

3D Print in Retail



In der letzten Woche waren wir in London unterwegs, unter anderem um die neuesten Trends im dortigen Handel zu untersuchen. Neben den klassischen Pop-up Formaten gibt es hier ein großes Einkaufszentrum, über das wir hier berichten: Westfield Stratford City.

London hat das Stadion für die Olympiade 2012 in das Zentrum dieses Stadtteil platziert und direkt daneben die Shopping Mall aufgebaut. Damit wurde ein Stadtteil neu belebt, dessen Bevölkerungsstruktur stark vom alten Industrie- und Hafenbild geprägt war. Der Prozess der Gentrifizierung ist heute nicht mehr zu übersehen, auch die Mall ist ein Abbild der modernen Handelslandschaft.

Bei der Store-Check Tour ist uns in der Mall ein Optiker aufgefallen, der seinen Kunden einen ganz besonderen Service anbietet: Die Erstellung einer Brille zum Probetragen mittels 3D Printing. Konkret: Ist das Modell für das sich der Kunde entschieden hat nicht auf Lager, kann der Rahmen des Modells ausgedruckt und anprobiert werden.



Mittlerweile ist auch an anderen Stellen 3D Print im Handel angekommen: Wir kennen alle die plastischen 3D-Figuren im Maßstab 1:12, die das eigene Abbild lebensecht, maßstabsgetreu und in Farbe wiedergeben. Das ist weiteres Beispiel, wie eine neue Technologie Einzug in unser Leben hält über den Weg der Gamification.

Zurück zum Optiker: Uns hat natürlich interessiert, wie der Service angenommen wird und das Feedback scheint groß zu sein. Das war u.a. an den vielen bereits ausgedruckten Modellen zu sehen. Ein Beispiel davon ist auf dem Bild zu sehen. Unbestritten ist dieser Service ein neues Feature, das Einkaufen im stationären Handel attraktiver macht. Allerdings ist dabei zu beachten, dass solch ein Ausdruck ca. 30 min in Anspruch nimmt, die der Käufer überbrücken muss, bis er sein Probemodell in den Händen hält. In einem Einkaufszentrum dieser Größe sicherlich ein Erlebnis. Zudem sorgt dieser Service

automatisch für eine Steigerung der Aufenthaltsdauer und somit potentieller Zusatzumsätze.

Generell weisen derartige Services den richtigen Weg, erst recht, wenn das Produkt personalisiert, d.h. speziell auf den Kunden angepasst wird. Damit entfällt jede Preisvergleichsmöglichkeit, der Kunde bekommt eine auf seine Bedürfnisse zugeschnittene Lösung. Das Ganze können wir uns auch als zusätzlichen Online Service vorstellen, der von stationären Händlern erbracht werden kann. Allerdings muss dazu beim Kunden ein 3D-Drucker stehen.

Warten wir noch einmal 5 Jahre ab.