



CASE STUDY

Londis DCU präsentiert innovatives Einzelhandelsgeschäft mit neuester Technologie

Das neue Vorzeigeprojekt von Londis DCU in der Dublin City Universität brilliert mit verschiedenen Panasonic Technologien.

Herausforderung

Ein effizientes, überzeugendes Einkaufserlebnis im „Geschäft der Zukunft“ von Londis DCU.

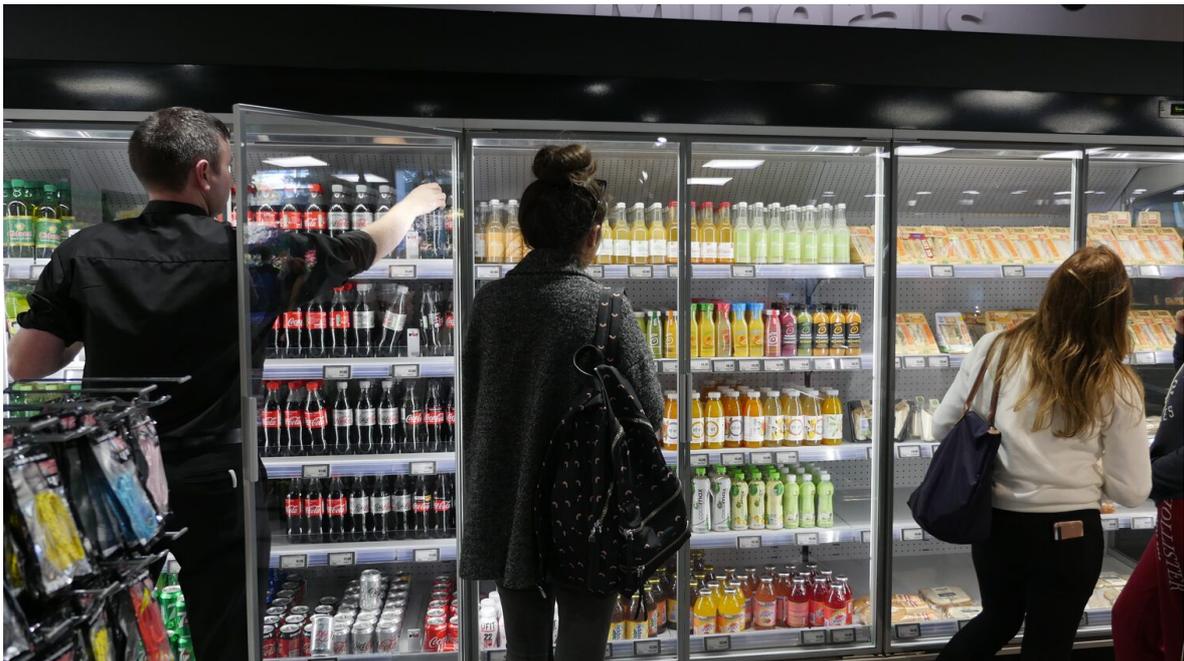
Lösung

Neue Hybrid-Beleuchtungsprojektionen, elektronische Regalkennzeichnung und automatische Bestandsüberwachung.

"Mit dem Space Player sind überall im Geschäft digitale Anzeigen möglich. Dies verschafft uns die Möglichkeit, im Innenraum und an den Außenwänden Werbeflächen zu vermieten und uns auf diese Weise neue Umsatzquellen zu erschließen"

Donald Christian

Retail Manager
DCU



Mitten im Herzen des DCU-Campus hat Londis ein nachhaltiges Lebensmittelgeschäft eröffnet, das mit modernsten Technologien ausgestattet ist. Seit mehr als einem Jahr arbeitet die DCU mit der Londis-Muttergesellschaft BWG Foods an diesem Concept Store. Zum Einsatz kommt eine hochmoderne, intelligente und zentrale Plattform, die alle Vorgänge innerhalb des Ladens kontinuierlich überwacht. Sie sorgt für effizientere Betriebsabläufe und ein optimiertes Kundenerlebnis, und wirkt auf diese Weise umsatzfördernd.

„Die Idee ist, ein nachhaltig arbeitendes Geschäft zu kreieren, in dem die neuesten und fortschrittlichsten Technologien zum Einsatz kommen, die neue Maßstäbe im Einzelhandel setzen“, erklärt Donald Christian, Verkaufsleiter bei DCU. „Unser Geschäft bietet nicht nur den Studierenden ein fantastisches Einkaufserlebnis in allernächster Nähe, sondern ist auch ein perfektes Vorzeigeprojekt für den gesamten Einzelhandel in Irland. Wir möchten, dass Einzelhändler unser Konzept ansehen und verbessern. Wenn dies den irischen Einzelhandel auf lange Sicht gesünder und profitabler macht, haben wir unser Ziel erreicht.“

„Der SpacePlayer™ wurde eingeführt, um den Laden mit flexiblen, digitalen Anzeigen lebendiger und aufregender zu gestalten.“

Drei Panasonic SpacePlayer™-Hybrid-Beleuchtungsprojektoren ermöglichen die elektronischen Anzeigen. Eine hochmoderne Bildprojektionslösung wirft die Videoinhalte auf ausgewählte Wände innerhalb des Geschäfts. Die Systeme lassen sich in standardisierte Lichtschienensysteme einhängen und sind somit unglaublich flexibel. Donald Christian dazu: „Der SpacePlayer™ wurde eingeführt, um den Laden mit flexiblen, digitalen Anzeigen lebendiger und aufregender zu gestalten. Dies verschafft uns die Möglichkeit, im Innenraum und an den Außenwänden Werbeflächen zu vermieten und uns auf diese Weise neue Umsatzquellen zu erschließen.“

Der nächste Schritt ist Kunden selbst einzubinden: Womöglich mit einer App. Die Studierenden können ihre eigene Pizza zusammenstellen und bezahlen. Die Pizza wird ihnen dann virtuell in der SpacePlayer™-App angezeigt, die auch gleich die Abholzeit angibt.

Die Beleuchtung wurde von Beleuchtungsdesigner Domus Projects Ireland realisiert. „Die DCU forderte Domus heraus, die neuesten Beleuchtungstechnologien zu installieren“, erklärt Geschäftsführer Jim Whelan. Neben dem SpacePlayer™ installierten wir eine Beleuchtung, die sich über eine App steuern lässt. So können die einzelnen Waren optimal hervorgehoben werden. Helles Licht funktioniert sehr gut für Obst und Gemüse. Für Backwaren eignet sich ein gedämpfteres Licht besser.“



„Ich glaube, Irland ist ein Knotenpunkt für Einzelhandelsinnovationen. Der SpacePlayer™ kommt genau zu einem Zeitpunkt, an dem die großen Einzelhandelsketten nach neuem Ausschau halten. Das ist eine großartige Chance mit viel Potenzial!

"Die Buchung der Werbeflächen im Geschäft mit dem SpacePlayer™ ist schon gut angelaufen. Der erste Abschluss besaß einen Wert, der fast so hoch war wie unser Kaufpreis, sodass die Kosten für die Anlagenanschaffung praktisch schon ausgeglichen werden konnten", berichtet Donald Christian.

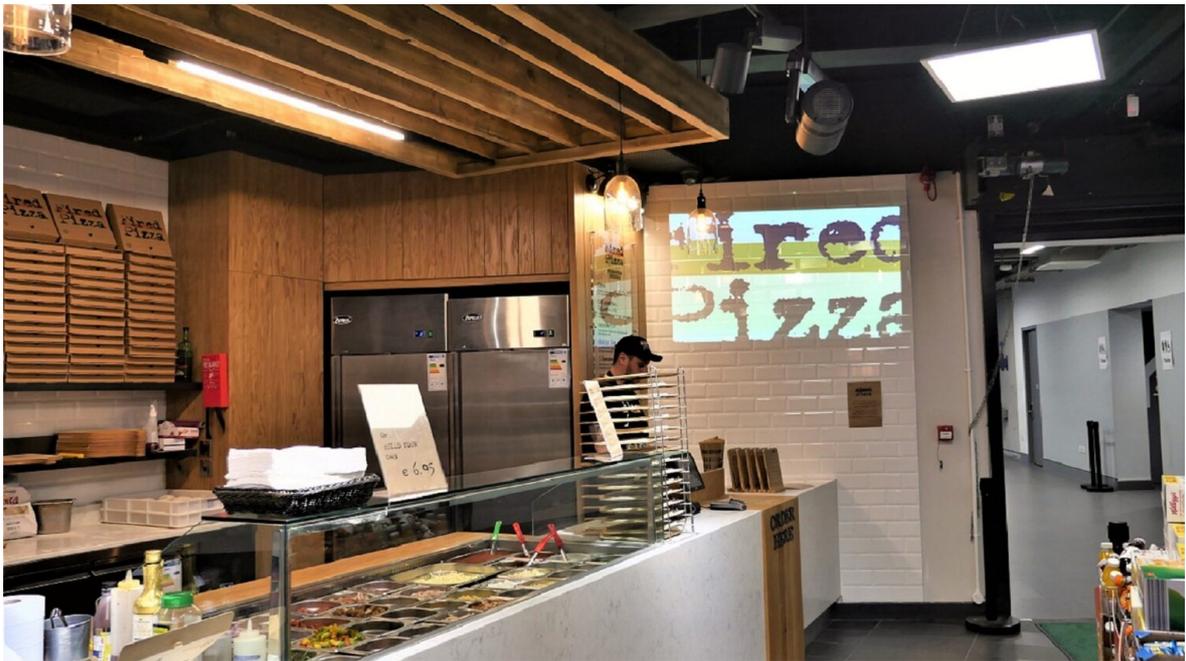
Londis installierte eine intelligente Laden-Plattform. Diese komplexe, hochspezifische Lösung übernimmt die aktive Überwachung aller Regalaktivitäten. Die gemeinsam von Panasonic und SES-imagotag entwickelte Automated Shelf Monitoring (ASM)-Lösung kombiniert Videoüberwachung, intelligente geolokalisierte Preiskennzeichnung und Videoanalytik, damit automatisch in Echtzeit erkannt wird, welche Produkte nicht mehr vorrätig sind. Zudem lässt sich das System mit dem Lagerhaltungssystem verbinden, um Nachbestellungen automatisch zu tätigen.

„Mit unserer RGB-Beleuchtung lässt sich abends eine ganz andere Atmosphäre erzeugen als tagsüber, wodurch eine ideale Anpassung an die jeweiligen Veranstaltungen im Gebäude ermöglicht wird.“

Die intelligente Plattform ermöglicht eine zentrale Kontrolle der digitalen Preisschilder und damit auch eine dezentrale Produktbepreisung in Echtzeit. So können Preise dynamisch angepasst und im Laufe des Tages geändert werden, um Lebensmittelabfälle frischer Produkte zu vermeiden und den Gewinn zu verbessern. Die digitalen Preisschilder sind zudem mit Smartphones kompatibel. Damit lassen sich Produktinformationen über mobile Geräte abrufen und Verbraucherpräferenzen erfassen.

„Die Zeitersparnis ist enorm“, erklärt Donald Christian. „Ein Beispiel: 1.000 Preisschilder zu wechseln, dauert 15 Personenstunden. Jetzt brauchen wir dafür nur noch 15 Minuten.“

„Für das ASM-System ist die Zeitersparnis ein massiver Vorteil. Und es bringt eine Verhaltensänderung für das Personal mit sich. Die Angestellten können die Regale jetzt proaktiver nachfüllen, statt mit anderen Problemen kämpfen zu müssen. Wenn wir eine Warnung vom System erhalten, können wir die Regale sofort auffüllen. So vermeiden wir Situationen, in denen wir die Artikel für die Kunden aus dem Lager holen müssen, was sehr zeitraubend ist.“



„All unsere Technologien haben das Ziel, unseren Mitarbeitern mehr Zeit zu verschaffen, um im Geschäft für ein ausgezeichnetes Kundenerlebnis zu sorgen. Wenn wir alle Produkte vorrätig haben, kommen die Kunden wieder. Und wenn wir einen hervorragenden Service bieten, kommen die Kunden ebenfalls wieder. Beides hängt voneinander ab.“

„Londis legt großen Wert darauf, ständig neue Möglichkeiten zu finden, das Einkaufserlebnis für unsere Kunden zu verbessern. Dabei haben wir ein neues Storekonzept entwickelt, mit dem sich unsere Händler auf dem Markt besonders gut abheben können. Zudem wird auch die Anpassung an die sich regelmäßig verändernden Bedürfnisse und Erwartungen des vielseitigen Kundenstamms im Lebensmitteleinzelhandel erleichtert“, kommentiert Conor Hayes, Verkaufsleiter bei Londis.

„Die Zeitersparnis ist enorm: 1.000 Preisschilder zu wechseln, dauert 15 Personenstunden. Jetzt brauchen wir dafür nur noch 15 Minuten.“

Neben der Eröffnung des neuen Geschäfts auf dem Campus arbeiten Londis, ihre Muttergesellschaft BWG Foods und DCU Innovation an der Erforschung und Erprobung neuer Technologien, die Teil des Shoppererlebnisses der Zukunft werden könnten. Im Rahmen ihrer Zusammenarbeit testen die Partner neue Konzepte und leisten Pionierarbeit in der umfangreichen Logistikkette und dem weitläufigem Händlernetzwerk von BWG.

„So oft ich auch wiederhole, dass wir den Einzelhandel in Irland durch neue Maßstäbe und neueste Technologien optimieren wollen: Ohne Umsatzsteigerungen ist all dies nicht möglich“, fügt Donald Christian, Verkaufsleiter bei DCU, hinzu. „Die Ergebnisse müssen stimmen. Und ich bin zuversichtlich, dass uns das mit unserem neuen Konzept gelingt.“

