

Von KI bis Store Design: Die EuroShop 2026 bringt Handelswissen auf sieben Stages

Hochkarätiges Rahmenprogramm auf sieben Stages ist jetzt online +++ Internationale Retailer, Marken, Start-ups diskutieren die zentralen Fragen der Branche +++ Experimentelles Bühnenformat der Hochschule Düsseldorf

Mit über 270 Vorträgen auf sieben Bühnen deckt das Bühnenprogramm der EuroShop die gesamte Bandbreite moderner Handelskonzepte ab. Ein hochkarätiges Line-up aus Retail Expertinnen und Experten präsentiert in spannenden Keynotes und Use Cases die Themen der Branche: von Technologietrends über Retail- und Event-Marketing bis hin zu Store Design und Food Service. Zahlreiche namhafte Handelsunternehmen wie OTTO, OBI, dm, Douglas, Thalia, POCO, EDEKA, Manufactum oder Veseloglu sind Teil des Programms und teilen ihre Erfahrungen aus der Praxis. Die Vorträge sind kostenfrei und überwiegend auf Englisch.

Yellow Stage: Expo- und Event-Marketing im Wandel

Die Yellow Stage in Halle 1 widmet sich der Frage, wie Unternehmen Erlebnisse schaffen, die im Gedächtnis bleiben. Im Fokus der von IFES und fwd organisierten Bühne stehen Live-Kommunikation, Markeninszenierung und temporäre Formate, die emotionale Verbindungen schaffen und nachhaltig im Gedächtnis bleiben. Themen sind unter anderem Fachkräftemangel, Nachhaltigkeit in der Veranstaltungsbranche, oder die Veränderungsprozesse durch KI sowie die Rolle von menschlichen Beziehungen und besonderem Brand Storytelling. **Halle 1 / B64**

Purple Stage: Retail Marketing mit Wirkung

Auf der von Shop! kuratierten Purple Stage in Halle 4 dreht sich alles um Trends, Strategien und kreative Konzepte aus dem Retail Marketing, von POS-Marketing, Community-basierten oder multisensorischen Ansätzen bis hin zu Influencer-Kampagnen. Die täglichen Themenschwerpunkte widmen sich Retail Experiences der Zukunft, internationalen Retail-Trends und KI-Anwendungen bis hin zu innovativem Instore Marketing sowie Retail Design und Architektur der Zukunft.

Halle 4 / E43

Red Stage: Best Practices der digitalen Transformation

Die Red Stage, koordiniert vom EHI, in Halle 6 stellt erfolgreich umgesetzte Digitalisierungsprojekte in den Mittelpunkt. Retailer wie Edeka, Obi, Douglas, dm und ihre Technologiepartner berichten aus erster Hand, wie Omnichannel-Strategien, KI-gestützte Anwendungen und datengetriebene Prozesse heute bereits produktiv im Einsatz sind. **Halle 6 / I61**



EuroShop

THE WORLD'S NO.1 RETAIL

TRADE FAIR 22 – 26 FEB 2026

DÜSSELDORF, GERMANY

www.euroshop.de



Messe
Düsseldorf

Blue Stage: Technologietrends im Fokus

Ebenfalls in Halle 6 beleuchtet das vom EHI organisierte Programm auf der Blue Stage aktuelle und kommende Technologietrends im Handel. Diskutiert werden Entwicklungen rund um Mobile Solutions, Self-Checkout und Self-Scanning, KI-basierte Datenanalyse, RFID, moderne Zahlungssysteme sowie neue Sicherheitslösungen. Hier darf man sich auf spannende Vorträge unter anderem von Toshiba, Diebold Nixdorf, IBM und SAP freuen. **Halle 6 / I03**

Black Stage: Start-ups und Newcomer im Rampenlicht

Die Black Stage in Halle 7 ist die Bühne für junge Retail-Tech-Unternehmen, Start-ups und Scale-ups, die ihre Ideen, Produkte und Geschäftsmodelle für den Handel von morgen präsentieren. Am Mittwoch widmen sich mehrere Vorträge dem Thema Elektromobilität und Ladeinfrastruktur. **Halle 7 / B02**

Amber Stage: Store Design neu gedacht

Auf der Amber Stage, in Halle 9 steht der physische Store als Erlebnisraum im Mittelpunkt. Internationale Beispiele aus Shopfitting, Architektur, Lighting und Materialentwicklung zeigen, wie Store-Konzepte Markenwerte transportieren, Aufenthaltsqualität schaffen und gleichzeitig funktional, nachhaltig sowie wirtschaftlich sind. Zu den Highlights zählen unter anderem die Präsentation der EuroShop RetailDesign Awards Gewinner oder auch die Einblicke in die Handelslandschaften in Indien oder Nordamerika. **Halle 9 / D58**

Experimentelles Bühnenformat: RETAIL(UN)COVERED

Ein besonderes Highlight ist die [RETAIL\(UN\)COVERED Stage](#) in Halle 12: Auf der 230 m² großen Stage in Halle 12 präsentieren Studierende der Hochschule Düsseldorf das Bühnenkonzept RETAIL(UN)COVERED – ein flexibles Studio für Live-Events, Podiumsdiskussionen und immersive Erlebnisse. Das modulare Bühnen- und Mediensystem beeindruckt mit hochauflösenden LED-Flächen und 3D-Echtzeitwelten. Inhaltlich spannt das kuratierte Programm den Bogen von Future, AI & Technology über Community, Social & People bis hin zu Sustainability, Nature & Our Planet. **Halle 12 / A34**

Retail WG: Der Community Space der EuroShop

Ergänzend zu den sieben Stages ist die Retail WG ein Community Space für Händler, Brands und Start-ups, die mit Leidenschaft die Zukunft des Handels gestalten wollen. Über fünf Tage hinweg trifft sich die Community täglich zu Inspiration, Austausch und Zusammenarbeit in einer offenen, entspannten und zugleich professionellen Atmosphäre. Die Teilnahme ist kostenlos, eine Online-Anmeldung ist unter <https://retailwg.de> erforderlich. **Halle 7 / D42**



EuroShop

THE WORLD'S NO.1 RETAIL

TRADE FAIR 22 – 26 FEB 2026

DÜSSELDORF, GERMANY

www.euroshop.de



Messe

Düsseldorf

Alle Vortragsthemen und Referenten der Stages sind im Internet unter www.euroshop.de/de/Programm/Stages abrufbar.

Die EuroShop 2026 ist für Fachbesucherinnen und -besucher von Sonntag, 22. Februar, bis Donnerstag, 26. Februar 2026, täglich von 10:00 bis 18:00 Uhr geöffnet. Messetickets gibt es nur online unter www.euroshop.de/1130. Die Tageskarte kostet 80 Euro, die 2-Tageskarte 130 Euro und die Dauerkarte 180 Euro.

Ihr Presse-Kontakt EuroShop

Yvonne Manleitner, Senior Manager MarCom (Press & PR)

Desislava Angelova, Manager MarCom (Support)

Tel.: +49 (0)211/4560-577/-242

E-mail: ManleitnerY@messe-duesseldorf.de

AngelovaD@messe-duesseldorf.de

Februar 2026



EuroShop

THE WORLD'S NO.1 RETAIL

TRADE FAIR 22 – 26 FEB 2026

DÜSSELDORF, GERMANY

www.euroshop.de



Messe
Düsseldorf