



# Globaler Event der Retail-Branche

Alle drei Jahre trifft sich die Welt des Handels in Düsseldorf. Am 5. März 2017 ist es wieder soweit: Die EuroShop öffnet für den Zeitraum von fünf Messetagen ihre Pforten für das Fachpublikum. Den Schwerpunkt im Ausstellerangebot bildet der Bereich „Shop Fitting & Store Design“ als einer von sieben „Erlebnisdimensionen“.

von Winfried Lambertz



Die Messe Düsseldorf sieht mit großem Optimismus dem Großereignis entgegen. Drei Monate vor Beginn der EuroShop 2017 (05.03.- 09.03.) ist absehbar, dass die von den Ausstellern gebuchte Fläche das Ergebnis von 2014 deutlich übertreffen und mit 120.000 qm einen neuen Höchststand erreichen wird. Um allen rd. 2.500 Ausstellern Platz bieten zu können, wird die EuroShop in 2017 erstmals 18 statt 16 Hallen umfassen. Erwartet werden an den fünf Messetagen rund 110.000 Besucher.

Die EuroShop hat sich in ihrer 50-jährigen Geschichte von einer nationalen Fachausstellung zur globalen Weltmesse entwickelt, die den gesamten Investitionsgüterbedarf für die globale Retailszene abbildet. Neu ist 2017 das Messekonzept mit sieben „Erlebnisdimensionen“, die sich wie folgt gliedern: POP Marketing, Expo & Event Marketing, Retail Technology, Lighting, Visual Merchandising, Shop Fitting & Store Design

## EuroShop-Rahmenprogramm

### Specials, Foren und Awards

- |                              |   |
|------------------------------|---|
| + EuroShop Designers Village | + Expo & Event Forum                        |
| + Lighting Designers Zone    | + ECO Forum                                 |
| + ECOpark                    | + POPAI Forum                               |
| + Omnichannel Area           | + retail technology awards<br>europe (reta) |
| + EuroCIS Forum              | + EuroShop Retail Design Award              |
| + Omnichannel Forum          | + Wissenschaftspreis                        |
| + Forum Architektur & Design |   |

„*Unser neues Konzept der sieben Erlebnisdimensionen wird von der Branche sehr positiv aufgenommen.*“

**Elke Moebius**  
Global Head Retail und Director  
EuroShop, Messe Düsseldorf



sowie Food Tech & Energy Management. Mehr Transparenz verspricht die Neuaufteilung der Flächen vor allem für das Ladenbauangebot, nicht zuletzt durch die Ausgliederung des Sektors „Lighting“ in einen eigenen Ausstellungsbereich. Hier werden 170 Aussteller auf 11.000 qm Fläche Produkte und Lösungen für die Shop-Beleuchtung präsentieren. Größter Ausstellungsbereich wird „Shop Fitting & Store Design“ sein, der mit 31.200 qm Fläche inklusive des „Designer Village“ gut eine Viertel der Gesamtfläche belegen wird.

Vom neuen Konzept werden auch die rd. 350 Aussteller im Bereich „Retail Technology“ profitieren, zumal sie unter dem Dach der EuroShop wieder mit einem deutlich erweiterten Fachbesucher-Publikum rechnen dürfen. Auch aufgrund der Tatsache, dass die realen und virtuellen Retail-Welten immer mehr zusammenwachsen, rückt die IT-Ausstattung von Läden, beispielsweise mit digitalen Services in den Fokus der Investitionsentscheider des Handels.

### Teilrenovierung statt Komplettumbau

Die Investitionen des Einzelhandels in die Einrichtung und Ausstattung seiner Läden liegen nach wie vor auf einem hohen Niveau. Allerdings sind die Zeiten massiver Expansionen in einigen Handelsbranchen erst

## EuroShop Retail Design Award: die Nominierten

Name / Unternehmen	Branche	Land
Aston Martin	Automobil	Schweiz
Ballard Designs	Möbel/Home	USA
Carrefour Carugate	Lebensmittel	Italien
Christian Louboutin	Schuhe/Accessoires	Kanada
Decathlon Connect	Sport	Deutschland
Disha Electrical And Lighting Store	Elektronik/Beleuchtung	Indien
E Center Gaimersheim	Lebensmittel	Deutschland
Eurotrade Duty-free Shop	Duty-free	Deutschland
Farmacia del Sannio	Apotheke	Italien
Foodland Farms	Lebensmittel	USA
GranOptic Goya	Augenoptiker	Spanien
Hankyu Oasis	Lebensmittel	Japan
Klaas & Kock Rheine	Lebensmittel	Deutschland
Lumen Optical	Augenoptiker	USA
Mamas & Papas	Kinderbekleidung/ Accessoires	England
Migros Daily - Welle 7	Lebensmittel	Schweiz
Moleskine	Café/Schreibwaren	Italien
Nanovo Shop	Möbel/Home	Tschechien
O2	Elektronik	England
Parkson	Warenhaus	Malaysia
Primark	Fashion/Accessoires	Spanien
Rose Biketown	Fahrräder/Sport	Deutschland
Rothaus Fanshop	Marken-Fanshop	Deutschland
Runners Point	Schuhe	Österreich
Saks Fifth Avenue	Bekleidung/Accessoires	Kanada
Schüller AusstellungsCenter	Möbel	Deutschland
Shinsegae Gangnam 4th floor Women's Shoe Salon	Schuhe	Südkorea
Sneakstar	Schuhe	Deutschland
Tokyo Tey Sushi Store	Lebensmittel/ Gastronomie	Polen
Trend Island	Warenhaus	Russland
Vorwerk - Vienna Danube Centre	Elektronik	Österreich
Woolworths Mall of Africa	Warenhaus	Südafrika
WOS Berlin	Grill/Zubehör	Deutschland
Yonghui Fuzhou Taihe Bravo Store	Lebensmittel	China

einmal vorbei. Für den Einzelhandel in Deutschland erwartet das EHI Retail Institute, dass die Ladeninvestitionen, bedingt durch die sinkende Zahl neuer Geschäfte um 380 Mio. Euro niedriger ausfallen werden als im Vergleichsjahr 2013, so die vorläufigen Ergebnisse der Studie „Ladenmonitor 2017“. Insgesamt gab der deutsche Einzelhandel in 2015 1,37 Mrd. Euro für die Einrichtung neuer Geschäfte aus. Die Pflege und regelmäßige Erneuerung der bestehenden Verkaufsstellen bleibt für den Handel dagegen ein unabdingbares Muss. Insgesamt geht der Trend weg von der umfassenden Renovierung in Richtung Umbaukonzepte mit flexiblen Einrichtungsmodulen. Daher haben sich die Zyklen für Komplettumbauten im Lebensmittel- wie auch im Nonfood-Handel in den letzten drei Jahren verlängert, und zwar im Food-Handel auf 9,1 Jahre und im Nonfood-Handel auf 8,1 Jahre.

## Fokus-Thema Omnichannel

Die durch das Internet ausgelösten Veränderungen im Verbraucher- und Einkaufsverhalten haben auch im Einzelhandel vielfach zu einer Neuausrichtung der Unternehmensstrategie geführt. Omnichannel-Händler bedienen beide Kanäle – mit dem stationären Geschäft als weiterhin tragende starke Säule und dem Web-Shop für die wachsende Zahl von Kunden, die ihren Bedarf über das Internet ordern. Während es anfangs noch darum ging, mit schönen Geschäften die Position im Wettbewerb mit den „Pure Playern“ zu verbessern, sind die aktuellen Investitionen in die Läden nicht gegen das Internet gerichtet, sondern sie zielen vielmehr auf eine möglichst gute Integration des Onlinehandels in den Laden vor Ort ab. Demzufolge werden die Aktivitäten der Omnichannel-Händler im Bereich der digitalen Services und damit in Richtung Omnichannel deutlich ausgeweitet. Die zunehmende Vernetzung der Geschäfte mit den Internet-Shops der Unternehmen zeigt sich auf der Fläche u.a. in der Einrichtung von Click & Collect-Stationen. Online bestellen, im Geschäft abholen oder nach Hause gelieferte Ware im Geschäft zurückgeben – diese und weitere Services sind heute weitgehend etabliert. Auch digitale Komponenten fassen in den Läden immer mehr Fuß. Bestell-Terminals und Tablet-PC werden als Instrumente zur Verknüpfung von Online- und Offline-Welt eingesetzt. Monitore in der interaktiven Umkleidekabine, digitale Regale, interaktive Touch-Lösungen im Schaufenster sind heute bereits im Einsatz. Von einem Durchbruch kann hier allerdings noch nicht die Rede sein.

## Rahmenprogramm

Das Angebot der Ausstellerstände wird auch auf der kommenden Veranstaltung wieder durch Foren mit praxisnahen Beiträgen an allen fünf Messetagen ergänzt. Hierzu gehört das EuroShop-Forum Architecture & Design, das EuroCIS-Forum, das POPAI-Forum und ebenso das Omnichannel-Forum, das ECOpark-Forum und das neue Forum Expo & Event. Parallel zur EuroShop findet auch 2017 wieder die Verleihung der EuroShop Retail Design Awards statt für die weltweit besten Store-Konzepte (s. Übersicht links), ebenso wie die Vergabe der Retail Technology Awards (reta). Mit dem reta ausgezeichnet wird der innovative Einsatz von Informationstechnologien im Handel. Beide Preise werden gemeinsam von der Messe Düsseldorf und dem EHI Retail Institute verliehen.

Wer sich schon über die EuroShop informieren und seinen Messebesuch planen will, für den empfiehlt die Messe Düsseldorf die Nutzung des neuen EuroShop-Portals. Nach einem umfassenden Relaunch präsentiert sich der Internet-Auftritt in neuem Design bei voller Responsivität, das heißt, es ist auf allen Endgeräten wie PC, Tablet oder Smartphone in hoher visueller Qualität nutzbar.