



Renaissance oder Durchbruch?

Textilhersteller und IT-Dienstleister haben lange gewartet. Jetzt testen Händler die intelligente Umkleidekabine in ihren Filialen. Die Idee der intelligenten Umkleidekabine ist nicht neu. Sie wurde vor Jahren in der METRO Future Store Initiative und danach von einzelnen, hochpreisigen Modelabels in eigenen Geschäften umgesetzt.

Intelligente Umkleidekabinen bei den Adler Modemärkten

Die Modekette Adler startete in ihrer Erfurter Filiale mit einem neuen, RFID-basiertem Kundenservice: der intelligenten Umkleidekabine. Über RFID-Sensorik (Radiofrequenz Identifikation) und elektronische Displays, wird der Kunde interaktiv über das gewählte Produkt sowie weitere Angebote informiert.

Die Grundlage sind die an den Kleidungsstücken angebrachten Artikelketten mit integrierten RFID-Transpondern. Mit der Verbreitung kostengünstiger Transponder im Cent-Bereich lassen sich die Marketinginstrumente wirtschaftlich einsetzen.

Wie funktioniert eine intelligente Umkleidekabine?

Um eine Vorstellung zu bekommen, wie so etwas funktioniert, hier ein anschauliches Video von SAP:



Mit dem Laden des Videos akzeptieren Sie die Datenschutzerklärung von YouTube.

[Mehr erfahren](#)

[Video laden](#)

YouTube immer entsperren

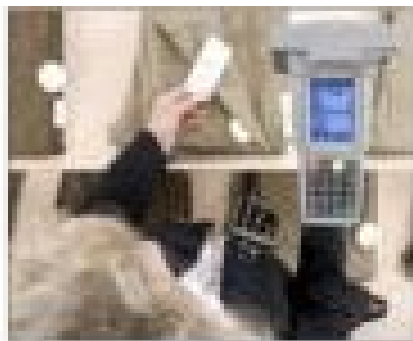
Eine der ersten intelligenten Umkleidekabinen bei Kaufhof

Kaufhof Warenhaus führte bereits 2007 in einem Pilotprojekt der METRO Future Store Initiative in ihrer Filiale in Essen RFID ein. In der Abteilung für Herrenoberbekleidung wurden rund dreißigtausend Artikel mit RFID-Etiketten ausgestattet.

Mit dem Pilotprojekt kam auch der Kunde in den Genuss der Vorteile von RFID. Im Gardeur-Shop der Essener Filiale sorgten intelligente Umkleidekabinen, Regale und Spiegel für ein neues Einkaufserlebnis. Die Umkleidekabine erkannte das Kleidungsstück über RFID und lieferte über ein Display nützliche Informationen: Preis, Material und Pflegehinweise. Darüberhinaus informierte das System über weitere verfügbare Größen und Farben. Im nächsten Schritt sollte das System die Kunden auch über ergänzende Produkte informieren. Der Kunde erhielt so eine zusätzliche, umfassende Beratung, ohne die Kabine verlassen zu müssen.



Intelligente Umkleidekabine



Mobiler Assistent



Waren sicherungsportal



Frontstore-Backstore Portal



Intelligenter Spiegel

Quelle: METRO AG

Online POS

Eine andere „intelligente“ Umkleidekabinen-Lösung erkennt mittels eines fest in der Kabine installierten RFID Lesegeräts oder eines Barcode-Scanners die Kleidungsstücke, die zum Anprobieren mitgebracht werden. Der Touchscreen-Monitor zeigt daraufhin an, welche weiteren Größen und Farben verfügbar sind. Auch passende Ergänzungen werden vorgeschlagen. Der Kunde wird informiert, ob Artikel vorrätig sind und über eine andere Filiale beschafft werden können.

Eine Online-Bestellung über das eigene Mobiltelefon ist auch möglich. Damit die Kunden ihre privaten Daten nicht auf fremder Hardware eingeben müssen, können sie den auf dem Touchscreen angezeigten QR Code mit ihrem Smartphone scannen. Umgehend öffnet sich der Onlineshop und der gewählte Artikel liegt im Warenkorb.

Mobiler Spiegel

Andere Lösungen gehen von einem digitalen Spiegel im Verkaufsraum aus. Hier können sich die Kunden von allen Seiten betrachten. Dies ermöglicht die bis zu zehn Sekunden zeitverzögerte Bildwiedergabe auf dem 42-Zoll-Touchscreen-Monitor. Die Anwendung verarbeitet einen durchgehenden Livestream der Kamera in Full-HD und steuert die Wiedergabe dieses Streams. Auch Fotos und Videos werden generiert, die die Konsumenten über Social-Media-Kanäle direkt teilen oder per E-Mail versenden und so Freunde und Familie in die Kaufentscheidung einbeziehen können.

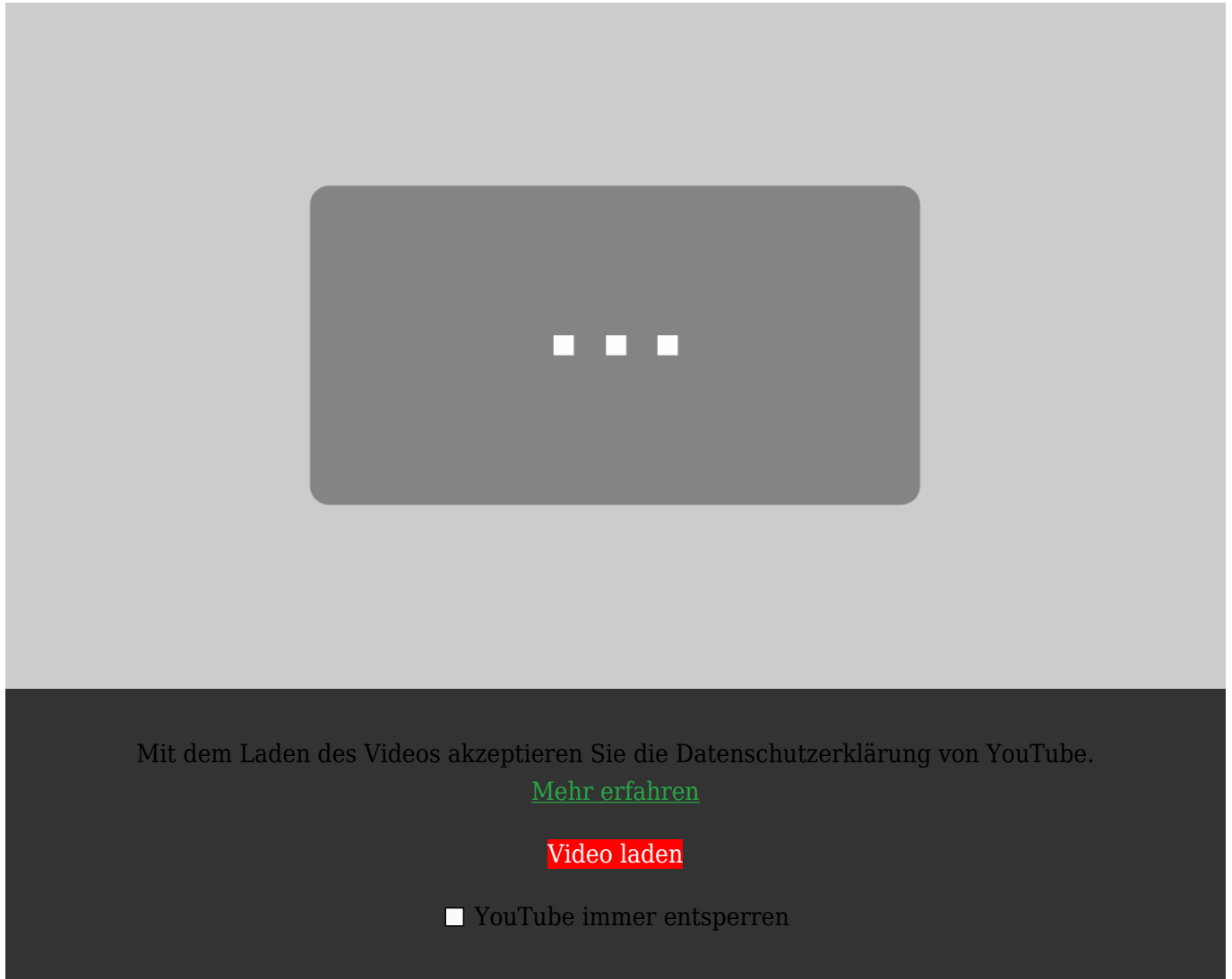


Quelle: XPlace

Bezahlen in der Umkleidekabine

Für den Checkout stehen heute verschiedene Verfahren zur Wahl. Von der Barzahlung an der Kasse über EC- und Kreditkartenzahlungen bis zum Mobile Payment. Es kann vorkommen, dass man in der Schlange vor der Kasse warten muß. Warum nicht in der intelligenten Umkleidekabine zahlen?

Tofugear zeigt einen Ausschnitt seiner Lösung in dem Video. Es gibt eine intelligente Umkleidekabine und eine „Bring-Funktion“, über die sich der Kunde vorrätige Artikel in die Kabine bringen lassen kann. Auf dem Bildschirm in der Umkleidekabine kann der Kunde auch die Webseite ansehen und auch dort Artikel bestellen. Und dann die Artikel, die er in der Umkleidekabine hat und kaufen möchte, direkt in der intelligenten Umkleidekabine bezahlen.



Sehr vielversprechende Ansätze, die sich seit der ersten intelligenten Umkleidekabine der Metro Future Store Initiative entwickelt haben. Wie sich zukünftig Ansprache und Kommunikation im RFID/NFC gestützten OmniChannel Marketing konkret weiterentwickeln werden, bleibt hingegen spannend.