

EUROSHOP 2023

Hightech & Hygge

Wie lässt sich ein optimales Einkaufserlebnis schaffen, vor allem mit Blick auf die veränderten Kundenbedürfnisse? Das stand als zentrale Frage über der diesjährigen Euroshop in Düsseldorf. Digitalisierung und Emotionalisierung sind zwei Antworten darauf, das zeigte ein Gang über die Messe.

Text: Grit Landwehr Fotos: Gauditz (3, 4), Golze (Rest)

1 Beim Thema Kühltechnik ist gerade viel im Umbruch. Spannend für den gärtnerischen Fachhandel sind die neuen steckerfertigen Kühlmöbel, die ohne einen Kälte-techniker wie ein zentralgekühltes Gerät installiert und dann genutzt werden können.

2 Individualität wird im Ladenbau immer wichtiger – ein schönes Beispiel dafür ist die Bäckertheke, die in einen echten Holzstamm eingearbeitet war.

Alle drei Jahre trifft sich die Handelsbranche in Düsseldorf zur weltweit größten Handelsmesse. In diesem Jahr fand die Euroshop vom 26. Februar bis 2. März statt und wer mit offenen Augen durch die 16 Messehallen streifte und die einmalige Gelegenheit nutzte, mit einem Blick über den Tellerrand Ideen und Eindrücke aufzusaugen, konnte mit vielfältigen Inspirationen nach Hause fahren.

„Wer die Euroshop 2020 vor der Pandemie besucht hat und nun über die Messe ging, konnte die Veränderung erkennen, die der POS durchlebt. Eine Explosion im Online-Shopping und Home Delivery steht einer Fokussierung im stationären Handel auf Erlebniswert, Unterhaltung und Aufenthaltsqualität gegenüber“, erklärt Sabine Gauditz. Die Visual Merchandiserin lässt sich keine Ausgabe der Messe entgehen.

Geschäfte müssen heutzutage das tun, was das Internet nicht kann – sie

müssen alle Sinne ansprechen. Idealerweise verbindet der POS das Beste aus beiden Welten, erklärt Sabine Gauditz weiter. Er schafft eine dreidimensionale Erlebniswelt und ein Gemeinschaftserlebnis, wo die haptische Produkterfahrung mit Bequemlichkeit und Wissensvermittlung kombiniert wird. Für Blumengeschäfte und Gärtnereien gab es von Präsentationshilfen über haptisch ansprechende Wandverkleidungen bis zu Bodenbelägen, Warenträgern und Lichtinszenierungen jede Menge zu entdecken, um das Geschäft in eine Wohlfühloase mit Erlebnisfaktor zu verwandeln.

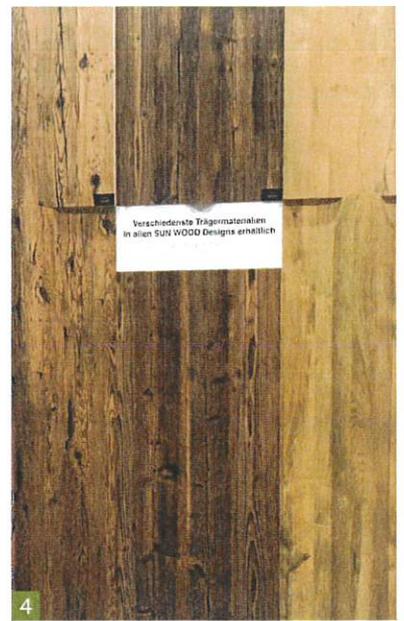
LED ist das Maß aller Dinge

Ein Besuch der Euroshop in Düsseldorf steht für Ladenbauer Matthias Golze bei jeder Ausgabe der Messe fest auf dem Programm. Auch diesmal war er mit dem ganzen Team vor Ort. „Bei der Beleuchtung zeigt sich, dass es keine Alternative zur LED gibt. Die Technik ist aufgrund ihrer Effizienz das Maß aller Dinge“, erklärt Matthias Golze. Mittlerweile sind LEDs in vielen unterschiedlichen Lichttemperaturen erhältlich, sodass sie auch gestalte-





3



4

risch eingesetzt werden können. Die LED-Technik hat sich auch insofern weiterentwickelt, dass ihre Bauweise das Design nicht mehr so stark beeinflusst, wie das noch vor ein paar Jahren der Fall war. „Die Lampen werden immer kleiner und auf der Messe waren die tollsten Leuchtendesigns zu sehen“, erzählt der Ladenbauer.

Neue robuste Materialien mit toller Optik

Zum Thema Haptik fiel auf, dass Holz aktuell ein wichtiges Thema im Ladenbau ist. Dabei zeigte sich beim Gang durch die Messehallen, dass die Materialien immer heller werden, auch das Holz. An vielen Ständen wurden helle Hölzer eingesetzt. Was auch zu beobachten war: Neue Oberflächen machen Möbel robuster. „Wir haben beispielsweise ein Metall mit einer marmorierten Oberfläche entdeckt, auf dem Fingerabdrücke und Kratzer weniger sichtbar sind und das sehr wertig wirkt. Auch von Serienmöbelherstellern wurde dieses Metall verwendet“, erzählt Matthias Golze. Insgesamt sei deutlich geworden, dass Ladeneinrichtungen heute multifunktional einsetzbar sein müssen.

Auch die verwendeten Materialien müssen Hybridfunktionen gerecht werden. Zudem spielt Individualität eine immer größere Rolle – uniforme Einheitslösungen verlieren im Ladenbau immer mehr an Bedeutung, so die Beobachtung von Matthias Golze. „Einige Aussteller haben hier mutige Ideen gezeigt. Beeindruckt hat mich beispielsweise eine Bäckertheke, die in einen alten Baumstamm eingearbeitet war (Bild 2). Ich bin mir sicher, dass es für den Fachhandel immer wichtiger wird, mutig zu sein und andere Wege zu gehen, vielleicht auch zu provozieren, um aufzufallen und die eigene Leistung und Qualität durch Innovation und Design zu kommunizieren“, erklärt er.

Auch spielerische Komponenten waren an vielen Ständen zu sehen, interaktive Elemente bezogen den Besucher aktiv ein. „Diese müssen im Laden aber sinnvoll integriert werden, der POS darf

nicht zur Spielekonsole werden“, ist der Ladenbauer überzeugt.

Das Thema Digitalisierung war auf der Euroshop allgegenwärtig. Rollbare KI ist in dem ein oder anderen Laden ja schon unterwegs und unterstützt die Mitarbeiter auf der Fläche. „Ich bin aber überzeugt, dass KI sie nie ganz ersetzen wird, zumindest nicht in der grünen Branche“, so Golze weiter. „Der Fachhandel braucht die Präsenz von Personal auf der Fläche. Es ist aber unumgänglich, sich auch als stationärer Händler mit technischem Know-how auseinanderzusetzen und es zeitgemäß einzusetzen.“ Matthias Golzes Fazit: „Spannend sind die vielen neuen Ansätze in der Ladenbaubranche, einerseits die Digitalisierung und andererseits die Emotionalisierung. Kurzum: Hightech und Hygge!“



3 Die Blüten und Ranken aus Papier von Procédés Chénel könnte man sich auch gut im Blumengeschäft oder in der Gärtnerei vorstellen. www.chenel.com

4 Haptische Materialien laden den Verkauf emotional auf. Das österreichische Unternehmen Sun Wood produziert Holz in unterschiedlicher Optik mithilfe von 3D-Scans. www.sunwood-shop.com

Onlinerundgang

Auf der Homepage der Euroshop finden sich zahlreiche Interviews, Reportagen und Videorundgänge aus den Messehallen: www.euroshop.de
Die nächste Euroshop in Düsseldorf findet vom 22. bis 26. Februar 2026 statt.



ZEIT FÜR FRISCHE IDEEN

www.sg-ladenbau.de
+49 7133 2297922
Matthias Golze
Dipl. Ing. Innenarchitekt

