



Presse-Information

Future Shopping mit Beacons und App von 1eEurope und Schneider Schreibgeräte auf der paperworld 2015

Wie sich zukünftig der Einkauf mit Hilfe von blukii Beacons- und appyvenues-App-Technologie und Smartphones gestalten kann, zeigt die paperworld 2015 in der neuen Sonderschau „Future Shopping“

Frankfurt am Main 29.01.2015 Der traditionelle stationäre Handel hat viele Möglichkeiten, seine Attraktivität für den Kunden auszubauen. Die international führende Fach- und Neuheitenmesse in Frankfurt am Main zeigt in der neuen Sonderschau „Future Shopping“, wie man Ladengeschäfte mit neuer digitaler Technologie verbinden kann. Eine neue Dimension der Kundenansprache, erweiterte Geschäftschancen und die Zukunft des Einkaufens können Fachbesucher vom 31. Januar bis 3. Februar in der Halle 3.1 Stand C15 live erleben. Die Sonderschau wird von der Messe Frankfurt in Kooperation mit der Firma 1eEurope Deutschland und Schneider Schreibgeräte realisiert.

Die reale Welt verschmilzt immer mehr mit der digitalen. Das geht nicht spurlos am Handel vorbei. Der Handel muss sich mit dem digitalen Wandel beschäftigen und frühzeitig über die neuesten Trends, die der Markt zu bieten hat, informieren. „Mit der neuen paperworld Sonderschau „Future Shopping“ zeigen 1eEurope und Schneider Schreibgeräte, auf einem von der Messe Frankfurt nachgebauten Marktplatz auf 400 Quadratmetern, wie der Endverbraucher noch gezielter angesprochen werden kann. Wie kann der Handel über sogenannte Beacons, wie die von blukii, kombiniert mit einer von 1eEurope unter Anwendung von appyvenues Technologie clever gestalteten App, in direkten Kontakt mit dem Kunden treten?

Beacons sind kleine Bluetooth-Sender, deren Signale von modernen Smartphones im Umkreis von bis zu 15 Metern empfangen werden. Entsprechend programmierte Apps entschlüsseln diesen einzigartigen Code und zeigen dem Nutzer auf seinem Smartphone passende Push-Nachrichten an, wie zum Beispiel weiterführende Produktinformationen oder Rabatt-Aktionen. Auch QR-Codes, Couponing-Systeme oder Verlinkungen zu Audio- und Videoinhalten unterstützen und erweitern das Einkaufserlebnis.

Am Point of Sale, wo 70 Prozent der Kaufentscheidungen getroffen werden, wird die Präsentation der Markenwelten durch die Einbindung von mobilen Geräten eine neue

Dimension erreichen. Hoch emotionale Videos, die individuell für die einzelnen Zielgruppen zugeschnitten werden, ergänzen die herkömmlichen Marketingprodukte. So wird der Einkaufsbummel zum virtuellen Shopping-Erlebnis. Voraussetzung für den Einsatz von Beacons ist, dass der Kunde sich nicht belästigt fühlt, sondern die gezielte Information zu Angeboten oder Produkten schätzen lernt.

Auf dem Future Shopping Marktplatz der paperworld stellen die beiden mittelständischen Unternehmen aus Baden-Württemberg die verschiedenen Einsatzbereiche praxisnah vor:

Der Fashion Store zeigt einen ganz besonderen Vorteil des realen Handels: Das Schaufenster. Dort können Waren Passanten angeboten werden. Kaufen kann er sie jedoch nur zu den üblichen Öffnungszeiten. Mit Hilfe von Beacons und einer App mit integriertem e-Shop können Passanten unter dem Begriff Window-Shopping die Ware auch nach Geschäftsschluss sowie an Sonn- und Feiertagen praktisch „im Vorbeigehen“ kaufen und sich nach Hause liefern lassen.

Im Museum der Future Shopping Sonderschau erhält der Besucher über Beacons und App Zusatzinformation zu den Exponaten, auch in Audio-Form. Insbesondere für die jüngere Zielgruppe kann das Museum durch den Einsatz moderner Technologien mehr Interesse wecken und sein antequiertes Image aufpolieren.

Im Food Store wird der Kauf von Lebensmitteln, der im täglichen Leben mit einer immer wiederkehrenden Herausforderung für die Kunden verbunden ist, simuliert: Was essen wir heute? Ein besonderer Service des Handels könnte dabei sein, dem Kunden bei der Lösung des Problems behilflich zu sein. Beim Betreten des Ladens werden zum Beispiel Menü-Empfehlungen zum Produkt im Regal auf dem Smartphone angezeigt. Natürlich können diese Empfehlungen mit anderen Aktionen/Sonderangeboten kombiniert werden. Die Kochrezepte gibt es selbstverständlich kostenlos dazu. Der Handel wird durch diesen zusätzlichen Service von einem reinen „Warenverkäufer“ zu einem „Ideengeber“ für die Kunden.

Im PBS-Store ist die Situation in einem herkömmlichen Schreibwarenladen nachgeahmt. Besonders schwer haben es hier Produkte ohne Verpackungen, z.B. Schreibgeräte, mit versteckten Produktvorteilen. Der Kunde ist oft nicht in der Lage, sich die notwendigen Informationen für eine optimale Kaufentscheidung zu beschaffen – zumal die dafür vorgesehenen Verkäufer ebenfalls überfordert sind, nicht neutral beraten oder gar nicht vorhanden sind. Genau diese Informationen können über Beacons und mobile Geräte genau zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort in der richtigen Sprache für die richtige Zielgruppe zur Verfügung gestellt werden.

Und last but not least erzählt die Sonderschau die Zukunftsstory der Gastronomie. Der Besucher wird im Straßencafé über eine Beacon-Pushnachricht auf seinem Smartphone begrüßt. Bei seinem elektronischem Check in, erhält er gleich die Menükarte angezeigt und kann seine Bestellung abgeben. Als Ausbaumöglichkeit wäre in der Folge die elektronische Bezahlung möglich.

Zum Abschluss ihrer Tour über den „Marktplatz“ erwartet den Besucher der Sonderschau beim Showcase für ein Loyaltykonzept kleines „Goody“ Mit jedem Besuch einer der Future

Store-Stationen in der Einkaufspassage sammelt er Punkte, für die er am Ende der Shoppingtour mit einem Eis am Eisstand belohnt wird. Darüber hinaus kann er mit der Beantwortung eines mobilen Fragebogens seine Eindrücke zur Future Shopping Sonderschau wiedergeben.

Im realen Leben erhält der Handel mit Hilfe von Werkzeugen, wie Beacons und Umfragetools wichtige Daten, zu Besucherprofilen, Laufwegen und Verweilzeiten für zukünftige Marketingstrategien oder Werbekampagnen.

Klaus Bröhl, Geschäftsführer der 1eEurope Deutschland GmbH:

„Die Beacon-Technologie in Verbindung mit clever gestalteten Apps hält viele Möglichkeiten für Handel, Messen, Museen und Städte, aber auch für den B2B Bereich, wie für Verbundgruppen, Fachhandel, Messeaussteller u.a.. bereit. Die Unternehmen können selbst darüber entscheiden, welcher Inhalt zu welchem Zeitpunkt übermittelt werden soll. „Dadurch eröffnen sich zahlreiche neue Wege zur wirtschaftlich sinnvollen direkten Kundenansprache. Im Groß- und Fachhandel können durch mobile Apps z.B. teure MDE-Geräte entfallen. Informationen können in Verbindung mit tollen Funktionen und z.B. Integrationen in bereits bestehende Systeme einfach und schnell auf elektronischen Geräten sichtbar gemacht werden oder automatisiert werden.“

Roland Schneider, Geschäftsführer der Schneider Schreibgeräte GmbH:

„Der Handel unterliegt einem permanenten Wandel durch gesellschaftliche, technologische und logistische Entwicklungen. Der Handel muß sich permanent diesen Neuerungen anpassen. Mit der Sonderschau „Future Shopping“ leistet die Paperworld 2015 dazu einen inspirierenden Beitrag. Das begrüßen wir sehr und freuen uns auf eine möglichst breite und konstruktive Diskussion mit unseren Handelspartnern und auf deren großes Interesse an den Einsatzmöglichkeiten von blukii Beacon Technologie.“

Über 1eEurope Deutschland

Die 1eEurope Deutschland GmbH setzt seit 1996 erfolgreich eBusiness Projekte um. Dabei dienen die Module der Lösungsportfolios wie ADDVITY (B2B Plattform) und appyvenues (Mobile Business APPs) sowie das Serviceportfolio CONSARES (Beratung und Lösungen rund um eCommerce und Muti-Channeling) als leistungsstarke Basis für die erfolgreiche Umsetzung von mittlerweile mehr als 700 Kundenprojekten.

Die 1eEurope betreut viele zufriedene und namhafte Kunden aus den unterschiedlichsten Branchen und entlang der gesamten Wertschöpfungskette wie z.B. VION, Böklunder, Steinhoff, TECHNO-Einkauf, BIKE&Co, Austrian Airlines u.v.m.

Über blukii®:

blukii® ist ein Produkt der Schneider Schreibgeräte GmbH. Seit 75 Jahren fertigt Schneider Schreibgeräte, die höchste Ansprüche an Qualität, Schreibkomfort und Langlebigkeit erfüllen. Pioniergeist und die Aufgeschlossenheit gegenüber Neuem sorgen für kontinuierliche Weiterentwicklung und Anpassung des Produkt-Programms. Aufgrund dieser Innovationskultur ist der neue Unternehmensbereich C.Schneider–New Solutions gegründet worden, um neue Produkte und Lösungen nach dem Motto "ReThink it" umzusetzen.

Kontakt:

Andrea Gühring (Senior Marketing Manager)

1eEurope Deutschland GmbH

Andrea.Guehring@1eEurope.de

Max-Eyth-Str. 38

71088 Holzgerlingen

Telefon: +49 (0)7031 46 17 30

www.appyvenues.de

www.1eEurope.de

Holger Schaffer (Director Business Development)

Schneider Schreibgeräte GmbH

holger.schaffer@schneiderpen.de

Schwarzenbach 9

78144 Schramberg / Tennenbronn

Tel.: 07729 9192841 oder

Mobil: 0173 395 3441

www.blukii.de