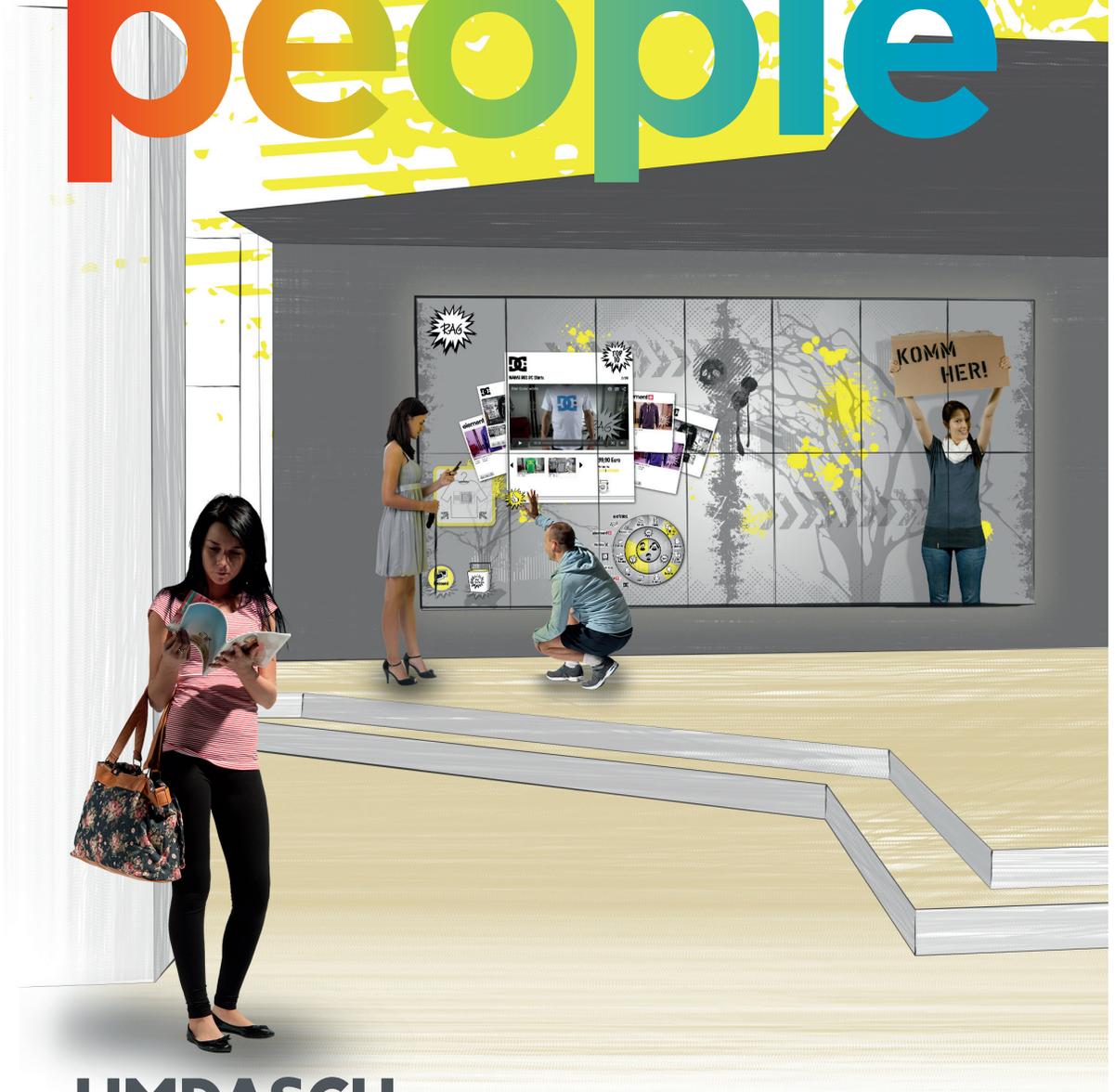


# space for people



**UMDASCH**  
SHOPFITTING

RAG-SHOPPING-WALL

# UMDASCH Shopfitting realisiert innovative Ideen

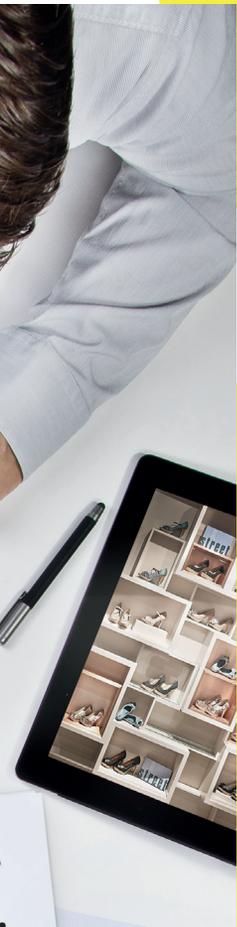
UMDASCH Shopfitting ist ein innovativer und verlässlicher Partner bei der Entwicklung und wirtschaftlichen Realisierung von Ladenbau-Projekten und steht ebenso für ein ganzheitliches Ladenbau Leistungsspektrum mit internationalem Aktionsradius: 360° Shopfitting.

Die Umdasch Beratungsprofis in den Branchenkompetenzfeldern „Fashion & Style“, „Food & Care“ und „Home & Entertainment“

sprechen die Sprache der Retailer und Brands. Mit den Modulen Shop Consult, Shop Project, Shop Systems und Shop Academy verfügt UMDASCH Shopfitting über ein in dieser Zusammensetzung einzigartiges Leistungsspektrum.

Die Module können einzeln oder in jeder individuellen Zusammensetzung in Anspruch genommen werden. Im Hintergrund sorgt ein Netzwerk von mehreren eigenen Fertigungsstätten und globalem Sourcing für erstklassige Qualität und sicher eingehaltene Termine.





Heute besteht die Herausforderung für den Handel mehr denn je darin, in der Lage zu sein den Kunden an den unterschiedlichsten Orten und in den unterschiedlichsten Situationen anzusprechen. Viele Konsumenten sind bereits rund um die Uhr online: zu Hause via PC, Notebook und Tablet, unterwegs via Smartphone und im Geschäft via Ordering-Screen. Mit der Nutzung dieser neuen Technologien verändert sich auch das Shopping-Verhalten zusehends.

Multi-Channel- bzw. Cross-Channel-Retailing und der dynamische E-Commerce-Markt bewegen den Handel. Um mittel- und langfristig wettbewerbsfähig zu sein, gilt es für stationäre Einzelhändler sich an den veränderten Bedürfnissen der Konsumenten zu orientieren und Cross-Channel-Kompetenz aufzubauen. Die wichtigsten Fragen, die sich mittlerweile für

den Einzelhandel stellen lauten demnach: Wann und wie kauft meine Zielgruppe ein?

UMDASCH Shopfitting beschäftigt sich intensiv mit der Zukunft des Handels und baut auf die Forschungsergebnisse der eigenen Mannschaft. In regelmäßigen Abständen setzen sich interdisziplinäre Teams und Projektgruppen mit Zukunftsthematiken rund um Ladenbau und Handel auseinander.

In Kooperation mit RAG, Ars Electronica Linz und SAMSUNG wurde ein zukunftsweisendes Cross-Channel-Projekt erarbeitet: ein revolutionäres, digitales Ladenformat, welches das gesamte verfügbare Sortiment in den Shop bringt. Egal wie groß oder klein die Verkaufsfläche ist. Das Herzstück stellt hierbei die multimediale RAG-SHOPPING-WALL dar.

# Freestyler meets Shopstyler

Durch ein neues, digitales Ladenformat, das die Online-Welt in den Shop bringt, werden Kundenbindung und Emotionalisierung verstärkt, um den Point of Sale zum Point of Confidence zu machen.

Die Verzahnung zwischen Point of Sale und Web-Shop gelingt mit der RAG-SHOPPING-WALL mit Hilfe einer etwa 4 x 2 Meter großen, interaktiven Wand, bestehend aus 14 Full-HD Displays. Sie stellt eine interaktive Plattform dar, die in der fortschreitenden Digitalisierung der Konsumwelt ein zeitgemäßes Interface am POS für Kunden des stationären Handels wie auch für Online-Shopper bietet. So wird das haptische Produkterlebnis mit den Möglichkeiten der digitalen Produktinformation und Online-Funktionalitäten verknüpft. Die Präsentation des gesamten Warensortiments wird (basierend auf dem bestehenden Web-Shop) mit dieser Wand möglich und schafft in Zeiten der digitalen Konsumwelt einen neuartigen Erlebnisraum für Kunden.



**ARS ELECTRONICA SOLUTIONS**

**SAMSUNG**



# Design und Interaktion RAG-SHOPPING-WALL



Die RAG-SHOPPING-WALL verfügt im Frontend über eine aktive und eine passive Ebene.

Die passive Ebene ist immer aktiviert. Hier werden Werbetexte abgespielt sowie die 10 beliebtesten RAG-Produkte in einer Hitlist gezeigt. Das Pinboard wiederum zeigt von Benutzern mittels mobilen Endgeräten ins System der Wand hochgeladene Fotos und unterstützt das Community-Building. Die hochgeladenen Fotos können bewegt, neu angeordnet und geliked werden. Jeder kann selbst Fotos an die Wand schicken und Teil der RAG-Community werden. Zwischen diesen Anwendungen tauchen immer wieder animierte Videoclips auf – es sind dies extra für die Wall produzierte Teaser, die das Interesse der Umstehenden wecken und sie zur Interaktion auffordern sollen. Tritt der Konsument näher zur Wall, schaltet sich die aktive Ebene ein. Ausgewählte Produkte können an die Wand gehalten werden, die dann alle relevanten Informationen dazu ausgibt und weitere Produkt-Vorschläge im Sinne des Cross-Sellings macht.

Mittels Touch-Oberfläche können zeitgleich und unabhängig voneinander zwei Personen durch das gesamte Produktportfolio stöbern. So wird plötzlich virtuell Ware im Laden verfügbar, die am POS nur begrenzt zur Auswahl steht. Es ist beinahe alles möglich: Sich einfach ein großes Sortiment anzusehen, eine spezifische Auswahl anhand Gender, Kategorie oder Special Offers zu treffen, nach einer bestimmten Marke zu suchen oder Informationen von physisch vorhandenen Produkten zu erhalten, wenn der Produktcode bei der Wall eingescannt wird.

Eine weitere verkaufsfördernde aktive Funktion ist das Befüllen eines Warenkorbs. Coole Produkte legt man ins RAG-Bag und hebt sich diese so für später auf. Durch Befüllen des Bags wird eine temporäre Website mit QR-Code kreiert. Scannt man diesen Code mit dem Handy, hat man seine individuell zusammengestellte Einkaufsliste auf dem eigenen Smartphone und kann die Ware von überall kaufen.



Ein weiteres zusätzliches Feature ist, dass man sich die Lage jedes einzelnen Produktes im Shop ansehen kann, falls man es direkt probieren oder kaufen möchte. Soll die persönliche Einkaufstasche länger gespeichert werden, kann der Benutzer sich über das Handy mit dem RAG Web-Shop verbinden und die Ware in die Favoriten übertragen. Der Kunde hat die Möglichkeit, wo und wann er will die Ware zu erwerben, zu begutachten oder zu bezahlen. Ob im Bereich Food & Care, Home & Entertainment oder Fashion & Style: Die entwickelte multimediale Wand kann an den unterschiedlichsten Orten implementiert und in den verschiedensten Produktsegmenten zu einem Cross-Channel-Mehrwert im Handel führen.

3

4

# Boarding around the world wide web

**Online- oder Offline-Shopping?  
Diese Frage stellt sich schon  
längst nicht mehr.**

UMDASCH Shopfitting, Ars Electronica Linz, RAG und SAMSUNG realisierten die interaktive Shopping-Wand, die selbst aktive Cross-Channel-Shopper staunen lässt.

Die RAG-SHOPPING-WALL ist von Mitte September bis Mitte Dezember 2013 im Zuge einer intensiven Test- und Analysephase im RAG-Shop auf der Mariahilferstraße 20, A-1070 Wien zu sehen. In weiterer Folge wird die Wall in ihrer vollen Funktionalität ein Teil auf dem EuroShop-Messestand von UMDASCH Shopfitting vom 16.–20. Februar 2014, in Düsseldorf, sein.



# Kontaktieren Sie uns

Die Experten von UMDASCH Shopfitting realisieren Projekte in über 30 Ländern. Unser interaktives Team besteht aus Architekten, Grafikern, Innenarchitekten, Projektleitern, Technikern und Marketing-Spezialisten.

## Ihr Ansprechpartner für weitere Informationen:

### Günther Berger

M +43 664 512 0474

[guenther.berger@shop-consult.com](mailto:guenther.berger@shop-consult.com)

Umdasch Shopfitting Group GmbH  
Josef Umdasch Platz 1  
3300 Amstetten, Austria

