

# insider 81

Deutscher  
Ladenbau Verband



v6 Lifestyle Art Emporium, Donggan/China

**Special  
EuroShop**

## Retail Spaces

Was Ladenbauer heute können. Trends im Storedesign, der Blick nach Asien und die Blaupause für Phygital Retail 2026.

### STORE BOOK 2026

Die neue Ausgabe ist da!

### Nachwuchsförderung

Das ist Verbandssache

### Ladenbautagung

Treffpunkt für die Branche im Mai: Hamburg

Stores,  
Städte, Trends  
- entdeckt von  
Heidemarie  
Kriz



## Wo die EuroShop zu Hause ist: Düsseldorf

Die Stadt ist geprägt von klarer Haltung, unaufgeregt und dennoch dauerhaft relevant. Wer hier einen Shop eröffnet, macht dies in einem Umfeld mit hoher Kaufkraft, internationalem Publikum und großer Sensibilität für Qualität, Gestaltung und Service. Die Stadt am Rhein verbindet Luxus und Alltag, globale Marken und lokale Konzepte. Daraus entsteht ihr Reiz, der sowohl Händler als auch Kunden immer wieder von Neuem begeistert.

### **Vielfalt zwischen Kö und Quartieren**

Die Königsallee bleibt dabei wohl das sichtbarste Aushängeschild. Hier zeigen Marken hochwertige Materialien, klare Architektur sowie durchdachte Inszenierungen. Dabei gewinnen Erlebnis, Aufenthaltsqualität und persönliche Beratung zunehmend an Bedeutung, klassische Warenpräsentation tritt hingegen immer weiter in den Hintergrund. Die Stärke der Stadt entfaltet sich auch abseits der Königsallee: Schadowstraße, Flinger Straße, Carlstadt oder Flingern bieten Raum für Concept Stores sowie junge Designer- und Lifestyle-Formate. Besonders das japanische Viertel rund um die Immermannstraße verbindet Kultur, Shops und Gastronomie auf authentische Weise. Dieses Angebot zieht daher nicht nur die lokale Community, sondern auch internationale Besucher an. Diese selbstverständliche Internationalität gehört seit vielen Jahren zu den stillen Stärken, die Düsseldorf für Handel und Marken so besonders macht.

### **Neue Formate, neue Marken**

Weiter zeigt sich bei den Neueröffnungen die Attraktivität der Stadt für internationale Marken. Auf der Flinger Straße eröffnete kürzlich Miniso seinen bislang größten deutschen Store sowie unweit der Königsallee Rag & Bone seinen ersten deutschen Flagship Store – deutliche Signale für die Bedeutung der Stadt. Gesundheits- und Well-Being-Konzepte gewinnen ebenfalls an Gewicht: Das Weleda Spa setzt dabei auf Naturkosmetik und individuelle Anwendungen, die Biogena Plaza vereint großzügig auf zwei Etagen Beratung, Anwendungen und Premium-Mikronährstoffpräparate direkt auf der Kö.

Auch die Handelsgastronomie setzt Maßstäbe: Im mehrfach ausgezeichneten Edeka-Markt Zurheide werden Produkte des Marktes im Untergeschoss kreativ weiterverarbeitet und mit Michelin-prämierten Gerichten zu einem Erlebnis, das Einkauf und Genuss auf besondere Weise miteinander verbindet. Seit Herbst 2025 setzt zudem die REWE Markt GmbH erstmals weltweit auf vollautonome Lebensmittelfertigung in mehreren Supermärkten. Dies

wird durch den KI-Küchenroboter CA-1 in Kombination mit der cloudbasierten Software Suite ermöglicht. Diese Entwicklungen zeigen, wie stark sich der Lebensmittelhandel in Richtung Service, Technologie und Convenience bewegt, ohne dabei die Aufenthaltsqualität zu beeinträchtigen.

### **Relevant für den Ladenbau**

Ladenbau spielt in Düsseldorf eine zentrale Rolle. Manche Stores fungieren als Testlabors für neue Materialien, Lichtkonzepte, digitale Touchpoints, modulare Systeme, alles darauf ausgerichtet, Marken erlebbar zu machen und Kunden einzuladen, dort zu verweilen. Ob flexible Flächen für Pop-up-Stores, interaktive Beratungselemente oder multisensorische Inszenierungen: Düsseldorf zeigt, wie Handel, Design und Technologie zusammenkommen, ohne aufdringlich zu wirken, und wie Ladenbau neue Erlebnisse schafft, die über den reinen Einkauf hinausgehen.

Im Februar 2026 wird die EuroShop, die ihr 60-jähriges Jubiläum feiert, erneut Fachbesucher aus aller Welt nach Düsseldorf bringen. Der Stand des Deutschen Ladenbau Verbands wird dabei als offener Treffpunkt für Begegnung, Austausch und Vernetzung fungieren und Raum für Gespräche, Inspiration und neue Impulse bieten.

Store-Tours, temporäre Installationen und internationale Gäste verwandeln auch die Innenstadt in einen lebendigen Showroom. Themen wie KI, Nachhaltigkeit, Retail-Technologie oder Food-Service lassen sich nicht nur auf der Messe, sondern direkt im Stadtzentrum erleben. Die EuroShop verstärkt das, wofür Düsseldorf steht: Trends aufnehmen, erproben und in marktfähige Lösungen umsetzen, stets mit Blick auf Kunden, Marken und Handel.

Düsseldorf ist kein Ort für schnelle Effekte, sondern für langfristige Retail-Strategien, für Marken mit Substanz und einen Ladenbau, der Haltung zeigt. Genau darin liegt die Stärke der Stadt und ihr besonderer Wert für die Branche.

Auf Wiedersehen in Düsseldorf.

Herzliche Grüße,  
Heidi Kriz

Heidemarie Kriz ist Architektin und Retail Designerin mit langjähriger Erfahrung bei internationalen Marken. Ihr Studio KRIZH in Wien entwickelt Shop-Konzepte, Visual-Merchandising-Strategien und optimiert bestehende Flächen, unter anderem mithilfe ihres hybriden Beratungstools „Point of Sale Doctor“. Ein Fokus der Arbeit liegt auf Holistic Retail, ganzheitlichen Konzepten für alle Sinne, die Marken erlebbar machen und Einkaufserlebnisse prägen. Heidemarie Kriz wurde auch in diesem Jahr Mitte Januar in New York von Rethink Retail (USA) als einzige Österreicherin als Top Retail Expert 2026 ausgezeichnet.