



## **Innovative Sonderflächen auf der EuroShop 2023 laden zum interaktiven und kreativen Umgang mit Retail-Themen ein**

**Drei interaktive Sonderflächen bieten einen Raum für Ideen und Visionen im Retail +++ Themen der interaktiven Stände sind neue Ansätze für die Zukunft der Innenstädte und des Einzelhandels sowie multisensorische Räume**

Die [Sonderflächen der EuroShop](#), the World's No. 1 Retail Trade Fair, geben auch in diesem Jahr wieder spannende Impulse zur Zukunft des Handels. Vom 26. Februar bis 2. März 2023 laden die insgesamt acht Flächen zum Mitmachen, Networken und zur Inspiration ein. Drei besonders interaktive und kreative Projekte von Retail-Vordenkern und Vordenkerinnen sowie Studierenden stellen wir im Folgenden vor.

### **Future Urban Lab – wie soll die Innenstadt von morgen aussehen?**

Das [Future Urban Lab](#) möchte gemeinsam mit den Messebesucherinnen und -besuchern spielerisch erarbeiten, was genau innovative Innenstädte ausmacht. Das interaktive Format wurde für die EuroShop von [Vitail](#) entwickelt, dem Kompetenzteam für zukunftsfähige Innenstädte und Zentren, und hat die Vision, Impulse und Inspiration für die Retail-Branche und die Städte von morgen zu liefern. „Wir müssen Innenstädte neu denken. Wir brauchen zusätzliche Besuchsanlässe, damit sie wieder zu Magneten werden. Handel, Gastronomie und Innenstadt bilden dabei immer eine Symbiose, weil sie nur von der Gesamtattraktivität leben können“, sagt Nina Bauer, Geschäftsführerin von Vitail. Ausgestattet mit Legosteinen werden die Besucher und Besucherinnen auf dem Messestand dazu eingeladen, an fünf Stationen zu den Themen Nachhaltigkeit, Aufenthaltsqualität, Einkaufserlebnis, Digitalisierung sowie Mobilität verschiedene Attraktivitätsfaktoren und Besuchsanlässe zu bewerten. Die Ergebnisse werden in eine Publikation fließen, die konkrete Ansätze für die Erneuerung der Stadtzentren zeigt. Mehr Infos sind über [nina.bauer@vitail.de](mailto:nina.bauer@vitail.de) erhältlich.

Ort: Halle 4, Stand D23, 10-18 Uhr

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



**EuroShop**

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

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

### **ROOM4SENSES – Mehr Raum für die Sinne schaffen**

Auf der Sonderfläche [ROOM4SENSES](#) nehmen vier Studierende der [Fachschule für Werbegestaltung Stuttgart](#) die Besuchenden auf eine ganz besondere Reise durch die Sinne. In vier sogenannten „Blackboxen“ sollen sich Interessierte auf jeweils nur einen Sinnesreiz wie Fühlen, Riechen, Hören oder Sehen verlassen und ihn auf verschiedene Weisen erleben. „Wir möchten auf der einen Seite Personen aus dem Einzelhandel zeigen, wie einfach es ist, die verschiedenen Sinne im Verkaufsraum und im Marketing zur Verkaufsförderung einzusetzen. Zum anderen laden wir Endverbraucher und Endverbraucherinnen dazu ein, die Vorzüge des Einzelhandels in Abgrenzung vom Onlinehandel in allen Formen und Farben zu erleben“, erläutert Selina Kessler aus der Projektgruppe. Ansprechpartnerinnen für das Projekt sind Ella Dalldush, [room4senses@gmail.com](mailto:room4senses@gmail.com) und Selina Kessler, Tel.: +49 160 567 5735.

Ort: Halle 13, Stand C04, 10-18 Uhr

### **42 – The Retail Ball Game: Auf der Suche nach der richtigen Frage**

Mehr als sechzig Studierende des [Fachgebiets Retail Design](#) der Hochschule Düsseldorf (HSD) haben das „[Retail Ball Game](#)“ entwickelt, welches eine völlig neue Art von Messestand erlebbar macht. Der Stand befindet sich im stetigen Wandel, denn die Besucher und Besucherinnen können die dargebotene Spielfläche aktiv verändern. „Wir wollen mit dem Retail Ball Game jenseits der typischen Diskussionen zur Zukunft des Handels neue Blickwinkel eröffnen. Dazu stellen wir die Zukunftsfrage durch spontan entstehende Wort-Kombinationen auf surreale Weise und fördern durch Rollenspiele Perspektivenwechsel, um so neue Antworten zu finden“, erklärt Hans Höhenrieder, Projektleiter von der HSD. So entsteht eine innovative und spielerische Kommunikationsebene und ein Raum zum Austausch und zur Vernetzung.

Ort: Halle 13, Stand C46, 10-18 Uhr

### **Über die EuroShop**

2023 werden über 1.830 Aussteller aus über 55 Ländern ihre neuesten Produkte und zukunftsweisende Lösungen speziell für den Handel

präsentieren. Zur letzten EuroShop im Jahr 2020 kam das internationale Fachpublikum aus 142 Nationen nach Düsseldorf.

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). 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:**

Yvonne Manleitner, Senior Manager MarCom (Press & PR)  
Dr. Cornelia Jokisch, Senior Manager MarCom (Press & PR)  
Tel.: +49 (0)211/4560-577/-998/-242  
Email: [ManleitnerY@messe-duesseldorf.de](mailto:ManleitnerY@messe-duesseldorf.de)  
[JokischC@messe-duesseldorf.de](mailto:JokischC@messe-duesseldorf.de)  
[AngelovaD@messe-duesseldorf.de](mailto:AngelovaD@messe-duesseldorf.de)

EuroShop Group:



Januar 2023



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