

Der Handel investiert



Mehr als 81.000 Fachbesucher aus aller Welt verzeichnete die EuroShop 2023 in Düsseldorf vom 26. Februar bis 2. März / Foto: Messe Düsseldorf/ Mateusz Tondel

Die weltgrößte Fachmesse für den Investitionsbedarf des Handels, die EuroShop 2023, ist nach fünf Messetagen am 2. März 2023 in Düsseldorf zu Ende gegangen. Der intensive persönliche Austausch auf globaler Ebene prägte den Verlauf der EuroShop und sorgte für gute Stimmung bei den 1.830 Ausstellern. Insgesamt reisten mehr als 81.000 Fachbesucher aus allen fünf Kontinenten an den Rhein.

Wir sind sehr erfreut, dass die EuroShop, gerade vor den aktuellen Herausforderungen für den Handel, ihrer Funktion als Weltleitmesse, die Orientierung bietet, wieder gerecht wurde, zeigt sich Erhard Wienkamp, Geschäftsführer der Messe Düsseldorf, hoch zufrieden mit dem Verlauf der Messe und ergänzt: Ein großes Kompliment gebührt unseren Ausstellern. Sie waren mit ihrer Innovationskraft wieder einmal der Magnet für die gesamte Branche. Auf Besucherseite beeindruckte die EuroShop erneut mit ihrer hohen Internationalität und konnte einen weiteren Anstieg bei der Entscheidungskompetenz des Messepublikums verzeichnen, so Wienkamp.

Die Aussteller aus 55 Nationen berichten übereinstimmend von außerordentlich guten Kontakten und einer deutlichen Investitionsbereitschaft der Fachbesucher. Der Besucheranteil aus dem Einzelhandel konnte um neun Prozent auf über 50 Prozent gesteigert werden.

Die Aussteller lobten auch die hohe Internationalität: 68 Prozent des EuroShop-Publikums reiste aus dem Ausland an. Besonders erfreulich ist der Besucherzuwachs aus Südostasien, Afrika und Nordamerika. Insgesamt kamen Fachbesucher aus 141 Ländern nach Düsseldorf,

darunter auch aus so weit entfernten Regionen wie Brasilien, Australien und Neuseeland.

Die EuroShop stellte einmal mehr ihre Sonderstellung als Impulsgeber für die Handelsbranche unter Beweis, so Michael Gerling, Vorsitzender des EuroShop-Beirats und Geschäftsführer des EHI Retail Institute. Sie war wieder eine Quelle der Inspiration und hat ihre Bedeutung als internationale Leitmesse eindrucksvoll unterstrichen. Nach drei schweren Jahren stehen im Handel für die Zukunftsthemen Digitalisierung, Energy Management und Nachhaltigkeit wichtige Investitionen an, resümiert Gerling.

Die EuroShop 2023 bot alles, was heutigen Kundenwünschen entspricht: Kunden lieben es nach wie vor, in stationären Geschäften in Erlebniswelten einzutauchen und emotional angesprochen zu werden. Andererseits wollen sie aber auf den Komfort, die Schnelligkeit und den hohen Grad an Personalisierung des Online-Shoppings nicht verzichten, weshalb die Digitalisierung nahezu in allen Bereichen des Handels enorm an Fahrt aufgenommen hat. Die EuroShop spiegelte diese Transformation deutlich wider. Schlagworte, wie Smart Shopping, Connected Retail, Seamless Shopping oder Customer Centricity waren an den Messeständen allgegenwärtig.

Das Thema Nachhaltigkeit zog sich ebenfalls wie ein roter Faden durch alle Bereiche der diesjährigen Messe. Die Aussteller demonstrierten, dass nachhaltige Store-Einrichtung nicht nur auf den Klimaschutz einzahlt, sondern auch viel Stoff für Storytelling bietet, von innovativen, biologisch abbaubaren Ladenbaumaterialien bis hin zu Schaufensterfiguren aus Ocean Waste basierten Rohstoffen. Darüber hinaus stand das Thema Energieersparnis insbesondere im Kühlmöbelbereich und der Shop-Beleuchtung im Vordergrund.

Hohen Zuspruch fand das umfangreiche Rahmenprogramm der EuroShop mit praxisbezogenen Vorträgen und Best Practice Beiträgen auf sieben Stages, zahlreichen Specials und renommierten Awards.

Die nächste EuroShop findet vom 22. bis 26. Februar 2026 in Düsseldorf statt.

