

Pressemitteilung

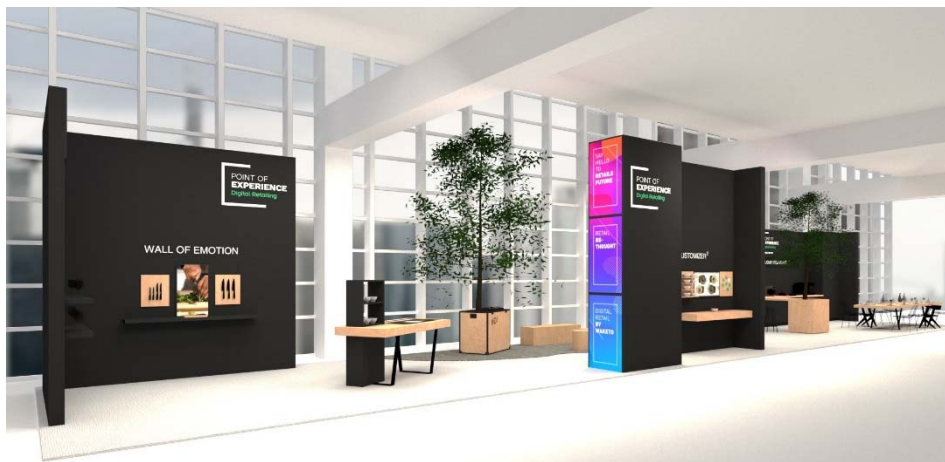
Oktober 2018

Mit modernster Technologie stationär einfach erfolgreich sein

Patricia Fritzsche
 Tel. +49 69 75 75-6087
 Patricia.Fritzsche@messefrankfurt.com
 www.messefrankfurt.com
 www.ambiente.messefrankfurt.com

Längst erwarten Kunden in den Geschäften mehr als Produkte und deren Präsentationen. Analog und digital sollen im Sinne des Kundenservice Hand in Hand gehen. Die Ambiente, die Weltleitmesse der Konsumgüterindustrie, zeigt mit ihrer Sonderpräsentation Point of Experience auch im zweiten Jahr, wie beim Einkaufen der Zukunft das eine mit dem anderen funktioniert.

Die Sonderpräsentation „Point of Experience“, die vom Design- und Realisierungsbüro Gruschwitz GmbH und der Consulting Agentur Waketo GmbH kuratiert wird, stellt im Foyer der Halle 4.1 die Customer Journey der Zukunft erlebnisorientiert dar. Anschaulich und praxisnah inszeniert sie ein vollständiges Ladenkonzept – zum Anfassen und Ausprobieren. Sie zeigt, wie sich Einzelhändler erfolgreich gegenüber Mitbewerbern aus dem Internet positionieren können, indem sie auf Multi-Channel setzen und diesen leben. Im Vordergrund steht die Individualisierung und Beratung der Kunden und wird digital neu gedacht. Aufgebaut wie ein Markplatz zeigt die Sonderpräsentation wie Augmented Reality, Barcode-Scanning und Touch Module den stationären Handel erweitern können und damit Kunden auf emotionaler Ebene begeistern. Der neue Customizer individualisiert und stellt gesamte Produktwelten für den jeweiligen Kundentyp zusammen. Ein Highlight ist der „Thinking Hub“, in dem es Workshops und Vorträge zu den einzelnen Themen gibt.



Messe Frankfurt Exhibition GmbH
 Ludwig-Erhard-Anlage 1
 60327 Frankfurt am Main

Wall of emotions am Point of Experience

„In unserer Denkweise möchten wir nicht unnötig digitalisieren, sondern nur dann Digitale Tools und Digitale Erweiterungen verwenden, wenn

dem Kunden dadurch ein Mehrwert generiert wird – sozusagen ein weiterer Nutzen. Der Verbraucher wird auch in Zukunft das Bedürfnis haben etwas anzufassen und eine Haptik zu spüren, möchte jedoch auch die grenzenlose Vielfalt und das perfekte Produkt zur richtigen Zeit haben. Genau diese Punkte nutzen wir beispielsweise um ein Produkt zu individualisieren in einem Zusammenspiel von Haptik und Digital“, so Nikolai Gruschwitz, Geschäftsführer Waketo GmbH. Dafür konzipiert das Münchner Traditionsunternehmen zum zweiten Mal die Ambiente-Sonderausstellung „Point of Experience“ als Zusammenspiel von on- und offline.

Neu gedacht

Der Shop in Shop-Gedanke wird an den Touch Tables neu gedacht: Produkte lassen sich im Geschäft haptisch fühlen und Produktwelten durch NFC Tagging gleichzeitig auf einem Tablet entdecken. Durch das Scannen eines Barcodes wird an der Wall of Emotions ein Video aktiviert, das dem Kunden Informationen über das gewählte Produkt hinaus liefert. So gibt es beispielsweise beim Scannen einer Flasche Wein eine Empfehlung durch einen Sommelier oder beim Scannen einer Pfanne spannende Tipps zum Kochen.

Der Customizer arbeitet mit der RFID-Technologie. Dabei geht es nicht darum ein einzelnes Produkt auszuwählen, sondern ein ganzes Gedeck zusammenzustellen. Durch das Wählen verschiedener Produkte kann man so die Basis seines Tischgedeckes aussuchen. Individualisieren lässt es sich durch bestimmte Materialien, Muster, Farben oder Strukturen.



Sonderpräsentation Point of Experience auf der Ambiente

Bei der Station Augmented Living zeigt der Point of Experience wie man beispielsweise einen real gedeckten Tisch durch weitere digitale Utensilien ausschmückt und dekoriert. Hierbei kann der Kunde die Produkte vor dem Kauf direkt bei sich vor Ort über sein Tablet testen und ansehen.

Die Ambiente findet vom 8. bis 12. Februar 2019 statt.

Ambiente
Internationale Frankfurter Messe /
International Frankfurt Trade Fair
Frankfurt am Main, 8. bis 12. Februar
2019

Hinweis für Journalisten:

Inspirationen, Trends, Styles und Persönlichkeiten entdecken Sie im [Ambiente Blog](#).

Presseinformationen & Bildmaterial

→ <http://ambiente.messefrankfurt.com/journalisten>.

Ins Netz gegangen:

www.facebook.com/ambientefair | www.twitter.com/ambiente |
www.instagram.com/ambientefair | www.ambiente-blog.com

Internationale Leitmesse Ambiente

Die Ambiente ist die internationale Leitmesse und weltweite Nummer 1 für Produkte rund um den gedeckten Tisch, Küche und Hausrat, Einrichtungs- und Dekorationsaccessoires, Wohnkonzepte, Geschenkartikel sowie Schmuck und modische Accessoires. Sie ist „The Show“ für eine gesamte Branche. Aufgrund ihres in Breite und Tiefe konkurrenzlosen Produktangebots ist sie weltweit einzigartig. Auf der Ambiente 2018 zeigten 4.376 Aussteller den 133.582 Fachbesuchern aus 168 Ländern fünf Tage lang ihre Produktklassiker und Innovationen. Die bedeutendste globale Konsumgütermesse bietet gleichzeitig eine Vielzahl an Events, Nachwuchsprogrammen, Trendinszenierungen und Preisverleihungen.

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Messe Frankfurt ist der weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalter mit eigenem Gelände. Mehr als 2.400 Mitarbeiter an 30 Standorten erwirtschaften einen Jahresumsatz von rund 669 Millionen Euro. Mittels tiefgreifender Vernetzung mit den Branchen und eines internationalen Vertriebsnetzes unterstützt die Unternehmensgruppe effizient die Geschäftsinteressen ihrer Kunden. Ein umfassendes Dienstleistungsangebot – onsite und online – gewährleistet Kunden weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Die Servicepalette reicht dabei von der Geländevermietung über Messebau und Marketingdienstleistungen bis hin zu Personaldienstleistungen und Gastronomie. Hauptsitz des Unternehmens ist Frankfurt am Main. Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent. Weitere Informationen:

www.messefrankfurt.com | www.congressfrankfurt.de | www.festhalle.de

Ambiente
Internationale Frankfurter Messe /
International Frankfurt Trade Fair
Frankfurt am Main, 8. bis 12. Februar
2019