THE POST FESTIVAL REPORT: EUROSHOP 2026

Messe Düsseldorf

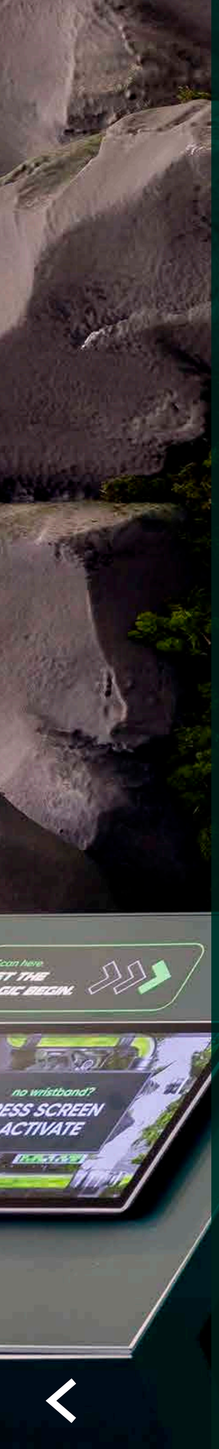
What a happening!
And you made it happen!

Wie nennt man es, wenn zu einem 60. Geburtstag über 80.000 Gäste aus aller Welt kommen? Ein gelungenes Jubiläum? Eine Mega-Party? Ein Get-together der Extraklasse? Wir haben es „The Global Retail Festival“ genannt – und in aller Bescheidenheit glauben wir, dass es das genau getroffen hat.

An fünf Tagen im Februar hat die EuroShop 2026 das Messegelände in Düsseldorf zu einem besonderen Ort gemacht. Einem Ort, der internationalen Besuchern ein Line-up von Feinsten geboten hat – mit den Top-Acts der Branche und spannenden Newcomern gleichermaßen. Aber auch einem Ort für Begegnungen, Austausch und natürlich neue (Geschäfts-)Beziehungen.

Dieser Post-Show-Report lässt unser Festival Revue passieren. Verstehen Sie ihn bitte auch als ein großes Dankeschön! Mit Ihrer Teilnahme haben Sie die EuroShop 2026 zu dem gemacht, was sie sein soll: vielfältig, verbindend und ja, elektrisierend!

Nehmen Sie sich ein paar Minuten zur Erinnerung. Wir freuen uns jetzt schon auf die nächste Ausgabe in 2029!



Der Publikumsmagnet. Zufriedenheit 10 von 10.

Ist es Trend oder Tradition? Wer als Aussteller zur EuroShop kommt, kommt wieder. Auch 2026 war die erklärte Wiederteilnahmeabsicht unter den 1.840 Ausstellern hoch. Ein Grund dafür: Die EuroShop erreicht die Kernzielgruppen aus dem Handelssegment: Rund die Hälfte der 80.146 Besucher kam aus dem Einzelhandel (44%) oder Großhandel (5%).

80.146 Fachbesucher

1.840 Aussteller

96% Zufriedenheit des Fachpublikums

95% Weiterempfehlung

Bestbewertungen sind hier Standard: Auf höchstem Niveau halten sich auch die Angaben der Fachbesucher, wenn man sie nach ihrer Zufriedenheit fragt. Kaum jemand – so scheint es – zögert, die EuroShop weiterzuempfehlen.

Jeder Besucher ein VIP. Das ist Fakt.

Das Beste an jedem Festival ist die Stimmung. Dabei hilft nicht nur eine prallgefüllte Playlist mit allen relevanten Stars und spannenden Start-ups, denn ob der Funke überspringt, hängt auch vom Publikum ab. Das wiederum ist – zumindest bei der EuroShop – keine Zauberei. Die Retail-Messe Nummer Eins ist schließlich für die Qualität der Besucher bekannt.

Das belegen erneut die Daten von 2026:

70%
Top-/Middle-Management

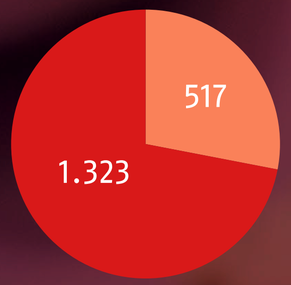
78%
an Kaufentscheidungen beteiligt

So konnten sich Aussteller sicher sein: Schon rein statistisch war es sehr wahrscheinlich, dass Promis und Profis mit Fachkenntnis und Einkaufsbefugnis ihren Stand besucht haben.

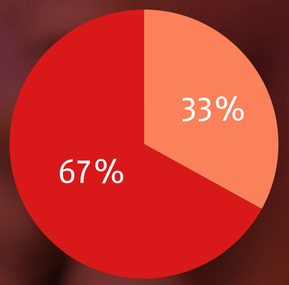
Ein Festival, eine Sprache: die des Handels.

Als „The Global Retail Festival“ verstand sich die EuroShop 2026 als internationales Event – und das war nicht nur das Gefühl, das sich auf dem Messegelände sofort einstellte, sondern das belegen auch die Zahlen. Auf der Messe waren Aussteller aus 61 Ländern vertreten – fast 72% Prozent davon waren aus dem Ausland angereist.

Ein ähnliches Bild zeichnet die Besucherstatistik: Hier waren es glatte zwei Drittel (67%), die aus anderen Ländern nach Düsseldorf kamen. Gemeinsam füllten sie erneut – und stets mit Begeisterung – unser Versprechen mit Leben. Die ganze Welt des Handels auf einem Festival vereint.



1.840 Aussteller gesamt
517 aus Deutschland
1.323 aus dem Ausland



80.146 Fachbesucher gesamt
33 % aus Deutschland
67 % aus dem Ausland

Volume up.
Auf allen Stages.

Bühne frei für Trends, Ideen, Produkte – aber vor allem für Menschen. Schließlich ist es das, was ein Festival ausmacht: Kompetente, mitreißende Experten und ein enthusiastisches Publikum. Die EuroShop 2026 gab diesen Menschen den Raum, den sie verdienen – etwa auf den sieben Stages:

- Yellow Stage: Expo-und Event-Marketing
- Purple Stage: Retail-Marketing
- Red Stage: Digitale Transformation
- Blue Stage: Technologietrends
- Black Stage: Start-ups und Newcomer
- Amber Stage: Store-Design
- Retail Uncovered: Store-Design und Forschung

Ebenfalls ein Magnet für Pioniere und Praktiker, für Talente und Topmanager waren die anhand aktueller Trends organisierten Sonderflächen, die diesen Themen eine Bühne gaben:

- Ladenbau, Design & Store-Konzepte
- Handelsgastronomie & Food-Service-Lösungen
- Innovationen von Start-ups & Marktführern
- Visual Merchandising
- Beleuchtung
- POS-Marketing
- Expo & Event Marketing

Wir lieben Feedback. Und unsere Fans.

Das „Global Retail Festival“ war ein voller Erfolg. Das finden natürlich wir. Aber auch sehr viele andere Menschen, die es noch besser wissen müssen – schließlich ist es ihr Business. Hier finden Sie eine Auswahl unserer Lieblingsrezensionen aus aller Welt.

„Die EuroShop 2026 war für Diebold Nixdorf ein großer Erfolg mit mehr Standbesuchern denn je.“
Nino Hörttrich, Head of Global Marketing Retail, Diebold Nixdorf

„Die EuroShop 2026 hat erneut ihre Rolle als globaler Treffpunkt für die Einzelhandelsbranche bestätigt.“
Tiziana Raiteri, Marketing and Communication Director at Arneg Group

„TOMRA blickt erneut auf eine äußerst erfolgreiche EuroShop zurück!“
Marius Fraurud, EVP and Head of TOMRA Collection, TOMRA

„Die EuroShop war für umdasch The Store Makers wieder ein ganz besonderes Highlight […]. Spannende und inspirierende Gespräche konnten mit vielen Tausenden Besuchern bei uns am Stand geführt werden.“
Dr. Petra Böttinger-Barth, Director Central Services Human Resources & Marketing, umdasch The Store Makers

„Die EuroShop war erneut eine herausragende Plattform für die Präsentation unserer Innovationen im Bereich Retail & Messe.“
Benjamin Bruder, Geschäftsführer, Octanorm

60 Jahre – und kein bisschen leise.

Von Anfang an voller Energie! So lässt sich die sechs Jahrzehnte umfassende Geschichte der EuroShop treffend charakterisieren. Gegründet, als der erste Discounter die Welt des Handels auf den Kopf stellte, bot die Messe einen Treffpunkt für die Anbieter umwälzender Innovationen und wurde zum Begleiter der Branche in eine neue Ära.

Und blieb es bis heute. Von offenen Regalen bis zum Geschäft als Erlebnisort, vom ersten Barcode bis zum elektronischen Preisschild und vom Self-Check-Out bis zum KI-Einsatz – auf der EuroShop sind die Innovatoren und Visionäre, die Interessenten und Akteure mit größter Zuverlässigkeit anzutreffen.

Die EuroShop ist das Global Retail Festival. Und der Wandel ist jedes Mal Headliner.

The festival is over. Bereit fürs Comeback?

Auch wenn der Sound der EuroShop 2026 – das geschäftige Brummen der Messehallen, die pulsierende Musik, die begeisternden Präsentationen – jetzt verklungen ist: der Nachhall bleibt.

Der Eindruck, etwas bewegt zu haben. Menschen verbunden, Innovationen verbreitet und natürlich den Handel weiter vorangebracht zu haben. Das war das Ziel unseres Festivals, und das haben wir erreicht, gemeinsam mit Ihnen. Danke dafür.

Wir freuen uns auf die nächste Ausgabe – mit alten Bekannten und neuen Freunden. Auf der weltweiten Nummer-Eins-Messe für den gesamten Retail-Sektor.

EUROSHOP

THE WORLD'S NO. 1 RETAIL TRADE FAIR

18 – 22 FEB 2029

DÜSSELDORF, GERMANY

Messe Düsseldorf