



umdasch
THE STORE MAKERS

PRESSE-INFORMATION

AMSTETTEN, 22. Februar 2026

Verfasser: Katrin Kranabetter

EuroShop 2026: umdasch The Store Makers holen mit „Colours of Retail“ Vielfalt auf die Bühne

Wenn die EuroShop von 22. bis 26. Februar 2026 ihr 60-jähriges Jubiläum feiert, wird Düsseldorf zum pulsierenden Zentrum des internationalen Handels – und die umdasch Store Makers laden ein zu einem Festival der Farben, Ideen und vielfältigen Möglichkeiten. Unter dem Leitmotiv „Colours of Retail – Where Experience Meets Efficiency“ präsentieren sie nicht einfach einen Messestand, sondern eine kuratierte Erlebniswelt, die Retail als lebendiges Zusammenspiel aus Emotion und Effizienz inszeniert.

Ein Messestand wird zur Bühne

Konzipiert von den hauseigenen Designer*innen sowie den Expert*innen des Store Consult & Digital Creation Teams, fungiert der Auftritt als begehbare Referenzprojekt: Inspiration, Planung, Materialität, Umsetzungskompetenz sowie digitale Touchpoints verschmelzen zu einer holistischen Gesamtausstellung, die zeigt, wofür die Store Makers stehen und was der Handel heute braucht – nämlich Vielfalt und Struktur, Emotion und Präzision, Erlebnis und Effizienz.

Bereits die Fassade ist ein Statement: Über 20.000 bunte Logokacheln formen einen vier Meter hohen visuellen Vorhang, der neugierig macht auf das, was dahinter liegt. Der Eintritt gleicht einem Festival-Gate: synchronisierte LED-Animationen empfangen Besucher*innen und eröffnen den Blick in eine Welt, in der Ideen, Erlebnisse und Prozesse harmonisch ineinandergreifen.

Im Inneren führt auf der einen Seite die Experience Route tief hinein in die Entstehung emotionaler Markenwelten; auf der anderen Seite lenkt die Efficiency Route den Blick auf skalierbare, praxisnahe Lösungen für den modernen Einzelhandel wie auch Markenflächen. Beide Routen sind radial um den zentralen Ankunfts- und Informationsbereich gruppiert, die sich wiederum – wie die Stücke eines großen Retail-Kuchens – in insgesamt zehn Themenbereiche aufteilen. Diese präsentieren das gesamte Lösungsspektrum von umdasch The Store Makers und machen die „Colours of Retail“ als lebendige Reise erfahrbar.

Die Experience Route:

Creation: Wo Visionen ihren ersten Auftritt feiern

Wie ein Opening-Act auf der Festivalbühne signalisiert dieser Bereich: Jede starke Retail-Reise beginnt mit einer kraftvollen Idee – und genau hier nimmt sie ihren Anfang. Auf einer LED-Wall, die sich über einen interaktiven Button im Zentrum des Raumes steuern lässt, wird der Kreativprozess sichtbar und zeigt: von analoger Gestaltung bis zum digitalen Content – bei den Store Makers von umdasch entsteht alles unter einem Dach.

**We make
successful
stores.**



umdasch
THE STORE MAKERS

Experience World: Retail-Inspiration zum Pflücken

Weiter geht es auf eine interaktive rosa Blumenwiese, die das Prinzip „Erleben statt nur Beobachten“ spürbar macht. Marken- und Storekonzepte werden hier zu überdimensionalen floralen Installationen, digitale Touchpoints und Augmented Reality laden zum Eintauchen und Stöbern ein – und lassen Besucher*innen selbst Teil der Inszenierung werden.

Premium Gallery: Der Handel als Kunstform

Materialien, Designs und handwerkliche Präzision aus internationalen Premiumprojekten werden wie in einer kuratierten Ausstellung präsentiert. Digitale Frames, ein haptischer Mustertisch und eine hochauflösende LED-Wall zeigen die Welt des hochwertigen Ladenbaus in all ihrer Feinheit. Hier wird sichtbar, wie viel Sorgfalt in jedem Detail steckt – und dass Premium für umdasch nicht nur ein Stil, sondern ein Qualitätsanspruch ist.

General Contracting: Backstage am Bau

Der Kontrast zu den glanzvollen Erlebniswelten. Inspiriert vom Roadie-Spirit gibt dieser Bereich Einblicke in den Leistungsbereich des General Contractings. Vom Rohbau bis zu beeindruckenden Vorher-Nachher-Momenten wird sichtbar: Wir bringen Räume zum Leben, bevor mit der Innenausstattung begonnen werden kann.

One-Stop-Shop: Alles aus einem Guss

Direkt angrenzend geht es vom Groben ins Feine: Hier dreht sich alles um den Innenausbau – von der Planung über Design und Materialität bis hin zur fertigen Ausstattung und digitalen Integration. Dieser Bereich macht erlebbar, wie unser 360-Grad-Ansatz funktioniert, wenn alle Schritte wie ein perfekt getaktetes Festival-Line-up ineinandergreifen. Besucher*innen erfahren, wie es ist, einen Partner zu haben, der nicht nur den Innenausbau managt, sondern das gesamte Projekt aus einer Hand orchestriert.

Hospitality Area: Das Herzstück des Festivals

Hier wird deutlich: Hospitality ist ein Gefühl. Mit Lounge, Bar und vielseitigen Sitzmöglichkeiten wird die Gastfreundschaft der Store Makers spürbar. Der Bereich ist gleichzeitig Treffpunkt, Case Study und atmosphärischer Mittelpunkt zwischen Experience und Efficiency. Ein Ort, an dem Gespräche entstehen, aber auch Ideen für moderne Gastro-Konzepte sprießen.

Die Efficiency Route:

Market Place: Ein Basar effizienter Lösungen

Der Market Place entfaltet sich zur Bühne für vielseitige Regallösungen, smarte Möbel und innovative Store-Konzepte. Von modularen Systemen über Obst- und Gemüsepräsentationen bis hin zu intelligenter Backbox und Self-Checkout-Zone präsentiert der Bereich, wie facettenreich moderner Retail sein kann. Wer durch die einzelnen Themenwelten streift, entdeckt Schritt für Schritt, wie spannend durchdachter Ladenbau ist – und wie viel Innovation und Kreativität in funktionalen Lösungen stecken.

Die Headliner dieses Bereichs sind:

- das **Self-Checkout-Ökosystem** in Kooperation mit shopreme, das zeigt, wie der Checkout vom Optimierungsschritt zum echten Erlebnis wird. Durch nahtlose App-Integration, intelligente Gerätevernetzung und flexible Hardware entsteht ein Abschlussprozess, der Wartezeiten reduziert,

**We make
successful
stores.**



umdasch
THE STORE MAKERS

Usability erhöht und Kund*innen einen reibungslosen, intuitiven und sogar inspirierenden Kaufabschluss ermöglicht.

- die **Smart Bakery Box**, deren neueste Version auf der EuroShop ihren Auftritt feiert. Sie bringt echte Innovationskraft in die Backwarenabteilung: die richtige Menge an Gebäck zur richtigen Zeit, stets in optimaler Qualität – und damit deutlich weniger Lebensmittelverschwendung sowie optimierte Lager- und Backprozesse. Das Präsentationsmöbel ist mit präzisen Gewichtssensoren ausgestattet, die in Kombination mit der Softwarelösung des Partners ALPERIA wertvolle, verkaufsrelevante Daten sammeln: von internen Prozessen über Bestände bis hin zu Tageszeiten oder sogar Witterungseinflüssen. Das System erkennt automatisch, wann Ware nachgefüllt werden muss, wie sich der Absatz verändert – und wie sich Sortimente entsprechend steuern lassen.
- die **Impulse Zone** sowie der **Hybrid Kiosk**, die demonstrieren, wie digitale Touchpoints das Einkaufserlebnis auf ein neues Niveau heben. Durch die direkte Verbindung von physischen Produkten und dynamischen Inhalten entstehen Präsentationsflächen, die Kund*innen intuitiv leiten, informieren und zu spontanen Entscheidungen anregen. Elemente wie Video Rails, Stretch Screens, digitale Schaufenster, ESLs und weitere Informationsflächen fügen sich hier zu einem vernetzten System zusammen, das flexibel skalierbar ist – vom Regal bis zum kompakten Convenience-Format. Mit diesem smarten, datenbasierten Mix aus analoger Ware und digitaler Kommunikation werden Prozesse effizienter gemacht und Kundennähe gestärkt – unabhängig davon, ob ein Store personalgeführt oder autonom betrieben wird.
- die **Produce Future Zone** und unser **F.O.M-Möbel** (Flexible, Optimal, Maximal), die gemeinsam verdeutlichen, wie das Basixx-Regalsystem zur flexiblen und zukunftssicheren Plattform für unterschiedliche Retail-Anforderungen wird. Das System ist modular, „Ready to Cool“ und lässt sich mühelos an saisonale Sortimente oder neue Warenbilder anpassen. Technologien wie UV-LED-Licht von Lumitech erhöhen die Frischequalität im O&G-Bereich, während integrierte Info-Touchpoints Kund*innen Orientierung und Mehrwert bieten. Mit dem Erweiterungssystem F.O.M wird Basixx zusätzlich um neue Fachgrößen, Rückwände, Präsentationsmodule und Branchen-Add-Ons ergänzt – und damit zur multifunktionalen Lösung für Food, Drogerie oder Convenience. Moderne Lichttechnik von Thorn und Zumtobel setzt Produkte stimmig in Szene und unterstützt individuelle Store-Erlebnisse.

Efficiency World: Wo Rollouts im Takt laufen

In der Efficiency World dreht sich alles um Prozesse, die große Rollouts zum Laufen bringen. Hier zeigt umdasch, wie eingespielte Projektteams, klare Abläufe und eine internationale Wertschöpfungskette zu einem perfekt zusammengestellten Set-Up verschmelzen. Der Bereich macht sichtbar, dass die Store Makers hunderte Markenflächen orchestrieren und dabei vor allem auf eines bauen: langjährige Erfahrung als ihre stärkste Währung.

RE... THINK: Nachhaltig statt neu

Dieser Bereich steht für einen Perspektivenwechsel im Laden- und Innenausbau: Flächen wiederverwenden statt neu bauen, Ressourcen zirkulär denken statt eindimensional, Räume transformieren statt abreißen. Hier präsentieren die umdasch Store Makers Konzepte rund ums Renovieren und Sanieren sowie Lösungen wie die ECOlib – die eigens kreierte, digitale Materialdatenbank.

**We make
successful
stores.**



umdasch
THE STORE MAKERS

Der Lifecycle-Ansatz der Umdasch Group, zu der neben den Store Makers auch das Schalungs- und Gerüstunternehmen Doka sowie der Anbieter für Industrielösungen umdasch Industrial Solutions gehören, spannt vom Eingang aus die strategische Klammer: In Zukunft will die Umdasch Group für ihre Kundinnen und Kunden entlang des gesamten Lebenszyklus ihres Objekts der beste Partner sein: von der Entwicklung, über Planung, Ausführung, Ausstattung und den laufenden Betrieb, die Sanierung bis letztendlich zum Rückbau und Recycling – alles aus einer Hand, alles mit dem Ziel langfristiger Qualität und Nachhaltigkeit.

umdasch XP: Digitallösung im Beat der „Colours of Retail“

In der Lobby wird das digitale Herzstück, die umdasch eXperience Platform (umdasch XP), zum interaktiven DJ-Pult: Vinyls aktivieren kurze Videos, Screens vermitteln das digitale Full-Service-Ökosystem der Store Makers. Hier wird wortwörtlich erlebbar, wie Strategie, Content, Betrieb und 10/7-Support zusammenspielen.

Ein starkes Partner-Line-Up

Zahlreiche Kooperationspartner erweitern den Messeauftritt von umdasch. Zu den bereits genannten reihen sich auch Thorn und Zumtobel ein, die mit ihren Lichtlösungen markante Akzente setzen – darunter eine Deckeninstallation, die die radiale Standstruktur aufgreift und wie eine Sonne auf das Festivalgelände der umdasch Store Makers scheint, sowie personalisierbare New-Retail-Lighting-Szenarien im Market Place.

Das digitale Konzept wird von LED-Screens des Partners LEDECA getragen, vom großformatigen Eingangssetup über den LED-Ring über dem Welcome Desk bis zum kreisförmigen Screen im Creation-Bereich.

Als Entwicklungspartner wirkte umdasch zudem an der Hardware des Combyn BioCore Loop mit – einem Do-it-yourself-Health-Kiosk für kardiovaskuläre Diagnostik, der in der Efficiency World live getestet werden kann.

Weitere digitale Stärke bringen Samsung, Grassfish und Navori ein, die das umfassende Technologie-Leistungsangebot unseres Messeauftritts abrunden.

Colours of Retail als Leitmotiv, das alles verbindet

„Colours of Retail“ ist nicht nur ein Motto, sondern ein Statement. Ein Versprechen, dass sich Erlebnis und Effizienz nicht ausschließen, sondern zusammengehören – in Planung, Design, Bau, Prozess, Implementierung und Digitalität. Und ein Festival der Möglichkeiten für alle, die Retail neu denken wollen.

Wer noch tiefer in unsere Projektwelt eintauchen möchte, findet hier **ausgewählte Referenzen** – ein Blick hinter die Kulissen jener Bühnen, die die „Colours of Retail“ bereits heute zeigen.

- HOUSE OF SILHOUETTE, Wien (AT) | Services: Value Engineering, Manufacture, Installation, Shop Equipment, General Contracting, Lighting, Design Engineering, Digital Signage
- FC Union Berlin, Berlin (DE) | Services: Concept, Design, Digital Signage, Concept & Creation
- Kämmerei, Düsseldorf (DE) | Services: General Contracting
- NIO, Frankfurt (DE) | Services: Manufacture, Installation, General Contracting
- Charlotte Tilbury, London (UK) | Services: Planning, Value Engineering, Manufacture, Installation, Design Engineering
- Reisebank, München (DE) | Services: Concept, Design, Planning, Value Engineering, Manufacture, Installation, Shop Equipment, General Contracting, Lighting, Design Engineering

**We make
successful
stores.**



umdasch
THE STORE MAKERS

- Česká spořitelna, CZ | Services: Value Engineering, Installation, Rollout, Shop Equipment, General Contracting, Design Engineering
- Chery, CZ | Services: Concept, Design, Planning, Value Engineering, Manufacture, Installation, Rollout, Digital Signage, Interactive Applications

We
make
successful
stores.

Kontakt:

umdasch Store Makers Management GmbH
Josef Umdasch Platz 1, 3300 Amstetten, Austria
storemakers.umdasch.com

Katrin Kranabetter
Marketing & PR Manager
Premium & Construction Solutions

T +43 664 83 11 846
katrin.kranabetter@umdasch.com

Dominik Reichartzeder
Marketing & PR Manager
Multistore & Digital Solutions

T +43 664 8373 883
dominik.reichartzeder@umdasch.com

umdasch: handwerklich verwurzelt, visionär im Digitalen, stets mit menschlichem Anspruch und einem Ziel: Erfolgreiche Stores zu realisieren. Die Store Makers von umdasch gestalten außergewöhnliche Erlebniswelten für anspruchsvolle Kunden. Sie bedienen mit ihren vier Business Units – Multistore Solutions, Premium Solutions, Construction Solutions sowie Digital Solutions – zahlreiche Kompetenzfelder von Design Consulting & Value Engineering über Projektmanagement, General Contracting und Shop Systems bis hin zu Digital Retail. Mit rund 1200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zählt umdasch zu den führenden Ladenbau-Unternehmen Europas. Die Zentrale befindet sich in Amstetten, Österreich. Jährlich realisiert das Unternehmen über 8.000 Ladenbau- und 200 Generalunternehmer-Projekte. Gemeinsam mit den Divisionen Doka und umdasch Industrial Solutions ist die Umdasch Group mit über 170 Produktions-, Logistik- und Vertriebsniederlassungen auf fünf Kontinenten tätig. Sie befindet sich seit über 155 Jahren im Besitz der Familie Umdasch.

We make
successful
stores.