denn je. Denn die Covid-Krise ist auch zum Beschleuniger für die Digitalisierung und reibungslose Vernetzung aller Retail-Kanäle im Handel geworden, treibt den Bedarf an neuen Lösungen zur Energieeinsparung und Nachhaltigkeit voran. Darüber hinaus setzt sie eine ungeahnte Kreativität frei, die vor allem dazu dient, der Kundschaft das Einkaufen so bequem wie möglich zu machen, auf veränderte Gewohnheiten zu reagieren, neuen Bedürfnissen zu entsprechen und mit erlebnisorientierten, ganzheitlichen Konzepten die Kundenbindung zu optimieren.

Die EuroShop und ihre 1.830 Aussteller aus 55 Nationen greifen nicht nur die weltweiten Entwicklungen auf, sondern bilden auf mehr als 103.000 m<sup>2</sup> netto Ausstellungsfläche in 16 Messehallen auch das gesamte Spektrum an aktuellen Trends und zukunftsweisenden Lösungen ab. Dabei fokussiert sie momentan besonders wichtige Themen, die verschiedenste Bereiche des Handels betreffen.

**Die Hot Topics der EuroShop 2023 lauten:** Connected Retail, Sustainability, Smart Store, Energy Management, Third Places, Customer Centricity, Experience und Vitale Innenstädte.

Die Struktur der EuroShop 2023 wurde den Bedürfnissen der Branche entsprechend weiterentwickelt. Sie umfasst acht klar definierte Erlebnisdimensionen. Die Vorteile dieser Gliederung liegen auf der Hand: eine noch stärker besucherorientierte Angebotsstruktur,



**EuroShop**  
THE  
WORLD'S NO. 1  
RETAIL TRADE  
FAIR 26 FEB –  
2 MARCH 2023  
[www.euroshop.de](http://www.euroshop.de)

**m**  
Messe  
Düsseldorf

Messe Düsseldorf GmbH  
Postfach 10 10 06  
40001 Düsseldorf  
Messeplatz  
40474 Düsseldorf  
Deutschland

Telefon +49 211 4560 01  
Telefax +49 211 4560 668  
Internet [www.messe-duesseldorf.de](http://www.messe-duesseldorf.de)  
E-Mail [info@messe-duesseldorf.de](mailto:info@messe-duesseldorf.de)


Geschäftsführung:  
Wolfram N. Diener (Vorsitzender)  
Bernhard J. Stempfle  
Erhard Wienkamp  
Vorsitzender des Aufsichtsrats:  
Dr. Stephan Keller

Amtsgericht Düsseldorf HRB 63  
USt-IdNr. DE 119 360 948  
St.Nr. 105/5830/0663

Mitgliedschaften der  
Messe Düsseldorf:

 The global  
Association of the  
Exhibition Industry

 Ausstellungs- und  
Messe-Ausschuss der  
Deutschen Wirtschaft

 FKM – Gesellschaft zur  
Freiwilligen Kontrolle von  
Messe- und Ausstellungszahlen

Öffentliche Verkehrsmittel:  
U78, U79: Messe Ost/Stockumer Kirchstr.  
Bus 722: Messe-Center Verwaltung

Synergien verschiedener Dimensionen, die ohnehin stark ineinandergreifen und mehr Hallenfläche für stark wachsende Bereiche wie Retail Technology oder Refrigeration.

### **Die acht Dimensionen der EuroShop im Einzelnen:**

Die **Dimension Shop Fitting, Store Design & Visual Merchandising** ist das Herzstück der EuroShop und ihr größter Angebotsbereich. Die besten Architekten, Designer, Planer und Hersteller sind mit einzigartig gestalteten und bis ins kleinste Detail durchdachten Präsentationen vertreten und geben Antworten auf aktuelle Fragen der Retailer, wie z.B.: Was muss ein Shop oder Store heute sein? Ein Erlebnisort und eine Feel-good-Location? Third Place oder Pop-Up-Marktplatz? Wie muss er aussehen, wie sich anfühlen? Die EuroShop gibt hier ebenso kreative wie pragmatische Antworten. So können sich die Besucher und Besucherinnen in dieser Dimension von Temporary Design oder modularen Konzepten inspirieren lassen, aber auch handfeste Lösungen zur Nachhaltigkeit finden. In den Formen und Funktionen steht oftmals die Natur Pate, gleichzeitig sind auch hier digitale Elemente nicht mehr weg zu denken.

Wenn es um Erlebnis und Inszenierung, Faszination und Atmosphäre geht, dann führen alle Wege zum Licht. Seine vielfältigen technischen Einsatzmöglichkeiten, von Smart Lighting bis IoT, verbunden mit ökologischen Aspekten wie Nachhaltigkeit und Effizienz – darum dreht sich die **Dimension Lighting** auf der EuroShop 2023. Sie präsentiert die komplette Bandbreite moderner Illumination und Shopbeleuchtung: vom Eingangsbereich über die Warenpräsentation bis zur Kassenzone. LED-Technologien sorgen z. B. für völlig neue Möglichkeiten, Produkte emotional in Szene zu setzen. Immer im Fokus: nachhaltige Energielösungen und intelligentem Lichtmanagement.

Funktional und schön – diese beiden Merkmale schließen sich keinesfalls aus. Das beweisen die Ausstellenden in der neuen **Dimension Materials & Surfaces**. Ob Böden, Wände, Decken oder Möbel – höchste Qualität ist wichtig für langanhaltende Stabilität und optimale Funktionalität. Und in Puncto Nachhaltigkeit ist bei der Auswahl des richtigen Materials mittlerweile Vieles möglich. In Verkaufs- und Arbeitsräumen sind außerdem hervorragende optische wie akustische



**EuroShop**

THE

WORLD'S NO. 1

RETAIL TRADE

FAIR 26 FEB –

2 MARCH 2023

[www.euroshop.de](http://www.euroshop.de)



Messe  
Düsseldorf

Eigenschaften von Materialien essenziell. Die richtige Wahl von Belägen, Verkleidungen oder Beschlägen kann den entscheidenden Unterschied machen, ob der Store die Wirkung erzielt, die er erreichen soll.

Seamless Store, Analytics, AI, Mobile Payment, Connected Retail lauten nur einige der dominierenden Themen in der **Dimension Retail Technology**. Was sich liest wie eine Digital-Buzzword-Liste sind die aktuellen und zukünftigen Herausforderungen in Sachen Customer Relationship. Die Beziehungen zwischen Kaufenden und Verkäufern und Verkäuferinnen, Kundschaft und Marke revolutionieren sich umfassend durch die Digitalisierung von Kommunikation und Interaktion via Omnichannel und Big Data. Die Folge? Einkaufen wird zum interaktiven High-Tech-Erlebnis. Doch auch die „klassische Retail Technology“ entwickelt sich rasant weiter. Die Aussteller und Ausstellerinnen in der Dimension Retail Technology gestalten Perspektiven und Zukunftsfelder des Handels durch die treibende Kraft intelligenter Technologie mit.

Customer Engagement & Experience, Markenerlebnis im stationären und digitalen Store, Personalisierung via Mobile, künstliche Intelligenz, Digital Signage – in der **Dimension Retail Marketing** erwartet das internationale Fachpublikum das große Spektrum an Möglichkeiten, der immer digitaler, immer intensiver werdenden Interaktion mit dem Kunden. Entscheidend ist, dass es dem Handel gelingt, den Blick des Kunden zu gewinnen. Die Dimension Retail-Marketing zeigt auf der EuroShop die attraktivsten und faszinierendsten Installationen für den Point of Purchase.

Die **Dimension Expo & Event Marketing** auf der EuroShop ist die Top-Location für Live-Kommunikation. Diese muss intensiv, einzigartig, und authentisch sein, um zu begeistern. Dazu gehören auch ganzheitlich gestaltete Markenerlebnisse. Messen und Events sind unterwegs ins Zeitalter von Digitalisierung und Festivalisierung, die Aufbruchstimmung ist deutlich zu spüren und wird auf der EuroShop 1:1 mit zukunftsweisen Ideen und Inszenierungen widergespiegelt, crossmediale Vernetzung inklusive.



**EuroShop**

THE  
WORLD'S NO. 1  
RETAIL TRADE  
FAIR 26 FEB –  
2 MARCH 2023

[www.euroshop.de](http://www.euroshop.de)



Messe  
Düsseldorf



Die **Dimension Food Service Equipment** präsentiert Cooking & Baking, Convenience Systems, Food Technology und To-Go Solutions auf der EuroShop 2023. Gastronomie ist der Megatrend im Handel. Der Out-of-Home-Markt wächst rasant – und überall. In den USA wird z.B. bereits mehr als jeder zweite Dollar für Essen und Trinken „außer Haus“ ausgegeben. So wird auch im Handel die Kundschaft zum Gast – im Shopping-Center, im Supermarkt, in der Tankstelle. Es geht um neue Einkaufserlebnisse, um nachhaltige Kundenbindung. Die Rezepte dazu sind vielfältig: Sie reichen von speziellen Convenience- und To-Go-Konzepten über attraktive Themen-Restaurants bis hin zu ganzen Food-Welten.

Wirtschaftlichkeit, Nachhaltigkeit und Effizienz besitzen auch im Handel oberste Priorität. Gerade hier nehmen Preis- und Wettbewerbsdruck zu und umso wichtiger ist es in die richtigen Zukunftstechnologien zu investieren. Die **Dimension Refrigeration & Energy Management** zeigt die bestmögliche Ausstattung für den Store, von Kühlmöbel, Kältesysteme und Anlagen für Indoor Farming über Klimatechnik, Wärmerückgewinnung und Gebäudemanagement bis hin zum Ausbau der Elektromobilität.

### **Das Rahmenprogramm der EuroShop 2023**

Zum USP der EuroShop gehört neben dem umfangreichen Angebotspektrum der ausstellenden Unternehmen aus aller Welt die Qualität und Bandbreite ihres einzigartigen Rahmenprogramms.

### **Sieben Stages**

Herzstück sind die insgesamt sieben Stages der EuroShop. Dies sind hochkarätig besetzte Vortrags- und Diskussionsforen zu neuesten Entwicklungen, innovativen Trends und Best Practice Beispielen mitten im Messegeschehen und für alle EuroShop-Besucher kostenfrei ohne Voranmeldung zu nutzen (simultan D-GB/GB-D oder nur englisch). Alle Stages auf einen Blick: Store Design Stage, Retail Designers´ Stage, Retail Technology Stage, Connected Retail Stage, Start-up Stage, Retail Marketing Stage und Expo & Event Stage.

### **Die Special Areas der EuroShop – ein Feuerwerk der Ideen**

**EuroShop**  
THE  
WORLD'S NO. 1  
RETAIL TRADE  
FAIR 26 FEB –  
2 MARCH 2023  
[www.euroshop.de](http://www.euroshop.de)



Die Special Areas der EuroShop umfassen verschiedene Sonderflächen, die Freiräume für Spezialisten, Start-ups, für die „Generations X, Y & Z“, für Ideen, Visionen und innovative Produkte bieten. Bewährte Special Areas der EuroShop sind das Designers´ Village, Start-up hub, POPAI Shop Global Village und IFES Global Village sowie die Italian Lighting Lounge.

Darüber hinaus gibt es in 2023 drei **Special-Premieren**:

Das „Future Urban Lab“ zeigt und entwickelt gemeinsam mit den Besucherinnen und Besuchern neue Attraktivitätsfaktoren und Besuchsanlässe für die Städte von Morgen. Ein interaktives Format mit einem hohen Erlebnisfaktor, das Impulse und Inspirationen für die gesamte Branche setzt.

Der „Room4Senses“ konzentriert sich auf die sinnliche Wahrnehmung. Denn äußere und innere Reize beeinflussen unsere Wahrnehmung und lösen unterschiedlichste Gefühle aus. Unsere Sinne lassen sich auch täuschen oder sich verführen, gerade im Visual Merchandising. Studierende der Fachschule für Werbegestaltung Stuttgart reduzieren die Sensorik des Messepublikums im Specials Room4Senses auf vier Sinne. Dabei werden die sinnlichen Erfahrungen und deren potenzieller Einsatz z.B. im Verkaufsraum analysiert.

Im „Retail Ball Game“ der Hochschule Düsseldorf (HSD) wird durchgeatmet, reflektiert, orientiert und weitergespielt. Die offene Kommunikationsplattform thematisiert Herausforderungen und Lösungsansätze des Retail der kommenden Jahre und legt den Fokus auf eine bessere und offenere Vernetzung verschiedenster Disziplinen im urbanen Raum.

#### **And the winner is...Awards auf der EuroShop**

Die Awards der EuroShop spiegeln nicht nur den Stellenwert der EuroShop wider, sondern würdigen in erster Linie herausragende Leistungen der internationalen Retailszene und verwandter Bereiche.

Allen voran werden die renommierten EuroShop Retail Design Awards für herausragende Storekonzepte und Storedesign verliehen, ebenso wie die



**EuroShop**

**THE  
WORLD'S NO. 1  
RETAIL TRADE  
FAIR 26 FEB –  
2 MARCH 2023**

[www.euroshop.de](http://www.euroshop.de)



begehrten Retail Technology Awards Europe (reta) für herausragende IT-Lösungen im Handel und der Wissenschaftspreis des EHI für exzellente wissenschaftliche Arbeiten, die hochgradig relevant für die Handelsbranche sind. Darüber hinaus werden während der EuroShop 2023 die Shop! POPAI D-A-CH Awards, der IFES Development & Innovation Award und die Exhibitor Magazine EuroShop Awards verliehen.

Die EuroShop 2023 ist für Fachbesucherinnen und -besucher von Sonntag 26. Februar bis Donnerstag 02. März 2023, täglich von 10.00 bis 18.00 Uhr geöffnet. Messtickets gibt es nur online unter [www.euroshop.de/1130](http://www.euroshop.de/1130) ab November 2022. Die Tageskarte kostet 70,- Euro, die 2-Tageskarte 120,- Euro und die Dauerkarte 165,- Euro.

Weitere Informationen unter [www.euroshop.de](http://www.euroshop.de). Das Online-Magazin der EuroShop finden Sie hier: [mag.euroshop.de](http://mag.euroshop.de)

**Ihr Presse-Kontakt:**

Dr. Cornelia Jokisch, Senior Manager MarCom (Press & PR)  
Desislava Angelova, Manager MarCom  
Tel.: +49 (0)211/4560-998/-242  
Email: [JokischC@messe-duesseldorf.de](mailto:JokischC@messe-duesseldorf.de)  
[AngelovaD@messe-duesseldorf.de](mailto:AngelovaD@messe-duesseldorf.de)

Februar 2023



**EuroShop**

**THE  
WORLD'S NO. 1  
RETAIL TRADE  
FAIR 26 FEB –  
2 MARCH 2023**

[www.euroshop.de](http://www.euroshop.de)

