



DIE MESSE IST INSPIRATION PUR!

Die Euroshop war bereits von den ersten Corona-Vorzeichen beeinflusst, man spürte eine deutlich verhaltene Stimmung und es waren auch weniger Besucher auf der Messe unterwegs. Aber der Besuch war auch 2020 dennoch ein Erlebnis. Wir besuchen die Messe alle drei Jahre mit dem gesamten Team und nehmen uns hinterher die Zeit, das Gesehene miteinander auszuwerten.

Der Gang über die Euroshop ist Inspiration pur! Wir haben vier vorherrschende Themen mitgenommen: Digitalisierung und Automatisierung, Materialien- und Farbvielfalt, Emotionalisierung und Storytelling. Das Letztgenannte ist immer noch ein großes Thema und spielte an nahezu allen Ständen eine Rolle. Ein sehr großer Ladenbauer ging sogar soweit, dass er an seinem Stand gar keine Möbel zeigte, sondern nur (Konzept-)Geschichten erzählte.

Das Thema Emotionalisierung wurde an vielen Ständen ideenreich umgesetzt. Wir haben beispielsweise einen Bollerwagen gesehen (Bild 10), der von außen aussah, als stamme er aus der guten alten Zeit, innen aber mit allen technischen Raffinessen ausgestattet wurde. Oder eine Fleischtheke, die mit emotionalen Bildern geschmückt war, schwebend das hochwertige Dry Aged entsprechend inszenierte. Bis hin zu einem Stand, der als Zirkusarena eine Vorstellung gab. Viele unzählige spannende Anregungen zeigten, wie man am POS emotionale Geschichten erzählen kann.

Beeindruckend war auch die Material- und Farbenvielfalt. Derzeit ist wirklich alles möglich – auf vielerlei Ebenen. In Formgebung und Haptik, hier werden natürliche

Oberflächen wie Stein oder Holz täuschend echt nachgebildet. Aber auch in der Farbgebung. Wir haben Kühlregale in Violett und Türkis gesehen. Rosa war sehr präsent und auch Vintage ist immer noch ein Thema. Da waren viele mutige Gestaltungen dabei, die ich vor Jahren noch nicht für möglich gehalten hätte.

Auffällig waren aber auch die zahlreichen natürlichen Elemente, die zum Einsatz kamen, teilweise kam ich mir vor wie auf der IPM: florale Dekoration und Pflanzen! Vermehrt entdeckten wir auch Holzkisten – nicht nur in Obst- und Gemüseregalen, sondern beispielsweise auch für Kosmetik und Schmuck.

Ein weiteres großes Thema waren Unverpackt- und SB-Konzepte. Wir beschäftigen uns schon längere Zeit mit diesen Themen, haben beispielsweise die ersten Unverpackt-Läden in Stuttgart eingerichtet und sind derzeit auch dran, ein SB/Bedien-Konzept digitalisiert und automatisiert (Stichwort: Volumenscan!) für einen Hofladen zu entwickeln, das voraussichtlich im Herbst an den Start geht. Daraus ergeben sich sicher auch viele neue Ansätze für die Branche. Und wir erhielten dazu auch schon die ersten Anfragen von Blumenläden und Gärtnereien, das wird spannend!

Auf der Euroshop haben wir unzählige Ideen und Anregungen gesammelt und neue Lösungsansätze erlebt, die sich klug interpretiert auch auf die grüne Branche übertragen lassen – frei nach unserer Devise: Zur Inspiration aus fremden Branchen für die angestammte Branche – das ist immer richtig und gut.



10



11

10 Sieht aus wie ein Bollerwagen und ist doch viel mehr.

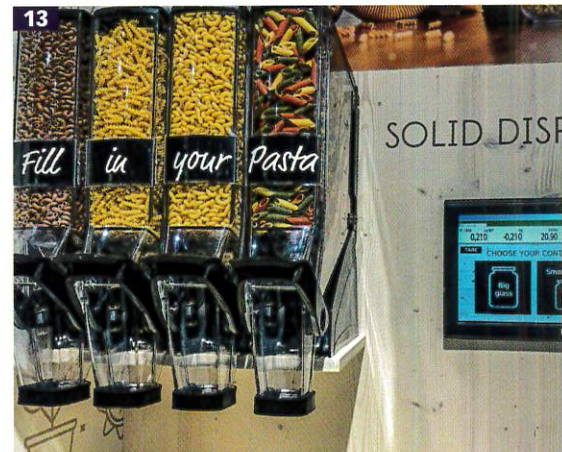
11 Oberflächen wie Holz oder Stein werden täuschend echt nachgebildet.

12 Indoor Gardening mit Regalen

13 Unverpackt-Konzepte spielten eine wichtige Rolle – hier in Selbstbedienung als Shop-in-Shop-System.



12



13