

# Digitale Präsentation im Ladengeschäft

ANNETTE SWITALA

Digitale Messsysteme für Fuß und Rücken kennt die Orthopädieschuhtechnik schon lange. Jetzt erreicht die Digitalisierung zunehmend auch den Verkaufsraum. Monitore mit Internetanbindung, Touch Panels, Apps und Near Field Communication (NFC) bieten wirkungsvolle Vermarktungsmöglichkeiten für Dienstleistungen und Produkte.



**1+2** Infoscreens und Präsentationen am Bildschirm sind Blickfänger – und eine optimale Möglichkeit, um auf Leistungen des Betriebs hinzuweisen. Die erklärende Grafik zu sensomotorischen Einlagen weckt nicht nur die Neugier des Kunden, sondern kann auch für das Beratungsgespräch genutzt werden. Und warum Schuh- und Einlagenkunden nicht auch auf andere Leistungen, zum Beispiel die Kompressionsversorgung, hinweisen? Insgesamt stellen digitale Inhalte eine wirkungsvolle Möglichkeit dar, um Kunden zum Cross- und Upselling zu bewegen.

Objektentwicklung und Foto: Sislak Design

**3** Was auf den ersten Blick wie ein Poster aussieht, ist ein flacher Bildschirm mit filigranem Rahmen. Solche ePoster können wechselnde Bilder und Videos am Point-of-Interest zeigen; über die dazugehörige Software lässt sich das Poster einfach gestalten und schnell aktualisieren.

ePoster: Neo Advertising GmbH  
Display System und Foto: Visplay GmbH

► **4** Die Schaub KG nutzt das Monitor Marketing-System odWeb.tv von opta data. In ihrem Empfangs- und Kassensbereich setzt sie ein Digital-Signage-4er-Grid ein: Vier zusammengesetzte Monitore werden separat mit verschiedenen Inhalten bespielt. Möglich ist auch, eine Gesamtpräsentation auf vier Bildschirme zu verteilen. Denkbar ist dies zum Beispiel für Produktpräsentationen, die odWeb.tv direkt von den Herstellern zur Verfügung stellt. Foto: odWeb.tv



◀ **5** Beim Audience Tracking von odWeb.tv filmt eine Kamera den Geschäftsbereich, in dem Kunden das Werbe- und Infoprogramm betrachten. Eine Offline-Gesichtserkennung erfasst Geschlecht, Altersgruppe und Stimmung der Personen. Die Daten werden anonymisiert gespeichert, es können Grafiken und Statistiken zu den Zielgruppen abgerufen werden. Die automatische Auswertung ermöglicht es, das Programm noch passender auf die jeweiligen Zielgruppen abzustimmen. Foto: odWeb.tv



**6** Digitale Kundenstopper fangen die Aufmerksamkeit des Kunden ein. Hier geht niemand vorbei, ohne über das attraktive Angebot nachzudenken.

Objektentwicklung und Foto: Sislak Design



**7** Elegante Produktpräsentation mit Musik: Die Orthese schwebt, der Stoff hinter dem Aluspannrahmen des Displays wird als Membran für einen Lautsprecher genutzt. Über visuelle und auditive Reize wird das Produkt emotionalisiert.

Objektentwicklung: Parkraum  
Foto: Martin Klindtworth/  
www.zentralfotograf.de



**8** In diesem elektrifizierten Warenträgersystem können Informationen zu Preis und Inhalt des Produkts auf elektronischen Labels (ESL) dargestellt werden. Die eingeklickten Fachböden leuchten mittels eines LED-Lichtbands nach unten. Auf dem Bedienerportal (Bildschirm rechts) können sich Kunden selbst über die Verfügbarkeit einer Behandlungskabine inklusive Mitarbeiterin erkundigen oder sich für einen Behandlungstermin einbuchen.

Objektentwicklung und Foto: Parkraum



**9** Horizontale Bildschirmtechnik raffiniert umgesetzt: Dieser Vorlagetisch mit integriertem Touchmonitor bietet dem Kunden Möglichkeiten zur Selbstinformation auf bequemer Tischhöhe – das in der Präsentation dargestellte Produkt steht real in unmittelbarer Nähe.

Objektentwicklung: Parkraum  
Foto: Martin Klindtworth/www.zentralfotograf.de



**10** Ober und Ober haben für Glabbal-Sandalen (Paromed) ein Shop-in-Shop System entwickelt. Hier können Kunden Glabbal-Sandalen mit oder ohne Hilfe des Händlers konfigurieren und bestellen. Auf den Warenträgern, auf denen Beispielsandalen präsentiert werden, ist ein entsprechendes Tablet integriert. Die Fertigung erfolgt beim jeweiligen Glabbal-Partner.

Foto: Ober und Ober



**11** Sanitätshaus Kocher präsentiert seine Einlagen auf versetzbaren Magnetfachböden. Die Einlagen sind mit QR-Codes versehen, die der Kunde an einem Scanner einlesen kann. Auf dem Bildschirm werden dann Informationen zur gewählten Einlage gezeigt. Ideal zur Vorabinformation, zum Beispiel im Wartebereich.

Objektentwicklung und Foto: Ober und Ober



**12** In seiner kürzlich eröffneten Filiale in Remscheid präsentiert Sanitätshaus Beuthel sein Werbe- und Infoprogramm von odWeb.tv in einer besonderen Variante: über NFC-gesteuerte Inhalte. Die Präsentation ist Teil eines Ladenkonzepts, das Beuthel zusammen mit der OBV Objektbau Bomers GmbH entwickelt hat. Über einer zweiteiligen Theke ist ein Monitor angebracht, in der Theke selbst eine Lesefläche eingelassen. Hält ein Kunde eine Einlage oder einen Schuh über diese Lesefläche, startet auf dem Monitor die passende Produktpräsentation. An den Produkten ist ein NFC-Aufkleber angebracht, der in odWeb.tv mit einer jeweiligen Präsentation verlinkt ist.

Foto: odWeb.tv



**13** Eine Cross-Plattform entwickeln derzeit Ober und Ober. In die Ladenbauelemente sind Touch-Screens eingebaut, auf denen der Kunde Informationen erhält, indem er das Produkt mittels QR-Code einscannt. Denkbar sind Informationen über Produkte, Lagerbestände, Verweise auf ähnliche Produkte, Webshops, Sonderangebote oder Anforderungen eines Mitarbeiters. Die Geräte können über WLAN ihre Daten automatisch aktualisieren und zentral gesteuert werden. Kunden können die gewünschten Inhalte ohne externe Hilfe auf dem PC zusammenführen. Grafik: Ober und Ober



**14a+b** Sporlastic-Kabinenkonzept: An den Hilfsmitteln sind QR-Codes angebracht, die der Kunde mit Smartphone oder Tablet scannen kann – er gelangt dann zu Anwenderfilmen mit passenden Genesungsübungen. Die dazu nötigen Hilfsmittel und Übungsgeräte (z.B. Faszienmassagebälle oder -rollen) hat der Mitarbeiter in der Kabine griffbereit zur Hand.

Objektentwicklung: Parkraum.

Foto: Martin Klindtworth/www.zentralfotograf.de.



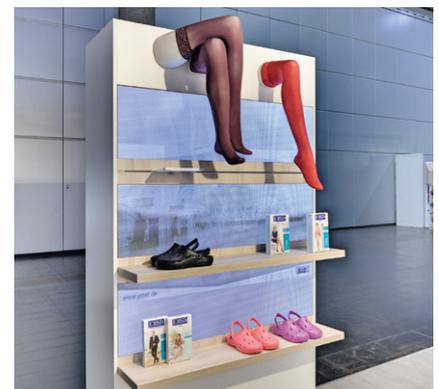
Foto: Markus Meier



**15** Wie sich Haptik und Digitalisierung am Point of Sale geschickt verbinden lassen, zeigt ein Beispiel aus dem Sanitätshausbereich, das Burmeier mit Parkraum für seine Handelspartner entwickelt hat. Auf der Verkaufsstation für Pflegebetten kann der Kunde mit und ohne Verkäufer schauen, entdecken und fühlen. Viele Zubehöre sind im Original zu sehen, etwa eine Aufstehhilfe in Einstiegshöhe. Der Kunde kann eine Leselampe testen sowie Matratzenmuster und verschiedenfarbige Softcover-Stoffe auf runden Scheiben erfühlen. Er kann einen kabellosen Handschalter in die Hand nehmen und erleben. Der Monitor zeigt alle Produktinformationen und Videos von Burmeier. Verkäufer und Kunden können per Touch-Bedienung Bilder, Texte und Konfigurationsmöglichkeiten zu den Betten und Zubehören nutzen, auch Ton wird durch integrierte Lautsprecher wiedergegeben. Für das Beratungsgespräch kann ein digitaler Bettenkonfigurator eingesetzt werden, ein eingebauter Drucker steht für Angebote, Informationen und vor allem Verkaufsabschlüsse zur Verfügung.

Objektentwicklung: Parkraum

Foto: Burmeier



**16** Dynamische Warenpräsentation mit RFID-Technik: In den Warenträger ist ein LED-Bildschirm integriert, der zunächst durchlaufend allgemeine Filme zur Produktgruppe zeigt. Wenn der Kunde ein Produkt in die Hand nimmt oder bewegt, wird das passende Produktvideo präsentiert.

Objektentwicklung: Parkraum

Foto: Martin Klindtworth/www.zentralfotograf.de