

Digital wird physisch

Showrooming, Customizing und die Verknüpfung der Kanäle: Zwei Branchen zeigen, wie durch einfallsreiche Ideen die virtuelle Regalverlängerung in den Store zurückgebracht und das Potenzial stationärer Handelsflächen erweitert werden kann.

von Konny Scholz

Jahrelang wurde die „Regalverlängerung“ zitiert, die sich der stationäre Einzelhandel durch den Online-Shop verschafft – mit in der Folge konzentrierter physischer Sortimente und kleinerer Flächen. Inzwischen zeigt die Lernkurve, dass der Mensch und Kunde viele Produkte anfassen und von allen Seiten betrachten will. Daher wird verstärkt darüber nachgedacht, wie Produkten, die in den digitalen Regalen lagern, physisch am POS ein Gesicht gegeben werden kann. Zwei Beispiele zeigen, wie der stationäre Einzelhandel höhere Produktvielfalt auf der Fläche darstellen kann – ohne Kapitalbindung und zusätzliches Risiko, aber unter Zuhilfenahme der inzwischen etablierten digitalen Produktbestellung.

Peter Kaiser: Schuh-Bar

Die „Shoobar“ der Schuhmarke Peter Kaiser hilft dem Schuhfachhandel, seine Modelle auch in kräftigen Farben ohne Abschriftenrisiko zu verkaufen. Immer, wenn die Mode viel Farbe propagiert, läuft der Schuhhandel Gefahr, Modelle bzw. einzelne Größen nicht verkaufen zu können oder beim Ordern zur falschen Farbe gegriffen zu haben. Das Resultat: Der Handel scheut das Risiko und setzt auf „sichere“ Farben wie Schwarz, Blau und Braun.

Die „Shoobar“ der Marke Peter Kaiser ist ein Tisch-Konzept, auf dem zwei Schuhmodelle in 20 aktuellen Farbvarianten präsentiert werden – allerdings nur als Ansichtsmodelle. In den darunterliegenden Fächern sind alle Größen der Modelle in Schwarz zum Anprobieren untergebracht. Die Kundin kann sich also die gewünschte Farbe auswählen und die passende Größe des bevorzugten Modells wie gewohnt durch Anprobe ermitteln. Der ausgewählte Schuh wird vom Verkaufsmitarbeiter bestellt, bezahlt wird direkt vor Ort an der Kasse. Geliefert wird an die Kundin oder zur Abholung in den Store. Die Schuhmodelle werden bei Peter Kaiser in Pirmasens „on demand“ gefertigt. Die von Peter Kaiser erdachte und gemeinsam mit dem Designbüro Schwitzke entwickelte „Shoobar“ ist urheberrechtlich geschützt. In diesem Herbst wird sie an rd. 30 Schuh- bzw. Modehändler geliefert, darunter zum Beispiel Breuninger und Baltz in Bochum.



Stefan Frank, Geschäftsführer der Schuhmarke Peter Kaiser, präsentiert die Shoobar

Hunter: Miniatur-Hundesofas

Auswählen, bestellen, liefern lassen ist auch das Prinzip der „Mini-Hundesofas“ der Marke Hunter, Hersteller von Heimtierzubehör. Hierbei handelt es sich um ein Regalelement, das 34 Hundesofas aus dem Sortiment der Marke im putzigen Kleinformat bereithält. Handlich und gerade groß genug, um sich einen realistischen Eindruck von Produkt, Qualität, Material und Haptik zu verschaffen, animieren die puppenstuhnhafte Miniaturmöbel geradezu, hinzugreifen und sich mit ihnen zu beschäftigen. In Design und Ausstattung entsprechen die Miniaturen exakt den Originalgrößen und bieten dadurch die Möglichkeit, maximale Sortimentstiefe platzsparend auf kleinstem Raum zu präsentieren. Das Element ist sowohl in Tego-Regalsysteme integrierbar als auch alleinstehend nutzbar. Nachdem ein Kaufentscheid gefallen ist, wird das Modell bestellt und an der Kasse im Store bezahlt.

redaktion@ehi.org



Foto: Hunter International

Gute Idee: Die vielen Farbvarianten des Modells werden in Miniaturgröße präsentiert. Der Hund hat gewählt