

# Messe- Potpourri

## Eine Menge Innovationen

und Inspirationen lieferten die insgesamt 2.368 Aussteller der EuroShop. Neue Technologien, Energiesparmaßnahmen und vor allem die Digitalisierung ziehen auch in Convenience-Stores ein.

» Er war eine der spektakulärsten Innovationen auf der EuroShop 2017: der verkaufende Roboter. Das menschenähnliche Erscheinungsbild namens **Pi4\_robotics** kann in seinem Kiosk (ein Einbaumodul für Gebäude) Produkte vor den Augen des Kunden fertigen, sie anbieten und verkaufen. Der Hersteller will mit diesem Konzept eine einzigartige Servicequalität ermöglichen, heißt es. Der neue Mitarbeiter beherrscht also den Rund-um-Service: Pi4\_robotics ist ein zuverlässiger Kollege, der keinen Krankenschein einreicht, nie launisch und rund um die Uhr verfügbar ist. Er beraubt den Kiosk aber seiner sozialen Bedeutung.

Thematisch beherrschte die künstliche Intelligenz die diesjährige EuroShop. Die Zukunft des Handels wird derzeit sehr stark von der Diskussion um die Digitalisierung geprägt. Neue Technologien kommen zum Einsatz, innovative Formate entstehen, ohne Vernetzung der Systeme und Funktionsweisen geht es nicht mehr. Nicht nur im klassi-





1. Epta 2. Pi4\_robotics 3. Wanzl 4. KMW 5. Digitalisierung auch bei Tobaccoland.

schen Handel, sondern auch in Shops wird investiert. Anlässlich der EuroShop hat das EHI Retail Institute die Ergebnisse des Laden-Monitors 2017 vorgestellt. Demnach steht bei den Händlern die Bestandsoptimierung im Fokus. Investiert wird vor allem in LED-Technologie, Kältetechnik und Visual Merchandising. Auf internationalem Parkett komme auch das Bezahlen mit dem Mobiltelefon gut voran. Nur in Deutschland brauche die bargeldlose mobile Zahlungsmethode offensichtlich etwas länger, so das Institut. Außerdem konzentrieren sich die Händler zunehmend auf digitales Marketing, so der EHI-Marketingmonitor.

### Maßgeschneiderte Soft- und Hardware

Zur Umsetzung der Investitionsvorhaben stehen Shop-Betreibern maßgeschneiderte Soft- und Hardware für Optik und effiziente Anlagen sowie Systeme zur Verfügung. Eine hat zum Beispiel der Kältspezialist **Epta** aus der REV Up Family vorgestellt: Das Kühlregal GranVista Next/SkyView Plus zeichnet sich durch klare Linien aus und ist auch in der offenen Version erhältlich. Zur Produktreihe gehören außerdem noch der neue Tiefkühlschrank GranBering/SkyLight, das halbhohe Kühlregal Aeria Next/Aeria Plus und das neue halbhohe Tiefkühlmöbel GranSesia/SkyShine. Ihr einheitliches und stimmiges Design fällt durch Farben, LED-Beleuchtung und innovative Materialien auf. Dabei bietet das erwähnte TK-Möbel großes Füllvolumen bei geringem Platzbedarf. Es soll laut Hersteller fast doppelt so viel Kapazität wie vergleichbare freistehende Lösungen bieten.

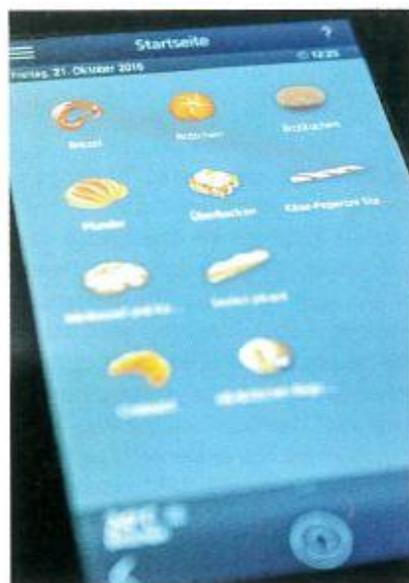
Mit seinen steckerfertigen Kühl- und Tiefkühlmöbeln hatte **KMW** eine Lösung für flexible Raumgestaltung im Gepäck. Egal ob Getränke- oder Snack-Regal, Theke, Impulsinsel oder Kleineistruhe, die Geräte sind unkompliziert und schnell aufgestellt und frei im Shop positionierbar. Vor allem mit Blick auf den Energieverbrauch seien Steckerfertige ein Gewinn, so der Kältspezialist, denn durch den Verzicht auf eine externe Kälteanlage werden Stromkosten eingespart. Ermöglicht wird das durch einen integrierten Kältekreislauf. Alle Modelle der Serie können mit dem natürlichen Kältemittel R290 betrieben werden. Beim Design wurde bei allen Geräteva- >>

rianten großen Wert auf gute Warensichtbarkeit gelegt: Viel Glas und wenig Rahmen rücken die Ware in den Fokus. Zusätzlich hat KMW die Flächennutzung bei den einzelnen Modellen optimiert – gerade für kleine Läden ist das von Bedeutung.

#### Präsentations-Alternativen

**Wanzl** stellte ein interessantes Modul vor, das auch auf kleiner Fläche für große Wirkung sorgt. Es handelt sich um eine Präsentationsalternative zu Standard-Kühlmöbeln für ultrafrische Convenience. YourTable Cool vermittelt Marktopitik auf kleiner Fläche, hält die Ware trotzdem in einer stabilen Temperaturumgebung, auch wenn bis zu 75 Prozent der Luftauslässe durch Ware verdeckt sind. Außerdem ist eine energiesparende Technik eingebaut. YourTable Cool gibt es als Wand-, Gondel- und Mittelraumlösung für Salat, Smoothies, Säfte, Sandwiches oder auch Obst.

Ein Schwerpunkt des Wanzl Programms #Uptrade with Wanzl auf der EuroShop war die softwarebasierte Lösung Wanzl connect. Sie steuert alle Prozesse im Markt und sammelt nützliche Kundendaten. Damit kann der Händler seinen Kunden einen bequemen Einkauf ermöglichen. Mit dem App-Baustein Wanzl Customer Connect sind Shopping-Liste, personalisierte Angebote, bevorzugte Marken und aktuelle Preise auf die Kunden und ihren Lifestyle abgestimmt.



Die Benutzerführung vereinfacht Wiesheu mit der so genannten Intelligent Baking Control.

Auch bei **Wiesheu** drehte es sich unter anderem um Digitalisierung. Der Hersteller von Ladenbacköfen vereinfacht mit seiner Intelligent Baking Control (IBC), Wnet und Wtouch, die Benutzerführung und optimiert den Backprozess. Die Backqualität werde erhöht und Energie gespart, heißt es. Das ent-

sprechende Touchdisplay ist wie eine mobiles Endgerät zu bedienen.

Der Funktionsumfang der Bedienoberfläche ist auf die Ausstattung des Ofens abgestimmt und individuell für den Nutzer konfigurierbar. Ihm werden nur die Bedienoptionen, Funktionen und Informationen angezeigt, die benötigt werden. Zudem können Fotos und Piktogramme der Backprogramme integriert werden. Denn während es für den Bediener vor Ort wichtig ist, möglichst effizient und bediensicher den Backprozess zu steuern, werden dem Bake-off-Manager deutlich mehr Optionen zur Programmierung, Steuerung und Datennutzung angeboten. Die neue Steuerung wird seit Februar für die ersten Modellreihen angeboten.

Um digitales Marketing ging es bei **ScreenFoodnet**, einem Anbieter für professionelle Instore-Kommunikation. Anhand einer inszenierten Frischetheke-Umgebung zeigte das Unternehmen den EuroShop-Besuchern, wie der Handel seine Fläche mit bewegten Bildern attraktiver gestalten kann. Im Vergleich zu analogen Aktionsplakaten kämen Digital Signage-Lösungen wirksamer zum Einsatz, so ScreenFoodnet. Nachgestellt wurde dabei ein reales Einkaufsumfeld. Die nachgestellte Szene umfasste neben Großbildschirmen auch Kassen- und Waagensysteme und zeigte im Rahmen des Gesamtauftritts Beispiele für den Einsatz von digitalen Endgeräten für die Kundenkommunikation auf.