

Einkaufswägelchen, wohin rollst du?

Die nächste EuroShop wird spannend, denn nach den Lockdowns ist die Wahrnehmung von Trends geschärft, und die Messe zeigt sie auf.



© Messe Düsseldorf/Constance Tilmann

•• Von Christian Novacek

Vom 26. Februar bis 2. März 2023 wird die EuroShop in Düsseldorf im bewährten Drei-Jahres-Rhythmus einmal mehr zeigen, wo es langgeht mit den Trends in Handel und Ladenbau. Die Stimmung dazu ist gut, so Elke Moebius, Director EuroShop and EuroCIS: „Jetzt ist Zeit, zu handeln. Viele

Unternehmen haben gerade die Monate der Schließung genutzt, um ihre Flächen zu überdenken und neu zu gestalten und investieren in umfassende Umgestaltungsprojekte. Da kommt die EuroShop genau richtig.“

Dem entspricht auch der Buchungsgrad, der sich mit 87% vom Vor-Corona-Niveau wieder klar in die richtige Richtung bewegt. Das Verhältnis zwischen deutschen und internationalen

Ausstellern wird sich diesmal, ebenfalls altbewährt, bei 40 zu 60% einpendeln.

Post-Corona-Trends

Die wahrscheinlich wichtigste Rolle der Messe ist jene als Trendbarometer – dem wird sowohl in Themenwelten als auch in Diskussionsforen entsprochen; Letztere werden übrigens auch gestreamt. Die zurzeit vorrangigste Entwicklung be-

schreibt Moebius so: „Der stationäre Einzelhandel hat sich von einem reinen ‚Place-to-store‘ zu einem ‚Place-to-be‘ gewandelt.“

Das inkludiert nun die Einbettung von Gastro-Elementen in den Lebensmittelhandel ebenso wie die Aspekte Freunde treffen oder eine Lesung besuchen – die Möglichkeiten, den Geschäftsbesuch mit deutlich mehr Erlebnischarakter anzureichern, sind vielfältig.