



## **Neuer Innovations-Shop definiert physische Einkaufserlebnisse für die Welt nach Corona neu**

***Der „CornerShop“, ein Ladengeschäft von Capgemini, SharpEnd und The Drum Labs, erweckt Innovationen für den Einzelhandel und die Kundeninteraktion im "New Normal" zum Leben***

**London und Berlin, 16. Februar 2021 – Capgemini gibt die Eröffnung eines neuen Ladengeschäfts für Innovationen im Einzelhandel, des „CornerShops“, bekannt – gemeinsam mit SharpEnd, der Plattform für vernetzte Erlebnisse, und der internationalen Medienplattform The Drum. Der CornerShop in London ist als Live-Testumgebung für Marken, Einzelhändler und Kunden konzipiert, um die neuesten Technologien auszuprobieren und das Einkaufserlebnis in den Bereichen Lebensmittel und Getränke, Kosmetik und Mode neu zu gestalten. Die Endkunden können die Produkte im Shop auch kaufen.**

Im CornerShop können Einzelhändler und Marken herausfinden, wie digitale Innovationen das Kundenerlebnis weiterentwickeln, die Abläufe in Geschäften verbessern und bei den Verbrauchern wieder Lust am Einkauf vor Ort wecken können. Vier Sektionen des CornerShops machen unterschiedliche Varianten innovativer Einkaufskonzepte erlebbar: der automatisierte Laden, der Augmented Store, der nachhaltig beratende Laden und der personalisierte Shop. Das Angebot verknüpft reale Produkte mit den neuesten Technologien zu personalisierten Erlebnissen. Alles, was im CornerShop präsentiert wird, wurde konzipiert auf der Basis von Erkenntnissen aus weltweiter Forschungsarbeit und Datenanalysen sowie der Praxiserfahrung von Capgemini.

Achim Himmelreich, Leiter des Bereichs Consumer Engagement im Sektor Handel & Konsumgüter bei Capgemini in Deutschland, hebt hervor: *"Die Pandemie wird langfristige Auswirkungen auf die Einzelhandelsgeschäfte haben; schon jetzt aber ist klar, dass Einzelhändler den Nutzen des stationären Ladengeschäfts und das Einkaufserlebnis dringend neu definieren müssen – gerade in Bezug auf das sich ständig verändernde digitale Ökosystem, in dem Kunden interagieren und einkaufen. Dabei ist entscheidend, die nötigen digitalen Fähigkeiten zum Gestalten der neuen Shopping-Realität zu entwickeln. Im CornerShop erwecken wir innovative Technologien für die Zukunft des Einzelhandels zum Leben: Das Physische und Digitale verschmelzen zu einem nahtlosen, einzigartigen In-Store-Erlebnis."*

### **Ein neues Einkaufserlebnis, gesteuert mit dem Smartphone**

Sobald ein Besucher den Laden betritt, kann er das Einkaufserlebnis mit seinem Mobiltelefon steuern: Es führt ihn durch den Raum und ermöglicht ihm, mit den neuen Einkaufskonzepten zu interagieren. Unternehmenskunden wie Marken und Einzelhändler erhalten darüber hinaus Einblicke in die eingesetzten Technologien wie Machine Learning (ML), Augmented Reality (AR), Computer Vision sowie

Light Detection and Ranging (LIDAR) und Photogrammetrie. Zurzeit werden unter anderem folgende Einkaufskonzepte im Ladengeschäft getestet:

- **Your store** – Bluetooth-basierte Ortungstechnologien ermöglichen es, Kunden beim Betreten des Geschäfts personalisiert zu begrüßen. Diese können den physischen Verkaufsraum nach ihren Wünschen mit Kunstwerken auf den Wänden und Bildschirmen gestalten, und sich mit ihrem Namen und virtuellen Avataren begrüßen lassen.
- **Virtuelle Anprobe** – Diese Lösung erprobt, wie Nutzer ihren digitalen Zwilling erstellen und auf diese Weise Produkte an sich betrachten können, ohne sie physisch anzuprobieren. Wird ein Artikel an das virtuelle Anprobierdisplay gehängt, identifizieren Computer Vision und RFID das Produkt, wandeln es in ein digitales Bild um und zeigen es dem Verbraucher auf einem intelligenten Ganzkörperspiegel.
- **Vertical Farming im Ladengeschäft** – Intelligente Landwirtschaftstechnologien des Vertical Farming kultivieren frische Produkte im CornerShop. Kunden können genau so viel kaufen, wie sie benötigen und Lebensmittelabfälle sowie überflüssige Verpackungen vermeiden.
- **Nachhaltige Kaufberatung** – Die Kunden können dem CornerShop per Mobile App ihre Nachhaltigkeitsziele sowie individuelle Anforderungen, Vorlieben und Unverträglichkeiten mitteilen. Der Laden kombiniert sie mit Informationen von vernetzten Verpackungen, Augmented Reality (AR) und digitalen Bildschirmen, um die Kunden zu den für sie passenden Produkten zu führen – über Wegweiser, intelligentes Filtern sowie relevante Produktempfehlungen und Einblicke.
- **Social Distance Automation** – Kameras und Computer Vision messen den Abstand zwischen den Personen im Geschäft und erleichtern so die Einhaltung der Vorschriften. Das hilft dem Personal im Geschäft, die Sicherheit der Kunden zu gewährleisten.
- **Intelligenter Verkaufsraum** – Der CornerShop ermöglicht den Kunden, die Kontrolle über ihre Daten zu behalten: mit einer starken Data Governance, Sicherheit und Integration in eine zentrale Datenplattform. Sie stimmt in Kombination mit Sensor-Tracking-Technologien wie Beacons, Near Field Communications (NFC) und Kamera-Analysen das Ladenerlebnis auf die Kunden ab und generiert praktisch nutzbare Erkenntnisse über Kunden und ihr Verhalten im Ladengeschäft. Diese Erkenntnisse sind anonymisiert für jeden im Shop zugänglich, um zu erfahren, was der Laden gelernt hat.

Rob Hollands, Managing Director bei SharpEnd, fügt hinzu: *"Da sich der Wandel im Einkaufsverhalten der Verbraucher weiter beschleunigt, müssen Marken neue Kontaktmöglichkeiten finden, relevante und ansprechende Erlebnisse bieten und Loyalität fördern. Von der virtuellen Anprobe bis hin zu vernetzten Verpackungen haben wir eine Umgebung geschaffen, die es Marken und Einzelhändlern ermöglicht, Technologien zu erforschen, die das attraktivste Kundenerlebnis erzeugen und die Möglichkeit bieten, so einzukaufen und zu interagieren, wie es am besten zu den individuellen Vorlieben passt. CornerShop unterstützt Marken und Einzelhändler dabei, ihre Transformation weiter und schneller voranzutreiben, die neuesten Technologien zu erkunden und sie schnell durch echte Verbraucher in der realen Welt testen zu lassen."*

Der CornerShop wird sich kontinuierlich mit innovativen Technologiekonzepten weiterentwickeln, um den sich stetig wandelnden Bedürfnissen der Einzelhändler und Marken gerecht zu werden. Sobald er öffnen darf, können die Besucher im Shop diese Technologien ausprobieren und Produkte von

verschiedenen Marken erwerben. Ergänzend zum eigentlichen Einzelhandelserlebnis finden sie im CornerShop ein vollständig kontaktfreies Barista-System vor – mit frischem Kaffee, Snacks zur Selbstbedienung und für die Besucher inspirierenden Inhalten.

Gordon Young, Gründer von The Drum, erläutert: *"Die Pandemie hat die High Street in eine Krise gestürzt. Dem Trend entgegen haben wir CornerShop mitten im Lockdown ins Leben gerufen, um Marken und Einzelhändlern zu zeigen, dass es attraktive Lösungen gibt. Wir freuen uns darauf, neue Erlebnisse, Brancheninnovationen und bahnbrechende Technologien zu präsentieren, die Einzelhändlern helfen können, in der Welt nach der Pandemie nicht nur zu überleben, sondern zu wachsen."*

### **Hinweis für Redaktionen:**

Virtuelle Führungen durch den CornerShop sind bereits möglich. Bei Interesse wenden Sie sich bitte an [CapgeminiUK@we-worldwide.com](mailto:CapgeminiUK@we-worldwide.com).

### **Über Capgemini**

Capgemini ist einer der weltweit führenden Anbieter von Management- und IT-Beratung, Digitaler Transformation sowie Technologie- und Ingenieursdienstleistungen. Als ein Wegbereiter für Innovation unterstützt das Unternehmen seine Kunden bei deren komplexen Herausforderungen rund um Cloud, Digital und Plattformen. Aufbauend auf mehr als 50 Jahren Erfahrung und umfangreichem Branchen-Know-how hilft Capgemini seinen Kunden, ihre Geschäftsziele zu erreichen. Das Leistungsspektrum reicht dabei von der Strategieentwicklung bis zum Geschäftsbetrieb. Der Purpose von Capgemini ist, die Entfaltung des menschlichen Potenzials durch Technologie zu fördern – für eine integrative und nachhaltige Zukunft. In fast 50 Ländern beschäftigt das multikulturelle Unternehmen 265.000 Mitarbeiterinnen sowie Mitarbeiter. Einschließlich Altran beläuft sich der Umsatz für das Jahr 2019 auf 17 Milliarden Euro.

Mehr unter [www.capgemini.com/de](http://www.capgemini.com/de).

### **Über SharpEnd**

SharpEnd ist eine Connected-Consumer-Agentur und ein IoT-Spezialist, der neuartige Plattformen in den Bereichen Mode, Beauty, Getränke und Konsumgüter anbietet. SharpEnd schafft Marken im Wettbewerb Vorteile durch Kreativkompetenz und seine vernetzte Einzelhandels-, Produkt- und Verpackungsplattform io.tt, die Verbrauchermetriken und Erkenntnisse in Echtzeit liefert. SharpEnd gründete CornerShop, um den Raum für Innovationen aus den Büros von Kunden oder Agenturen in die reale Welt zu holen.

### **Über The Drum Labs**

The Drum Labs ist ein dreistöckiger Innovation Space, Zuhause für die zukunftsweisendsten Marken, Produktdesigner und Einzelhändler, die dem internationalen Publikum von The Drum – Marketing-Experten und Konsumenten – die neuesten Entwicklungen der digitalen Transformation präsentieren. Die multifunktionale Location im Londoner Stadtteil Shoreditch bietet nicht nur einen Shop der Zukunft, sondern auch flexible Ausstellungsflächen, die aufzeigen, wie sich Leben, Arbeit und Spiel durch die digitale Revolution verändern. Besuchen Sie [www.labs.thedrum.com](http://www.labs.thedrum.com)

**Press Contacts:**

Capgemini: Vicki Fudge  
[Vicki.fudge@capgemini.com](mailto:Vicki.fudge@capgemini.com)

Capgemini in Deutschland: Kora Alice Lejko  
+49 151 4025-1298  
[kora-alice.lejko@capgemini.com](mailto:kora-alice.lejko@capgemini.com)

SharpEnd: Lucy Werner  
[lucy@thewern.com](mailto:lucy@thewern.com)

The Drum Labs: Cameron Clarke  
[cameron.clarke@thedrum.com](mailto:cameron.clarke@thedrum.com)