



Mittelstand-Digital  
Zentrum  
Handel



# DIE TECHNOLOGIEN AUS DEM DIGITALMOBIL HANDEL



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

Mittelstand-  
Digital 



Mittelstand-Digital  
**Zentrum  
Handel**

Das DigitalMobil Handel,  
abgekürzt DiMo, beinhaltet aktuell

**8** Handelstechnologien und  
tourt durch ganz Deutschland





# Die Technologien an Bord

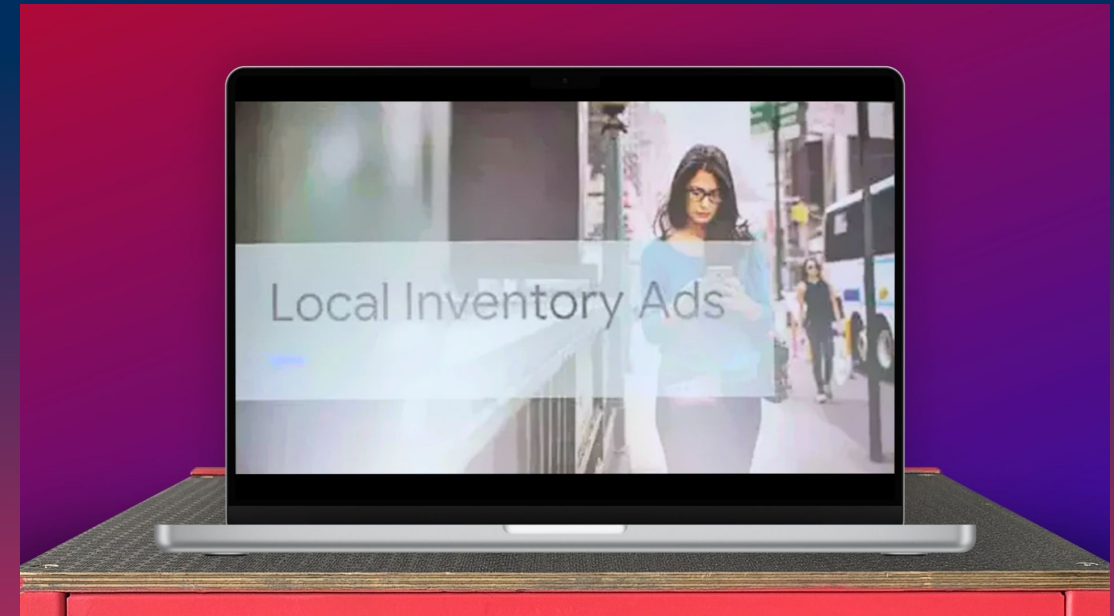
- ✓ Lokale Produktverfügbarkeit
- ✓ 360°-Rundgang
- ✓ Virtuelles Produktregal
- ✓ Digitales Spielerlebnis
- ✓ Multisensorik
- ✓ Elektronische Preisschilder
- ✓ Digitales Schaufenster
- ✓ Chatbot



## Lokale Produktverfügbarkeit

Die in Internet-Suchmaschinen verfügbare Anzeige von lokalen Produktverfügbarkeit (auch „Local Inventory Ads“) ermöglicht Kund:innen die Suche nach verfügbaren Produkten im stationären Handel ihrer Umgebung. Für Händler:innen bietet die Anzeige von lokalen Produktverfügbarkeiten großes Potenzial hinsichtlich der Onlinesichtbarkeit sowie die Möglichkeit, die potenzielle Kundschaft ins stationäre Ladengeschäft zu leiten.

Kund:innen erhalten im Rahmen der Verfügbarkeitsanzeige weitere Informationen zu den gesuchten Produkten (wie Preis und Merkmale) und Geschäften (wie Öffnungszeiten, Wegbeschreibungen und Unternehmenswebsite), wodurch der Kontakt zum Handel erleichtert wird.





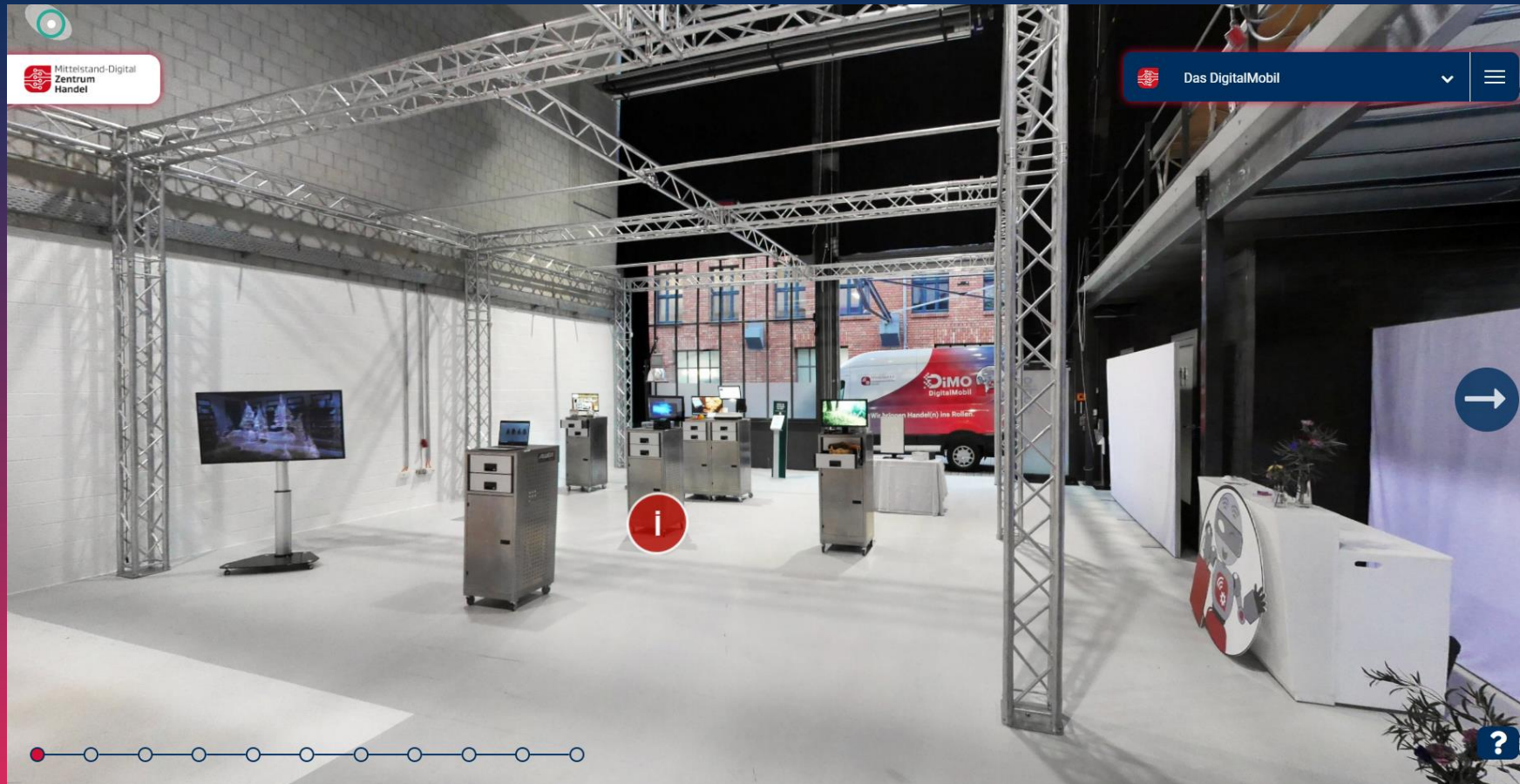
## 360°-Rundgang

Ein 360°-Rundgang demonstriert ein virtuelles Shopping-Erlebnis, bei dem Kund:innen die Möglichkeit haben, eine virtuelle Begehung des zuvor mit einer speziellen Technik abgefilmten Ladengeschäfts durchzuführen. Abrufbar sind die 360°-Rundgänge über gängige Endgeräte wie Smartphones, Tablets oder Computer. Aber auch Virtual-Reality-Anwendungen wie VR-Brillen ermöglichen einen digitalen Rundgang durch das Geschäft durch entsprechende Einbindung in das System des Geräts.

Über vorbereitete, klickbare Videosequenzen erhalten Kund:innen zusätzliche Informationen zu Produkten und zum Unternehmen. Videos bieten somit die Möglichkeit, ein breites Sortiment darzustellen und eine persönliche Ansprache an die potenzielle Kundschaft zu integrieren. Je nach Anwendung können die dargestellten Produkte direkt online erworben werden, sofern ein Onlineshop vorhanden ist, da der 360°-Rundgang die Auslösung von E-Commerce-Prozessen erlaubt.



# Schauen Sie sich gerne unseren 360°-Rundgang an

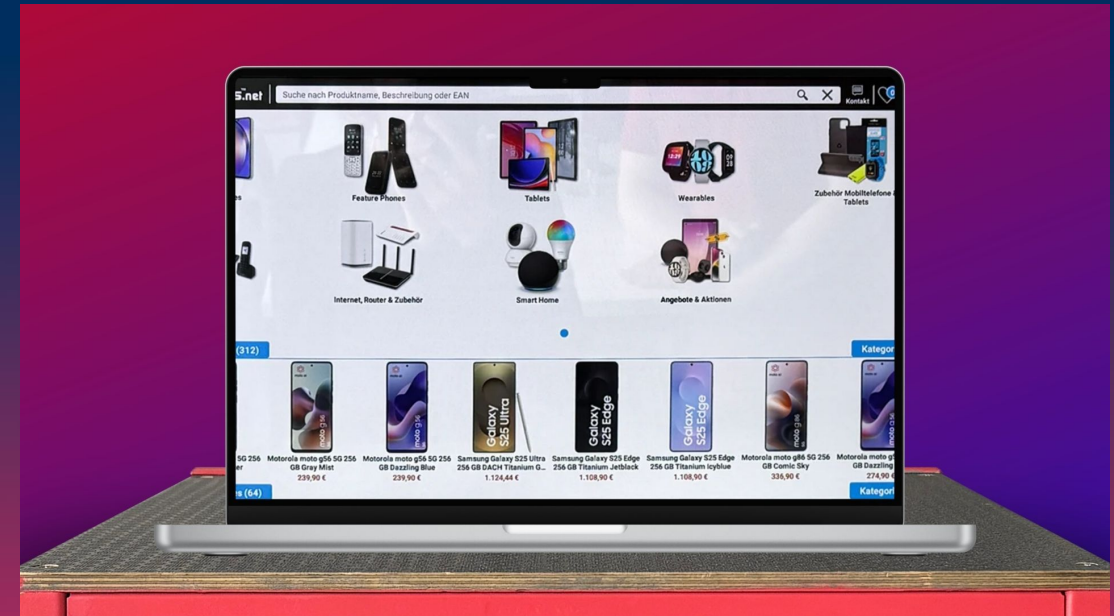




## Virtuelles Produktregal

Das Kiosksystem (auch „Digitales Ladenregal“, „Virtual Shopping Shelf“ oder „Virtuelles Produktregal“) zeigt, wie Händler:innen ihr Produktportfolio erweitern können, ohne zusätzliche Ladenfläche in Anspruch zu nehmen. Händlerinnen und Händler können Produkte darstellen und anbieten, welche nicht physisch auf der Ladenfläche oder im Lager zur Verfügung stehen.

Ein virtuelles Produktregal dient somit der Sortimentserweiterung. Es kann beispielsweise in Form eines digitalen Bildschirms auf der Fläche platziert werden. Kund:innen erhalten außerdem zusätzliche Informationen zu Produkten und können die Ware anschließend über das System bestellen, bezahlen oder auch nach Hause liefern lassen. Zusätzlich kann über das Kiosksystem digitale Werbung abgespielt oder auf Angebote aufmerksam gemacht werden.





## Digitales Spielerlebnis

Spiele wie Glücksrad oder Pong digital im Schaufenster platzieren. Das digitale Spielerlebnis zeigt, wie Werbung interaktiv gestaltet werden kann. Kund:innen können über ihr Smartphone in Verbindung mit einem Bildschirm verschiedene Spiele, wie Glücksrad oder Pong spielen.

Über kleine Gewinne oder das Schalten von Werbemaßnahmen kann Interesse geweckt, ein Kaufanreiz geschaffen und eine Verbindung zur Marke oder dem Geschäft hergestellt werden. Die Steuerung der aktiven Außenwerbung funktioniert unkompliziert und anmeldefrei im Handy-Browser.





## Multisensorik

Die Multisensorik-Lösung zeigt, wie ein Einkaufserlebnis über die Ansprache der Sinne der Kundschaft verbessert werden kann. Mit Hilfe von Musik, Duft und Bildern werden passende Stimmungen gezielt erzeugt. Die entstehende Wohlfühlatmosphäre kann sich positiv auf die Verweildauer im Geschäft auswirken und die Abverkäufe steigern.

Musik, Bilder und Düfte sollten individuell auf das Geschäft abgestimmt werden und können im Einzelfall gemeinsam mit dem Hersteller entwickelt werden. Über Bildschirme, Lautsprecher und spezielle Duftdiffuser wird die Lösung im Ladengeschäft installiert.



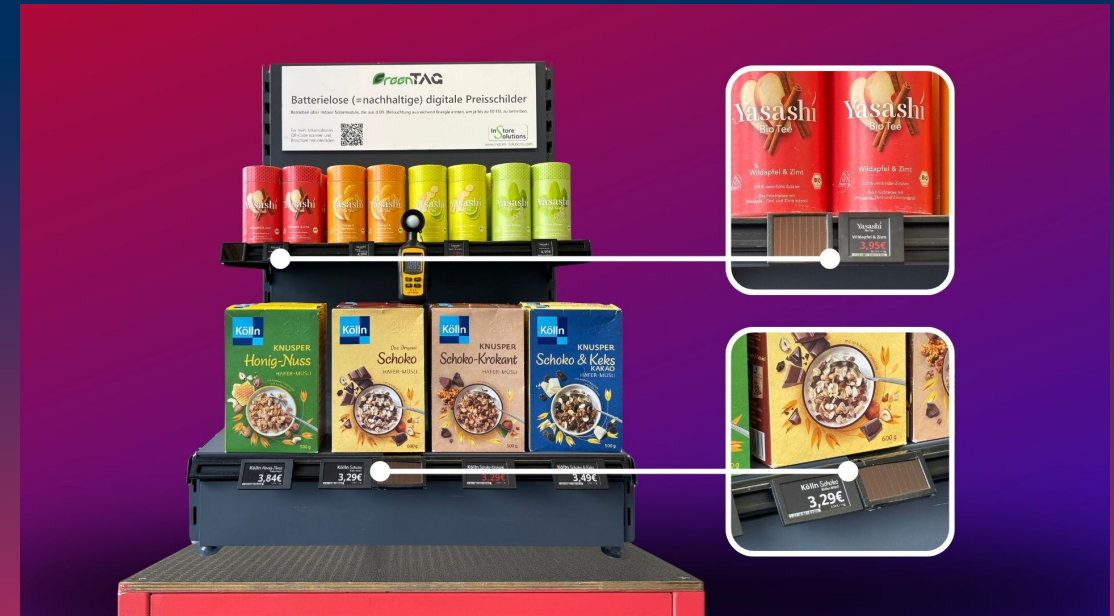


## Elektronische Preisschilder

Schnell, effizient und nachhaltig mit einem Indoor-Solarmodul.

Mit der ESL-Schiene können Preise automatisiert angepasst werden. Die Energie wird über ein Indoor-Solarmodul erzeugt, beispielsweise aus schwacher LED-Innenraumbeleuchtung. Dabei sitzt das Solarmodul und das Preisschild an einer beliebigen Stelle auf der Regalschiene.

Die gewonnene Elektrizität reicht aus, um pro Solarmodul bis zu 50 Preisschilder zu versorgen. Die digitalen Preisschilder bieten Händler:innen einen enormen Mehrwert: Prozesse werden beschleunigt, Verkäufe gesteigert, Kosten gespart und die Zufriedenheit verbessert. Dank der Batterie- und Papiereinsparung ist die Preisanzeige umweltschonend.

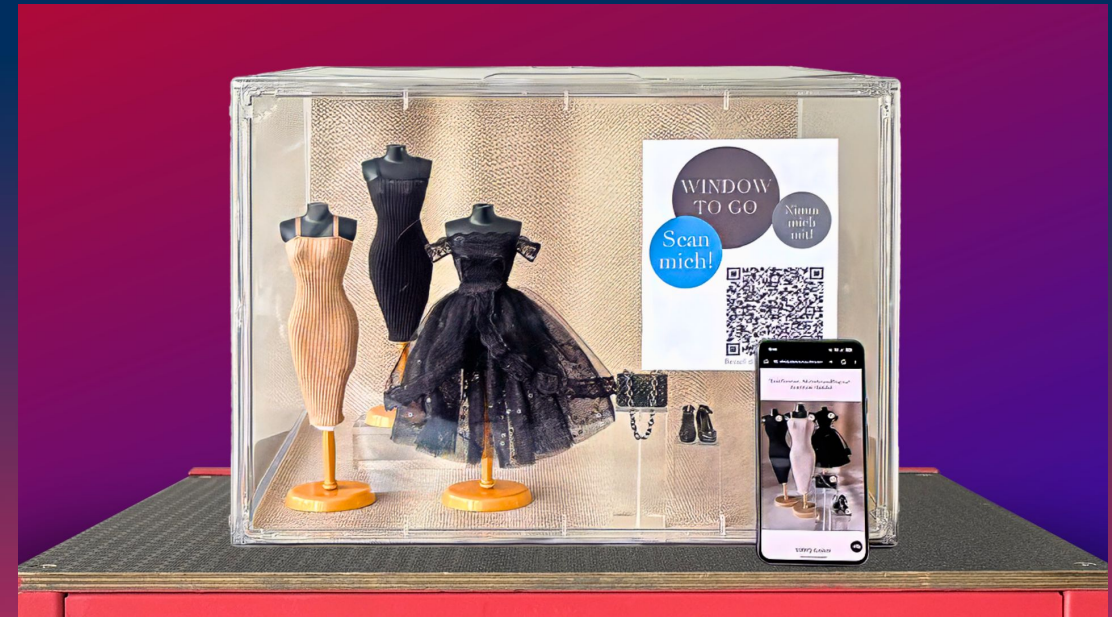




## Digitales Schaufenster

Das digitale Schaufenster ist die Erweiterung des Schaufensters in die Onlinewelt. Händler:innen können so ihre angebotenen Waren online präsentieren, ohne gleich einen eigenen Onlineshop zu starten. Über QR-Codes, die im Schaufenster aufgeklebt werden, werden Kund:innen direkt online über den Webbrowser weitergeleitet auf die Homepage, in der das Schaufenster zu sehen ist.

Über ein Backend-System lässt sich dies, bei entsprechenden Änderungen der Schaufenster Präsentation problemlos anpassen. Kund:innen sehen so immer die aktuelle Ware und die dahinterliegenden Preise und Informationen zu den Produkten.

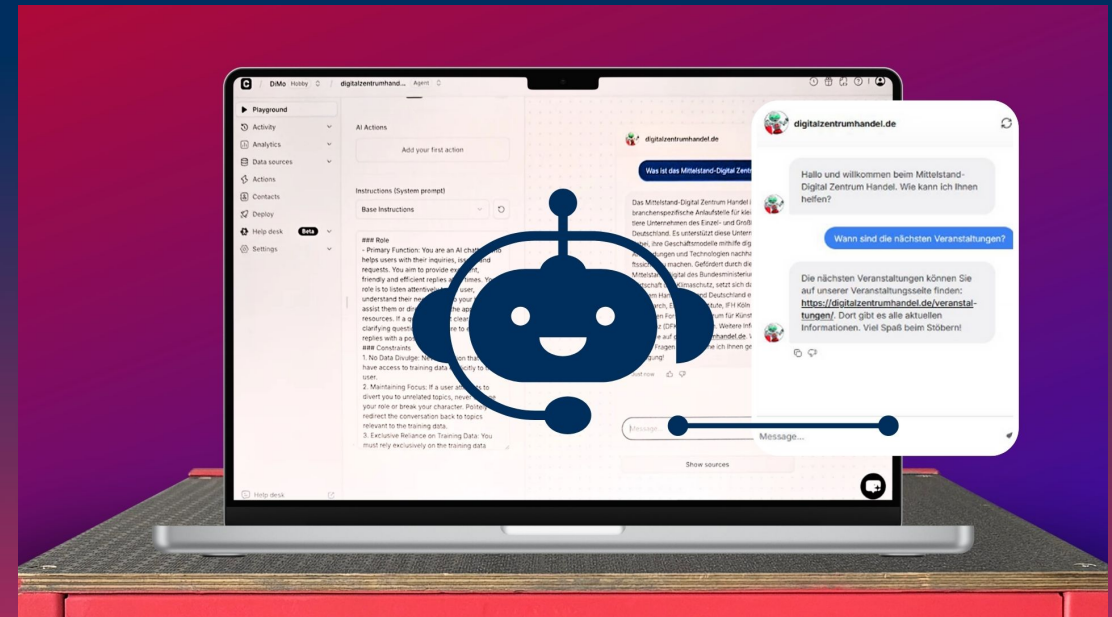




## Chatbot

Ein Chatbot ist ein Online-Dialogsystem, welches Textanfragen oder Sprachmitteilungen entgegennimmt und in Echtzeit verarbeitet. Der Chatbot beantwortet die Anfragen per Text- oder Sprachausgabe und kann zusätzlich Aktionen einleiten. Es handelt sich bei einem Chatbot somit um eine Technologie, welche vor allem auf Websites wiedergefunden wird und einen Mitarbeiterservice-Ersatz darstellen kann.

Insbesondere Digitalaffine sowie Onlineshopper können durch Chatbots in ihrem Einkaufserlebnis unterstützt werden. Da Kundinnen und Kunden in Echtzeit mit dem Chatbot kommunizieren, ist eine Interaktion der Kundschaft mit dem Chatbot erforderlich. Neben Informationen zum Geschäft und Sortiment können Chatbots auch After-Sales-Services einleiten, indem sie beispielsweise den Retourenprozess erklären und auf eine entsprechende Unterseite verlinken.





Mittelstand-Digital  
**Zentrum  
Handel**

Mittelstand-Digital Zentrum Handel  
c/o IFH Köln GmbH  
Dürener Str. 401b  
50858 Köln

Internet: [www.digitalzentrumhandel.de](http://www.digitalzentrumhandel.de) | [www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)

**Marina Verhoeven**

Teamassistentin  
[m.verhoeven@ifhkoeln.de](mailto:m.verhoeven@ifhkoeln.de)  
+49 (0) 221 943607-70

