

## EuroShop 2023: Thema Nachhaltigkeit spielt in allen acht Dimensionen zentrale Rolle

***Ressourcenschonende Produkte und Dienstleistungen +++ Von Shopfitting bis Refrigeration +++ Unverzichtbar für die Wettbewerbsfähigkeit +++ Messe Düsseldorf geht mit gutem Beispiel voran***

Der Klimawandel als die Herausforderung der Gegenwart und jetzt auch noch die Energiekrise on top dazu: An den Themen Umwelt- und Ressourcenschutz führt kein Weg mehr vorbei. Auf der kommenden Messe EuroShop – The World's No. 1 Retail Trade Fair, vom 26. Februar bis 02. März in Düsseldorf, gilt das in besonderer Weise. Schon jetzt zeichnet sich ab, wie sehr die Aussteller sich mit der zukunftsweisenden Ausrichtung ihrer Produkte, Dienstleistungen und eigenen Betriebe befassen und das gilt für alle acht Dimensionen. Hier ein paar exemplarische Beispiele:

### **Shopfitting, Store Design & Visual Merchandising**

Ob Lampenschirme aus Kaffeesatz, Kassentresen aus abgetragenen geschredderten Jeans oder vollständig biologisch abbaubare Display Mannequins: Nachhaltige Store-Einrichtung entfaltet längst echten Erlebnischarakter und bietet dem Handel viel Stoff für Storytelling. „Es wird zum existenziellen Maßstab werden, im gesamten Geschäftsumfeld auf Nachhaltigkeit zu achten“, ist man bei ppm Planung + Projektmanagement überzeugt. Reduzieren, wiederverwenden, recyceln heißt daher die Prioritätenliste der Dormagener und zwar in genau dieser Reihenfolge. „Wir achten schon bei der Planung darauf, so wenig Material wie möglich zu verwenden und den späteren Wiedereinsatz der Materialien beziehungsweise Möbel sicherzustellen. Wenn es das Store-Konzept unserer Kunden vorsieht, frischen wir das, was brauchbar ist, wieder auf. Wird der Store zurückgebaut, versuchen wir, Möbel und Materialien wieder bei anderen Projekten einzusetzen oder zumindest sortenrein zu recyceln“, erläutert CEO Frank Bittel. ppm hat zudem ein Tool entwickelt, mit dem schon in der Konzeptionierung die Ökobilanz der Einrichtung ermittelt werden kann. „Das gibt uns die Chance, sehr früh gemeinsam mit unseren Kunden Materialentscheidungen zu treffen und Ressourcenverschwendung zu vermeiden.“

Bei umdasch The Store Makers wird sich der „grüne Faden“ ebenfalls durch den gesamten EuroShop-Auftritt ziehen. Das österreichische



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



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

Unternehmen, das in Duisburg einen „Innovationshub“ betreibt und dort u.a. einen Fokus auf ökologische Store-Materialien setzt, wird „ein breites Spektrum an Gestaltungsmöglichkeiten für eine innovative, nachhaltige Customer Journey“ präsentieren, so Marketing Director Petra Böttinger-Barth. Zur letzten EuroShop wartete umdasch u.a. mit dem „Liquid Dispenser“ auf, einer Nachfüllstation für Flüssigkeiten wie Waschmittel oder Haarshampoo, die beim Carbon Footprint konventionelle Einwegflaschen aus dem Regal in kürzester Zeit unterbietet und seitdem vielfach Einzug im Handel gehalten hat. Jetzt werden erneut ressourcenschonende Produktinnovationen angekündigt. Aber auch konkrete Use Cases will der Shopfitting-Spezialist vorstellen.

Der Deutsche Ladenbau Verband dlV, ebenfalls auf der EuroShop 2023 präsent, arbeitet gerade daran, die diversen Bereiche, in denen die Mitgliedsfirmen nachhaltig arbeiten oder Standards eingeführt haben, zu erheben. Auf die Auswertung darf man zur Messe im Februar gespannt sein.

### **Materials & Surfaces**

Der Nachhaltigkeits-Stellenwert der Materialien und Oberflächen klang bereits an. Panespol, spanischer Hersteller von dekorativen Paneelen, orientiert sich an den 17 Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen zum Schutz des Planeten. Der zunehmende Einsatz vollständig biologisch abbaubarer beziehungsweise recycelter Rohstoffe gehört ebenso zum Maßnahmenkatalog wie der Fokus auf regionale Lieferanten, meldet Sonia Bernabeu, International Key Account Manager bei Panespol.

### **Lighting**

Die Beleuchtung hat bekanntlich einen hohen Anteil an den Stromkosten des Handels. Moderne LED-Lichtquellen und eine effiziente Steuerung tragen wesentlich zur Senkung des Energieverbrauchs bei. Die schwedische ITAB Group (Deutschland-Sitz: Köln) kündigt an, auf der EuroShop u.a. dynamische Beleuchtungslösungen zu präsentieren, mit denen sich die Energiekosten um bis zu 50 Prozent senken und gleichzeitig das Kundenerlebnis verbessern lassen. „Wir konnten den Wirkungsgrad verdoppeln, was letztlich auch für kürzere Amortisationszeiten sorgt“, verdeutlicht Chris Bright, Vice President Solution Design. Als weiterer Mehrwert wird den Einzelhändlern eine CO<sub>2</sub>-Schätzung für die Berechnung des eigenen CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks mitgeliefert.



**EuroShop**

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

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





## Retail Technology

Wie die Nachhaltigkeit, gehört die Digitalisierung zu den Mega-Trends unserer Zeit. Wenn Digitalisierung zum Ressourcensparen eingesetzt wird, „befruchten“ sich die Themen gegenseitig. Doch mitunter verbrauchen die digitalen Tools selbst enorme Ressourcen. Immer mehr Anbieter erkennen dieses Spannungsfeld und reagieren mit wirkungsvollen Lösungen. Die digitale Preisauszeichnung beispielsweise gewinnt aktuell über alle Handelsbranchen hinweg an Relevanz. Das Schweizer Unternehmen Instore Solutions hat mit dem „Green Tag“ batterielose digitale Preisschilder entwickelt, die im Mittelpunkt des EuroShop-Auftritts stehen werden. Die Green Tags holen sich die benötigte Energie aus der Umgebung, konkret aus der LED-Beleuchtung. Sie betreiben über Solarmodule „energy harvesting“. Damit werden Batterien und jede Menge späterer Schwermetall-Sondermüll eingespart, ebenso der enorme Arbeitsaufwand für den regelmäßigen Batterietausch.

## Retail Marketing

Dass sich Verkaufsförderung und Nachhaltigkeit nicht ausschließen, beweist Oechsle Display Systeme. Das Unternehmen aus Leipheim hat den Wareneinsatz in den letzten Monaten konsequent um Rohstoffe erweitert, die aus Abfällen oder Altprodukten selbst aufbereitet werden – ein Schritt Richtung Kreislaufwirtschaft. „Ein weiterer Meilenstein ist der Einsatz faserbasierender Werkstoffe, zum Beispiel Holzwerkstoffe, als Alternative zu Kunststoff“, berichtet Geschäftsführer Bernd Neumaier und fügt hinzu: „Oechsle ist darüber hinaus derzeit der einzige Anbieter, der Fachteiler aus Zellstoff oder Recyclingfasern anbietet. Diese Produkte sind auch bedruckbar und können hochwertig veredelt werden. Im Rahmen der EuroShop werden diese Lösungen erstmals einem breiten Publikum vorgestellt.“

Mit einem ganz anderen Nachhaltigkeits-Ansatz, der zeigt, wie breit das Spektrum ist, wartet die Online Software AG aus Heidelberg auf. Ihre Livestreaming-Lösung „tierwohl.tv“ unterstützt den Lebensmittelhandel bei einer glaubwürdig transparenten Kommunikation. „Basierend auf unserer Software ‚PRESTIGEenterprise‘ gibt der Händler seinen Kunden über POS-Bildschirme an Regal und Theke Einblicke in den Stall oder Auslauf der Nutztiere, deren Produkte – ob Milch, Eier oder Fleisch – er verkauft. Mehr Transparenz zu den Haltungsbedingungen geht nicht. tierwohl.tv animiert

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

  
Messe  
Düsseldorf

Verbraucher, einen fairen Preis für augenscheinlich artgerecht erzeugte Produkte zu bezahlen“, erläutert Jürgen Berens von Rautenfeld, Vorstand der Online Software AG.

### **Expo & Event Marketing**

„We make ideas happen“, lautet der Slogan des Unternehmens thamm aus Bonn. Es ist als Dienstleister auf großformatigen Digitaldruck spezialisiert. „Unsere Aluminium-Profile bestehen zu 30 Prozent aus recyceltem Aluminium und können wiederverwendet oder vollständig recycelt werden“, berichtet Geschäftsleiter Floris van Boxel über das Nachhaltigkeits-Engagement. „Bei den bedruckbaren Materialien steht unsere ‚GREEN GRAFX‘-Reihe zur Wahl. Zu diesen besonders nachhaltigen Materialien zählen solche aus gesammeltem Meeresplastik oder 100 Prozent recycelten PET-Flaschen. Auch bei den Plattenmaterialien finden sich mittlerweile viele nachhaltige Alternativen: Recyceltes Acrylglas oder Wabenplatten aus 100 Prozent Pappe werden sicher einen Platz auf unserem EuroShop-Messestand finden“, kündigt Floris van Boxel an.

An FOTOBODEN™, dem Produkt der visuals united AG, kam auf der letzten EuroShop keiner – oder vielmehr jeder – vorbei. Auf 2.860 qm Gesamtfläche waren die individuell und fotorealistisch bedruckbaren Vinylböden verlegt – auf den eigenen und zahlreichen weiteren Messeständen. Am Ende der Veranstaltung wurden die Böden gesammelt, zunächst dem Recycling und dann der Produktion von neuem Fotoboden zugeführt. So soll es auch dieses Mal sein. „Ganz nach unserem nächsten EuroShop-Motto ‚Wir machen die Welt besonders‘ bieten wir jedem Kunden an, das Material zurückzusenden, sodass wir das Recycling übernehmen“, sagt General Manager Mischa-Ron Ferenschild-Baetzel. Ebenfalls spannend: „Wir arbeiten an einem neuen Produkt zu Gunsten der Nachhaltigkeit, welches wir hoffentlich auf der EuroShop vorstellen können.“

Darüber hinaus wird es in der Dimension Expo + Event einen Gemeinschaftsstand geben, der die Customer Journey rund um einen nachhaltigen Messeauftritt thematisiert.

### **Food Service Equipment**

Handelsgastronomie spielt eine immer wichtigere Rolle im Retail, der damit seine Aufenthalts- und Verweilqualität steigert. Dem trägt die EuroShop seit



**EuroShop**

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

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



Messe  
Düsseldorf



**EuroShop**

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

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

2020 mit der Dimension „Food Service Equipment“ Rechnung – und auch das nachhaltig. Beispiel Rational AG: Das Unternehmen aus Landsberg am Lech wird die beiden neuen Kochsysteme „iCombi Pro“, einen Combi-Dämpfer, und „iVario“ (arbeitet mit Kontakthitze) vorstellen. „Beide sparen nachweisbar Ressourcen und erhöhen zugleich die Produktivität in der Küche“, verspricht Dr. Maximilian Schwaller, Segment Director Retail. Der iCombi Pro punktet zugleich mit phosphor- sowie phosphatfreiem Reiniger, mit dem im Vergleich zum Vorgängermodell bis zu 50 Prozent weniger Reinigermenge benötigt wird. Dr. Maximilian Schwaller, dem ein ganzheitlicher Ansatz wichtig ist, betont: „Wir unterstützen unsere Kunden zudem bei der Entwicklung nachhaltiger Food-Konzepte.“

### **Refrigeration & Energy Management**

Ressourcenschonung, Klimaschutz und Kostensenkungen stehen bei Anbietern des Segments Energy Management von Haus aus auf dem Programm. Viel Potenzial steckt im Bereich Refrigeration. Hier geht es künftig darum, klimakonform zu kühlen. Rivacold CI, der italienische Hersteller von kältetechnischen Produkten und Systemen mit Deutschland-Sitz in Fellbach, wird die neuesten Entwicklungen an zukunftssicheren und natürlichen Kältemitteln vorstellen: R290 (Propan) und R744 (CO<sub>2</sub>). Das Ziel: das Treibhauspotenzial so weit wie möglich zu begrenzen. Dazu tragen auch Low-GWP Kältemittel für eine Übergangszeit bei, um den Herausforderungen der sog. F-Gase-Verordnung und den Anforderungen eines sich schnell wandelnden Marktes gerecht zu werden. Dafür wird es Exponate mit Kältemitteln der Sicherheitsgruppe A2L zu sehen geben. „Die EuroShop 2020 war knapp vor Pandemiebeginn die letzte Präsenzmesse für Hersteller und Anwender von Kälte- und Klimatechnik. Wie die meisten Aussteller haben wir seither die Möglichkeiten einer Präsenzmesse schmerzlich vermisst und erwarten eine hohe Motivation und großes Interesse seitens der Fachbesucher“, signalisiert Lorenzo Milano, Prokurist und Produktmanager bei Rivacold CI, große Vorfreude.



### **Award-winning sustainability**

Der renommierte EuroShop Retail Design Award, der seit 2008 vergeben wird, präsentiert sich auf der EuroShop 2023 in neuem Gewand, denn er wird nun in fünf verschiedenen Kategorien vergeben, darunter auch Nachhaltigkeit. [www.euroshop-award.com](http://www.euroshop-award.com)

## Die passenden Rahmenbedingungen

Der Veranstalter, die Messe Düsseldorf, sorgt für die passenden Rahmenbedingungen. Schon seit über einem Jahrzehnt hat das Unternehmen die Förderung von Umwelt- und Klimaschutz in seinem Corporate Governance Kodex festgeschrieben – und es keineswegs bei diesem Lippenbekenntnis belassen. Ob die drei Photovoltaik-Anlagen, mit denen jährlich 550.000 Kilowattstunden Strom erzeugt werden (etwa der Bedarf von 138 Haushalten), das Blockheizkraftwerk, der automatisierte Kälteverbundvertrieb oder die bedarfsgerechte Ein- und Ausschaltung der Lüftungsanlagen, Heizungen und Beleuchtungssysteme – es wurde kräftig investiert. Ergebnis: Trotz wachsender Ausstellungsfläche ist es gelungen, gegenüber dem Referenzjahr 2011 jährlich zwischen 4.200 und 5.000 Tonnen CO<sub>2</sub> einzusparen. Das entspricht ungefähr dem Pro-Kopf-Verbrauch von 500 Personen pro Jahr. Der Heizenergiebedarf konnte um 30 Prozent, der Stromverbrauch um 20 Prozent gesenkt werden. Und es soll weitergehen: Im Oktober 2021 hat sich die bereits vielfältig engagierte Messegesellschaft zusätzlich der „Net Zero Carbon Events Initiative“ der weltweiten Veranstaltungsbranche angeschlossen und sich damit das Ziel gesetzt, ihre Emissionen bis 2030 zu halbieren und bis 2050 Netto-Null-Emissionen zu erreichen. Die Botschaft: Die Messe Düsseldorf bietet mit ihren modernen Geländeinfrastrukturen die perfekte Umgebung für rundherum nachhaltige sowie auf Innovation ausgelegte Veranstaltungen. Die EuroShop wiederum wird einen Meilenstein in dieser Richtung setzen.

Die EuroShop 2023 ist für Fachbesucher von Sonntag 26. Februar bis Donnerstag 02. März 2023, täglich von 10.00 bis 18.00 Uhr geöffnet. Tickets sind ausschließlich online erhältlich. Die Tageskarte kostet 70 €, die 2-Tageskarte 120,- € und die Dauerkarte 165 €. Schüler und Studenten zahlen 20 Euro für die Tageskarte.

Weitere Informationen unter: [www.euroshop.de](http://www.euroshop.de)

Besuchen Sie auch das Online-Magazin der EuroShop, das an 365 Tagen im Jahr News, Interviews, Berichte, Fachartikeln Studien, Fotogalerien und Videos zu Themen und Trends aus der internationalen Retail-Szene bietet. [mag.euroshop.de](http://mag.euroshop.de)



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



**Ihr Presse-Kontakt:**

Dr. Cornelia Jokisch, Senior Manager MarCom (Press & PR),  
Tel.: +49 (0)211/4560-998  
Fax: +49 (0)211/4560-8548  
Email: [JokischC@messe-duesseldorf.de](mailto:JokischC@messe-duesseldorf.de)

Stand: Oktober 2022

EuroShop Group:



**EuroShop**

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

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

