

REFERENZ

Modeunternehmen

London Calling: IT-HAUS unterstützt Luxuslabel bei Einrichtung zweier Flagship Stores

SHARP / NEC



Mehrwerte für den Kunden

- › Alles aus einer Hand: Einheitlicher Ansprechpartner
- › Beratung, Sizing, Koordination/ Abstimmung mit den lokalen Partnern und Projektmanagement durch IT-HAUS
- › Preisvorteile beim Hersteller durch enge Partnerschaft und Volumenbündelung
- › Installation der Hardware vor Ort mit lokalem, von IT-HAUS koordiniertem Servicepartner
- › Beschaffung und Lieferung der Hardware
- › Servicekonzept für die installierte Hardware

Management Summary

Das vielseitige Portfolio der IT-HAUS GmbH im Bereich Digital Signage umfasst auch Systeme für die Umsetzung innovativer Einzelhandelskonzepte. Ein global agierendes Modeunternehmen wollte seinen digitalen und stationären Handel enger miteinander verknüpfen und dafür sein weltweites Storenetzwerk modernisieren. Neben weiteren Stores in Deutschland wurden aktuell zwei Geschäfte in der Londoner Innenstadt mit kompetenter Unterstützung von IT-HAUS und dem Hersteller SHARP/NEC in Flagship Stores verwandelt. Hier sorgen herausragende Displaylösungen, eingebettet in ein komplett neues Design, heute für ein Marken- und Einkaufserlebnis, das seinesgleichen sucht.

Modeunternehmen

Projektfeld

Der Kunde mit Hauptsitz in Deutschland ist ein führendes globales Fashion- und Lifestyle-Unternehmen im Premiumsegment, das hochwertige Damen- und Herrenbekleidung, Schuhe und Accessoires vertreibt. Das Unternehmen beschäftigt um die 17.000 Mitarbeiter in 128 Ländern und betreibt mehr als 7.000 Filialen weltweit.

Mithilfe einer neuen Wachstumsstrategie wollte das Unternehmen sein Umsatzwachstum beschleunigen, die Wahrnehmung bei den Konsumenten erhöhen und den Marktanteil seiner starken Marken steigern. Dazu gehörte unter anderem ein neuer Markenauftritt – von den Logos über das Marketing bis hin zu einem neuen Designkonzept für den Einzelhandel und das Onlinegeschäft. Ein weiterer wesentlicher Bestandteil der Strategie war das Bekenntnis zur Digitalisierung als Schlüssel für eine personalisierte und kanalübergreifende Kundenansprache. So strebte das Unternehmen eine starke Präsenz an allen digitalen Touchpoints an – von der unternehmenseigenen Website bis hin zur Verknüpfung von stationärem Handel und E-Commerce. Um das Potenzial des stationären Einzelhandels voll auszuschöpfen und den Umsatz über diesen Kanal zu steigern, sollte ferner das weltweite Storenetzwerk optimiert und modernisiert werden. Dazu sollten innerhalb von drei Jahren rund 80 Prozent der eigenen Stores neu gestaltet werden.

Als ganzheitlicher Lösungsanbieter im Bereich Digital Signage stand IT-HAUS schon seit geraumer Zeit im Austausch mit dem Kunden und hatte bereits globale Stores mit passender Medienhardware – darunter großformatige Screens und LED-Walls – ausgestattet. Aber auch in beratender Funktion, an der Schnittstelle zwischen Design- und IT-Abteilung des Kunden, überzeugten die Föhrener mit ihrer Expertise und Lösungsorientierung zugunsten eines harmonischen Gesamtkonzepts. So wandten sich die Verantwortlichen abermals an IT-HAUS, als es um die Einrichtung zweier Flagship Stores in den renommiertesten Londoner Einkaufsstraßen ging.

Auch hier setzte IT-Haus weiterhin auf den bereits etablierten Hersteller SHARP/NEC mit seinem LED-Lösungsportfolio. Nicht nur steht der Hersteller für qualitativ hochwertige Digital-Signage-Lösungen, auch ist er in der Lage, seine Services global abzubilden – ein entscheidendes Plus. So kann IT-HAUS neben seinen eigenen, für SHARP/NEC zertifizierten Technikern für Projekte im europäischen und internationalen Ausland auf ein weltweites Partnernetzwerk zurückgreifen. Konkret heißt das: Während IT-HAUS für Beratung, Sizing, Konzeption und Projektmanagement verantwortlich zeichnet, werden die Montage bzw. Installation sowie der Service vor Ort durch einen lokalen SHARP/NEC Partner umgesetzt. Der Kunde indes erhält ein beispielloses Rundum-sorglos-Paket aus einer Hand. Im Servicefall wird der Support aber ausschließlich von IT-HAUS koordiniert und in die Wege geleitet.

Projekterfolg

Als erster Flagship Store im Vereinigten Königreich präsentiert sich die Filiale in der Londoner Oxford Street gleichzeitig in einem komplett neuen Design. Auf zwei Etagen und einer Gesamtfläche von über 600 Quadratmetern offeriert der Kunde hier seine komplette Bandbreite an Damen- und Herren- sowie Sportbekleidung, Uhren, Schmuck, Brillen und Parfüm. Dabei wurde erstmals das innovative Einzelhandelskonzept der Unternehmensgruppe, die Verschmelzung von Einkaufen vor Ort und Onlineshopping, umgesetzt, das den Besuchern mithilfe verschiedenster digitaler Elemente ein einzigartiges Shopping- und Serviceerlebnis ermöglicht. Dieses beginnt bereits im Außenbereich. Schon von Weitem ziehen zwei transparente, hinter den Schaufenstern verbaute LED-Walls der ersten Etage alle Blicke auf sich. Dabei stellte eine optimale Sichtbarkeit sowohl der Transparenz für die Offenheit der Schaufenster nach außen als auch der abgespielten Inhalte die größte Herausforderung in der Planungsphase dar. Dies betraf insbesondere auch die Halterung, für die von vornherein nur eine Lösung ohne störende Streben infrage kam. So fiel die Wahl auf eine

abgehängte Variante, wofür der Kunde die baulichen Voraussetzungen schuf. Zudem greifen hier die städtischen Auflagen hinsichtlich Außenwerbung, welche eine Synchronisierung der beiden Walls verlangen. Diese Aufgabe galt es kurzfristig zu lösen und wurde so auch von IT-HAUS umgesetzt. Im Schaufenster im Erdgeschoss lädt ein interaktiver Bildschirm Passanten zu einem Videogame ein, das sie über ihr Mobilgerät spielen können. Im Store selbst verschmelzen digitale und physische Elemente zu einer Einheit, die den Kunden die Suche nach dem Gewünschten wesentlich erleichtert. Eine Social-Media-Wall etwa zeigt die neuesten Styles der Markenbotschafter, die über eine digitale Shoppingfunktion unmittelbar via Bildschirm oder Tablet aufgerufen und vor Ort gekauft werden können. Diverse Tools in ausgewählten Bereichen helfen den Kunden dabei, das richtige Outfit in der passenden Größe – von Shirts über Anzüge bis hin zu Jeans – zu finden. Ein weiterer Hingucker sind drei nebeneinander platzierte Warenträger für Anzüge mit beleuchtetem Rahmen und jeweils einer LED-Wall als Rückseite, die die verschiedenen Outfits optimal in Szene setzen. Auch diese Walls werden durch synchronisierten Content bespielt, jedoch dürfen dabei keine Kabel sichtbar sein. Deshalb ist die Technik hier in einem der Schubfächer verbaut und die Verkabelung inklusive Stromzufuhr erfolgt über den Boden. Hinzu kommen verschiedene LCD-Displays mit Touch-Funktion, welche als digitale Touchpoints die neuesten Kollektionen in Verbindung mit maßgeschneidertem saisonalen Content interaktiv präsentieren. Da die Geräte in die Möbel eingepasst sind, gilt es ganz besonders deren Wärmeabgabe zu berücksichtigen. Auch hier war es zunächst Sache der IT-HAUS Experten, an der Schnittstelle zwischen Designabteilung und Möbelbauer des Kunden die technische Umsetzbarkeit zu prüfen und nötigenfalls Anpassungen vorzuschlagen.

Modeunternehmen

Dies betraf etwa auch die Halterung, für die auf Anraten von IT-HAUS eine komfortable Push-out-Lösung gewählt wurde, sodass das Gerät im Servicefall schneller entnommen werden kann. Ebenfalls mithilfe eines interaktiven Screens können Kunden ihr gewünschtes Produkt zudem individuell anpassen – und nach wenigen Minuten in den Händen halten.

Für den zweiten, noch größeren Flagship Store in der Londoner Regent Street wurde das Konzept weitestgehend übernommen, mengenmäßig angepasst und dank der gewonnenen Erfahrungen nochmals optimiert. So wurde hier ein lokaler Projektmanager eingesetzt, der den Kunden vor Ort betreute und gemeinsam mit IT-HAUS sowohl die Gewerke als auch den Servicepartner koordinierte. Und auch in puncto Beschaffung gab es eine Neuerung: Wurden die Artikel für

alle Gewerke bislang gebündelt durch einen Logistikkdienstleister des Kunden geliefert, sendete IT-HAUS die benötigte Hardware diesmal eigenverantwortlich zum Store, um ihre termingerechte Verfügbarkeit sicherzustellen. Das Vorhaben in der Regent Street wurde kurzfristig in zwei Bauabschnitte geteilt. Das Konzept wurde daran angepasst und IT-HAUS konnte eine benötigte Trennwand spontan mit einer LED Wall füllen. In den kommenden Phasen werden diese temporären Wände zurückgebaut und die LED Walls erhalten ihre geplante Position.

Wenngleich die SHARP/NEC Screens als überaus robust gelten, ist IT-HAUS durch den Hersteller angehalten, sämtliche LED-Geräte des Kunden im Rahmen der Gewährleistung turnusmäßig einmal jährlich zu warten. Um die vertraglich vereinbarte Wiederherstellungs-

zeit einhalten zu können, lagern wichtige Ersatzteile beim Kunden vor Ort. Für den Störfall stellt IT-HAUS dem Personal zudem einen vorgefertigten Fragebogen zur Fehlerqualifizierung zur Verfügung, der dabei helfen soll, unnötige Serviceeinsätze zu vermeiden.

In den kommenden Jahren möchte der Kunde den digitalen und stationären Handel noch enger miteinander verknüpfen und sein weltweites Storenetzwerk weiter modernisieren. Mit IT-HAUS weiß das Unternehmen einen starken Partner an seiner Seite, der sein bewährtes Lösungs- und Servicekonzept auf Wunsch auch global anbieten kann.

Hardware Oxford Street

- > 3x Warenträger für Anzüge mit 1,9mm LED Wall Rückwand
- > 2x 1,9mm LED Wall (3m x 2,5m & 1,9m x 3m)
- > 2x transparente LED Walls
- > 1x SHARP/NEC Touch-Display 86"
- > 2x 86" HighBrightness Display
- > 8x SHARP/NEC Touch-Display 43" PCAP

Hardware Regent Street

- > 4x Warenträger für Anzüge mit 1,9mm LED Wall Rückwand
- > 5x 1,9mm LED Walls (2x 1.2m x 2.7m, 2x 1.8m x 2.7m, 1x 5.5m x 2.7m)
- > 2x 2,8 LED Wall im Schaufenster (1,9m x 2,5m)
- > 6x SHARP/NEC 86" Display
- > 7x SHARP/NEC 43" Display
- > 2x ELO 27" Touchscreen

Treten Sie mit uns in Kontakt



Christoph Kinner

Fon: +49 211 28073221
 Mobil: +49 151 41986399
 E-Mail: ckinner@it-haus.com

Treten Sie mit uns in Kontakt



Matias Kodra

Fon: +49 6502 9208-365
 Mobil: +49 152 54558897
 E-Mail: mkodra@it-haus.com