

# DAS MAGAZIN FÜR MARKENFÜHRUNG

# markenartikel

- › Kontakt
- › Bestellung
- › Newsletter
- › Mediadaten



Handel

20.03.2013

## Interaktive Einkaufserlebnisse: ECE startet 'Future Labs'

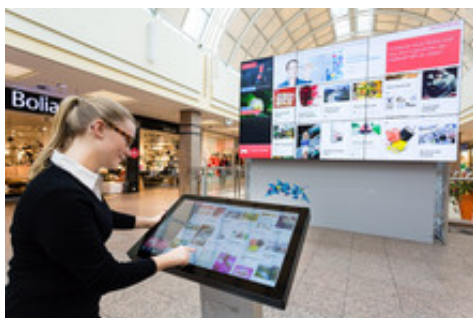


Das Alstertal-Einkaufszentrum in Hamburg und der Limbecker Platz in Essen sind die 'Future Labs' der ECE. In beiden Zukunftslaboren testet die ECE zahlreiche Service-Angebote – vom virtuellen Wegeleitsystem über eine Vielzahl von Social Media-Verknüpfungen bis hin zu interaktiven Spielflächen. Beide 'Future Labs' sollen als Experimentierfelder für neue technische Trends und Ideen dienen.



Das 3D-Wegeleitsystem 'Your Way2go' bietet die Möglichkeit, sich den schnellsten Weg zum gesuchten Store als 3D-Animation per QR-Code aufs Handy zu laden oder sofort am Bildschirm zeigen zu lassen.

"Entwicklungen, die den Kunden gefallen, werden weiterverfolgt und auch in anderen Centern eingesetzt. Was nicht ankommt, wird wieder aus dem Programm genommen und durch neue Ideen ersetzt", erklärt Henrie W. Kötter, Geschäftsführer Center Management der ECE.



Mall Wall: Auf dem hochauflösenden, vier mal vier Meter großen Mega-Bildschirm in der Ladenstraße können die Besucher mit Hilfe eines speziell entwickelten Touch Screens interaktiv agieren.

Entscheidend sei, potenziellen Kunden maßgeschneiderte Informationen zum richtigen Zeitpunkt zur Verfügung zu stellen. Hierfür wurde unter anderem eine kostenlose Applikation für Smartphones entwickelt, die individuell über Angebote, Veranstaltungen und Neuigkeiten informiert. Ein Punkte-Sammel- und Gutschein-System runden die Service-Palette ab.

Weitere Neuheiten der 'Future Labs':

- Mall Wall: Auf dem hochauflösenden, vier mal vier Meter großen Mega-Bildschirm in

der Ladenstraße können die Besucher mit Hilfe eines speziell entwickelten Touch Screens interaktiv agieren: Zur Auswahl stehen z.B. Modetipps, Social Media, Bloggerforen, Spiele und Augmented-Reality-Animationen, bei denen der Betrachter eine durch virtuelle Bilder erweiterte Wirklichkeit erleben kann.

- Reise der Riesen: Auf der Kinderspielfläche können Centerbesucher im Alter von sechs bis elf Jahren virtuell in die Welt der Riesen eintauchen und Abenteuer erleben. Bis zu sechs Kinder können an einem Spiel teilnehmen – die individuell erzielten Punkte werden auf einem Armband gespeichert.
- WLAN: Ab sofort gibt es im Center WLAN-Empfang. Die Besucher können sich per SMS registrieren und erhalten einen Zugangscode (erste Stunde kostenlos).
- 3D-Wegeleitsystem: Als neue Art der Shop-Suche bietet das 3D-Wegeleitsystem 'Your Way2go' die Möglichkeit, sich den schnellsten Weg zum gesuchten Store als 3D-Animation per QR-Code aufs Handy zu laden oder sofort am Bildschirm zeigen zu lassen.
- Am Info Gate beantworten Service-Mitarbeiter via Live-Videostream Fragen der Besucher – beispielsweise zu den Shops im Center oder zu den Abfahrtzeiten von Bussen und Bahnen. Weiterhin besteht die bisherige Kunden-Information mit persönlichen Ansprechpartnern.
- 'Gloria' ist ein virtueller Mall Avatar und weiß alles über das Center. Die Besucher kommunizieren mit der virtuellen Shopping-Center-Führerin interaktiv über Touch-Screen und Bildschirm. Gloria gibt Tipps, spielt mit den Besuchern und versendet Videobotschaften.
- Multi Media Lounge: In entspannter Atmosphäre können die Kunden in der Multi Media Lounge die neuesten Technologien von Samsung kennenlernen – z. B. ist es möglich, Tablets zu testen oder im Internet zu surfen. Ebenfalls kann der bislang größte in Deutschland aufgestellte 3D-Fernseher (70 Zoll) von United Entertain, den man ohne 3D-Brille nutzen kann, ausprobiert werden.
- Social Check-In: Am Terminal bei Facebook einchecken und der Community zeigen, wo man sich gerade aufhält.
- An der Ladestation für Smartphones und Tablets können die Besucher alle gängigen Mobile Devices aufladen (gegen Gebühr).
- Photobuzzer: Posieren, den Buzzer drücken und ein Porträtfoto wird – nach vorheriger Einwilligung – auf die Face-book-Seite des Centers und die Mall Wall gestellt.
- Warme Jacken und volle Einkaufstüten können in der automatischen Garderobe abgegeben werden – Garderobenmarke ist ein ausgedruckter Strichcode.
- Wie zufrieden sind die Centerbesucher? Auf kleinen Tablet-PCs können die Kunden am Touchscreen Feedbackfragen beantworten und Smileys zur Zufriedenheit verteilen. Alternativ gibt es die Möglichkeit, einen QR-Code zu scannen, der direkt auf einen Feedbackbogen führt.
- Für eine noch bessere und schnellere Kommunikation aller Mitarbeiter im Center sorgt in Zukunft die Mallcomm – eine App, die jedem Shop-Mitarbeiter zur Verfügung steht und alle Informationen beinhaltet, die sonst in Papierform verteilt werden (z. B. Mieterhandbücher, Werbepläne und Mieterinfos).

### **Dem Kunden auf der Spur**

In einer Studie mit dem Titel 'Dem Kunden auf der Spur' hat die ECE gemeinsam mit Roland Berger Strategy Consultants das Kaufverhalten in der Multichannel-Welt

untersucht. Dazu wurden rund 42.000 Konsumenten deutschlandweit zu ihrem Einkaufsverhalten befragt. Zusätzlich führten fast 2.000 Studienteilnehmer einen Monat lang persönliche Einkaufstagebücher.

Die Analyse förderte Überraschendes zutage. So ist der Anteil des Online-Handels zwar viel größer als angenommen: Sieben Prozent der Online-Käufe generieren 16 Prozent des gesamten Handelsumsatzes – Tendenz steigend. Doch für den stationären Händler mit seinem Ladengeschäft besteht trotzdem überhaupt kein Grund, vor der Online-Konkurrenz die Segel zu streichen. Denn: Zwei Drittel der Konsumenten sind Stammkunden im stationären Handel, der Kundenbedürfnisse befriedigt, die der Online-Handel noch nicht oder gar nie wird befriedigen können. Die Studie kann kostenlos heruntergeladen werden unter [www.ece.de/multichannelstudie](http://www.ece.de/multichannelstudie).

(vg)

---

## Weitere Nachrichten in dieser Rubrik

[Drogerien wandern ins Web](#)

[Aldi bleibt wertvollste deutsche Retail Brand](#)

[Filiologistik effizienter gestalten](#)

[Jones Lang LaSalle: Moderater Anstieg der Ladenmieten](#)

[Online-Payment: Deutsche favorisieren PayPal](#)

[Familienunternehmen in Deutschland: Positive Entwicklung](#)

[Beeinflussen wirtschaftliche Unsicherheiten den FMCG-Markt?](#)

[Seite weiterempfehlen](#)

**Weitere Publikationen der Verlagsgruppe**

[new business](#) | [CP Monitor](#) | [Healthcare Marketing](#) | [Public Marketing](#)