



Digitalisierung verändert die Branche - Technik ist das ganz große Thema für den Einzelhandel: So werden auf den einschlägigen Fachmessen immer wieder Neuheiten vorgestellt, wie digitale Preisschilder, das schlaue Regal, die beratende Umkleidekabine oder der Einkaufswagen, der dem Kunden folgt. Alle diese Technologielösungen versprechen das Einkaufen in der Zukunft zu revolutionieren und für den Kunden bequemer und einfacher zu machen.

Diese Lösungen werden immer mehr von den Kunden akzeptiert je mehr Kunden an Technik gewöhnt sind bzw. Technik einsetzen. Daher wird ein Großteil des Einkaufs in der Zukunft mobil. Tablets und Smartphones werden immer kleiner und leistungsfähiger und zum handlichen Begleiter im Alltag.

Das gilt für fast alle Situationen des Lebens, für den Einkauf aber ganz besonders.

Um die modernen, mobilen Kunden zufriedenzustellen, bieten Händler ihnen heute schon eine vernetzte Einkaufsumgebung sowie speziell auf ihre Wünsche zugeschnittene Angebote: Durch eine sichere und zuverlässige WLAN-Vernetzung im Geschäft sind Kunden in der Lage, nach Produktinformationen zu suchen und sich über relevante Artikel zu informieren.

Ebenso können Kunden beispielsweise Kaufanreize durch shop-bezogene mobile Gutscheine in Echtzeit erhalten, während sie ihren Einkauf tätigen.



Eine Technologie in Verbindung mit Smartphones hat allerdings im Handel bisher ein Mauerblümchen-Dasein gefristet. Virtual Reality. Jetzt gibt es das erste Virtual Reality Kaufhaus.

eBay hat gemeinsam mit der Kaufhauskette Myer in Australien das erste Virtual Reality-Kaufhaus eröffnet, das man in einer virtuellen Umgebung erkunden kann - von zuhause oder jedem beliebigen Ort, an dem man sich gerade aufhält. Die Käufer brauchen dazu lediglich eine Virtual Reality-Halterung für ihr Smartphone - zum Beispiel Google Cardboard oder der Samsung Gear VR.

Zusätzlich benötigt werden eine Android oder iOS-App, um in der Virtual Reality-Umgebung Waren anzusehen. Ca. 12.5000 Produkte können aktuell angesehen und in den Einkaufskorb gelegt werden. Die 100 meistverkauften Produkte einer jeden Kategorie werden als 3D-Modell dargestellt, von den restlichen gibt es 2D-Ansichten.

Damit Nutzer im Shop navigieren, Produkte ansehen und in den Warenkorb legen können, hat eBay mit der so genannten „Sight Search“ eine brandneue Technik entwickelt. Nutzer müssen ein Produkt lediglich eine gewisse Zeit mit ihren Augen fixieren und können es so dazu bringen, dass es ihnen entgegen „fliegt“. Durch das Fixieren von Produktinformationen lassen sich diese erweitern.

Myer kann im virtuellen Kaufhaus alle Produkte, Preise und Verfügbarkeiten in Echtzeit

über die bestehende eBay.com-API aktualisieren. Um möglichst viele Nutzer zu gewinnen, bieten Myer und eBay eine Virtual Reality-Brille namens „eBay Shopticals“ gratis an. Zukünftig soll auch social shopping unterstützt werden, d.h. Freunde werden mit zum Einkaufen eingeladen.

Also: Virtual Reality ist also nicht nur für Gamer, sondern kann auch das mobile Einkaufen unterstützen. Bleibt abzuwarten, wie oft das virtuelle Kaufhaus genutzt wird und wieviel Umsatz sich damit generieren lässt. Oder ist das nur ein neuer Technologie-Gimmick und Werbegag?

Fotos: Dr. Wolfram Privat, ebay