



Multitouch-Technologie motiviert Mitarbeiter.



Showroom Küchenstudio.



dfs.

# Virtualität revolutioniert das Erlebnis realer Shopping-Welten

**Die Zukunft des Shoppings ist virtuell – allerdings nicht im Internet, sondern in der Fußgängerzone. Der Softwarespezialist Videro AG mit Sitz in Gronau verbindet interaktive Multitouch-Technologie und Kreativität mit der Fachkompetenz von Verkäufern zu einem realen Shopping-Erlebnis, das alle Sinne anspricht.**

TEXT: JESSICA HOLZHAUSEN | FOTOS: VIDERO AG

Es ist keine neue Erkenntnis, dass viele traditionelle Geschäfte unter der Konkurrenz aus dem Internet und Umsatzeinbußen leiden. „Es ist ein Thema, das uns seit langem umtreibt,“ sagt Johannes Büld, Vorstandsvorsitzender der Videro AG. Das Unternehmen entwickelt seit mehr als 20 Jahren Softwarelösungen für interaktive Medien. Der derzeitige Schwerpunkt des Unternehmens liegt darauf, Ladengeschäfte wieder attraktiver zu gestalten und mit Hilfe digitaler Verkaufskonzepte echte Kundenerlebnisse zu schaffen. Diese Konzepte verknüpfen die Vorteile des Internets mit der Haptik und Visualisierung eines real existierenden Geschäfts, kurz: Sie verbinden Information und Aktualität mit Emotionen.

Die englische Möbelfirma dfs mit rund 120 Geschäften beispielsweise war auf der Suche nach einer innovativen Lösung, um ihre Ladengeschäfte attraktiver zu gestalten. Nachdem der Möbelanbieter über

Jahre hinweg klassische Digital Signage Lösungen eingesetzt hatte, entschied er sich, gemeinsam mit Videro die Inhalte der eigenen Onlinewelt im Laden verfügbar zu machen: Jeder Berater bekam ein Tablet in die Hand – mit interaktivem Zugriff auf die Daten des Online-Shops. Die Tablets wiederum sind mit im Geschäft installierten Bildschirmen verbunden. So kann der Berater Kunden schnell alle gewünschten Informationen zusammenstellen und mögliche Möbelkonfigurationen direkt auf dem Großbildschirm demonstrieren. Daraus entsteht ein dreifach positiver Effekt: Die Kunden sind beeindruckt und die Berater fühlen sich besser informiert und gestärkt. Der Umsatz stieg um bis zu fünf Prozent.

„Das Ergebnis ist Erlebnis-Shopping verbunden mit Fachkompetenz,“ erklärt Johannes Büld. Besonders deutlich wird dies am Beispiel Disney, deren Flagships-

tores seit mittlerweile fast zehn Jahren ebenfalls Videro Software nutzen. „Bei den neueren Stores gibt es immer um 15 Uhr eine Märchenstunde, die der Verkäufer per iPad startet. Dann wird das Licht gedimmt, es leuchtet der Sternenhimmel, es riecht nach Moos...,“ beschreibt Johannes Büld das moderne Erlebnisshopping, das alle Sinne anspricht. Probieren Kinder ein Kleid an, so können sie sich im Magic Mirror betrachten, der sie virtuell in die entsprechende Märchenwelt versetzt. Diese neue Technologie hatte einen unerwartet hohen Einfluss auf den Umsatz. Und auch bei den Verkäufern sei die Begeisterung spürbar, sagt Büld. „Wir verbinden hier die physische und die virtuelle Welt zu einem einzigartigen Erlebnis.“

Einen weiteren positiven Aspekt hat diese neue Form des Einkaufens und Verkaufens: Sie spart Platz. Mit Videro können Möbelhäuser ein größeres Sortiment auf deutlich kleinerer Fläche präsentieren. Gerade in Zeiten, in denen Verkaufsflächen in bester Lage immer teurer werden, ist dies ein wichtiges Argument für den Einsatz digitaler Lösungen.

[www.videro.de](http://www.videro.de)