



Ein Projekt zur Verzahnung von Online und Offline aus den Future Labs der ECE ist die Click & Collect-Funktion, die sich in die Center-App integrieren lässt.

Der Limbecker Platz in Essen sowie das Alstertal-Einkaufszentrum in Hamburg dienen als Testlabore für neue Technologien und Services. Angebote, die der Kunde annimmt, werden dann in weitere Center der ECE ausgerollt. Services, die sich nicht bewähren – dazu zählte bislang beispielsweise ein Avatar als virtuelle Kundeninformation und ein Social-Media-Check-In –, werden nach dem Trial-and-Error-Prinzip eingestellt.

Beispiele für Angebote, die sehr gut angenommen werden, sind die kostenlosen Center-Apps. Sie sind das Herzstück der Future Labs und wurden aufgrund des großen Erfolges bereits in 27 weiteren ECE-Shopping-Centern unter dem Namen „Love to Shop“ ausgerollt. Die Center-Apps lassen dem Nutzer genau dann personalisierte und damit wirklich relevante Informationen über Angebote im Center zukommen, wenn er in der Nähe ist. Sie wurden bereits von über 130.000 Kunden heruntergeladen. Weitere Services der Future-Labs, die sich eben-falls im Roll-Out befinden, sind das 3D-Wegeleitsystem, digitale Kinderspielflächen und der kostenlose WLAN-Zugang.

„Wir müssen uns immer wieder neu erfinden, um den Erwartungen unserer Kunden auch weiterhin gerecht zu werden. Deshalb greifen wir gezielt aktuelle Trends auf und testen beispielsweise in unseren Future Labs neue Technologien für ein noch persönlicheres Einkaufserlebnis.“



**JOANNA FISHER**  
Managing Director  
Center Management



Ein weiteres Projekt zur Verzahnung von Online und Offline ist die Click & Collect-Funktion, die sich in die Center-App integrieren lässt. Seit kurzem können Kunden ausgewählte Artikel teilnehmender Shops über die Apps des Alstertal-Einkaufszentrums und des Limbecker Platzes mit Paypal kaufen und noch am selben Tag oder zu einem beliebigen Wunschzeitpunkt abholen.



# SHOPPING-CENTER RELOADED

Einfacheres Parken, taggleiche Lieferservices, digitale Navigationsmöglichkeiten sowie Online-Bestellungen per „Click&Collect“: Das sind nur einige der Services, mit denen die ECE ihre Center fit für die Zukunft macht.



„Handel ist Wandel“, heißt es einprägsam, und das gilt heute mehr denn je: Die Globalisierung schreitet voran, das Thema Nachhaltigkeit gewinnt an Bedeutung und auch demographische Umwälzungen erfordern ein Umdenken. Größte Herausforderung für den „klassischen“ stationären Einzelhandel dürfte jedoch der E-Commerce sein, der stetig höhere Umsätze für sich verbuchen kann und damit zu einem wichtigen Transformationsmotor im Handel wird. Ohne Strategien, die dieser Entwicklung Rechnung zollen, geht künftig nichts. Wie sieht es also aus, das Einkaufszentrum der Zukunft, das sich an die neuen Kundenbedürfnisse anpasst und in einer zunehmend digitalisierten Welt behaupten kann? Sebastian Baumann, Innovationsmanager und Projektleiter der ECE-„Future Labs“, erklärt dazu: „Die Grenzen

zwischen Online und Offline werden zunehmend verschwinden. Die Kunden erwarten in Zukunft ein barrierefreies Multichannel-Erlebnis und Services wie Click & Collect; Online-Verfügbarkeitsprüfung von Waren und Mobile Payment werden dabei eine wesentliche Rolle spielen. Generell werden aufgrund der immer schneller werdenden technologischen Entwicklung die Innovationszyklen und -sprünge immer größer.“

## DAS „HERZSTÜCK“ DER FUTURE LABS

Um bei diesen Sprüngen vorn mit dabei zu sein und die Vorteile der Onlinewelt mit den Vorzügen des realen Shoppens zusammenzuführen, startete die ECE im Frühjahr 2013 die „Future Labs“:



**WIR  
GRATULIEREN  
HERZLICH!**

**MOTEL ONE**

**50  
JAHRE  
ECE**

[WWW.MOTEL-ONE.COM](http://WWW.MOTEL-ONE.COM)

„Same Day Delivery“ ermöglicht es, Einkäufe aus dem Center noch am selben Abend nach Hause transportiert zu bekommen.



### KOMFORTABLES PARKEN

Über Freud oder Leid des Offline-Kunden entscheidet nicht nur das Einkaufserlebnis an sich, sondern die gesamte Customer Journey – für Autofahrer fängt diese bereits beim Parken an. Auch hier haben die Future Labs seit Kurzem eine Innovation im Köcher: die kontaktlose Parkkarte mit RFID-Chip (Radio Frequency Identification). Sensoren im Center-Parkhaus erkennen die hinter der Sonnenblende platzierte RFID-Karte, so dass der Fahrer nicht das Fenster bei Wind und Wetter herunterkurbeln muss, um ein Ticket zu lösen. Bei der Ausfahrt wird der zu bezahlende Betrag automatisch abgebucht. Das Warten am Kassenautomaten sowie der Kampf mit dem Kleingeld entfallen.

Nicht nur fürs Parken, sondern auch für die Orientierung im Center werden in den Future Labs verschiedene Lösungen getestet. Das 3D-Wegeleitsystem an den Center-Eingängen hat sich dabei bereits in der Praxis bewährt. Der Kunde kann an den Touchscreens nach Artikeln, Marken und Shops

Die 3D-Wegeleitsysteme gehören zu jenen Angeboten, die die Kunden gut annehmen und deshalb seit 2014 in weiteren Center ausgerollt werden.



Sehr beliebt: Die „Wall-Mall“, ein riesiger interaktiver Bildschirm mit aktuellen Angeboten im Center, Spielmöglichkeiten und Infotainment.

suchen und sich die kürzeste Route zum gewünschten Shop in einer 3D-Perspektive anzeigen lassen. In Zukunft wird das sogar noch komfortabler über das eigene Smartphone und die Center-App von jeder beliebigen Position im Center funktionieren – dank sogenannter iBeacons. Sebastian Baumann erläutert den noch jungen Begriff: „Bei den iBeacons handelt es sich um kleine Sender, die auf Bluetooth basieren. Wenn ein Kunde auf seinem Smartphone die dazugehörige Center-App installiert hat, können App und im Center verortete Beacons miteinander kommunizieren, Positionsbestimmungen durchführen und dadurch ortsbezogene Nachrichten – zum Beispiel über Sonderangebote – zielgenau übermitteln.“

### SERVICE GEWINNT AN BEDEUTUNG

Apropos Sonderangebote: Gemäß der groß angelegten Multichannel-Studie „Dem Kunden auf der Spur“, in der die ECE gemeinsam mit Roland Berger Strategy Consultants 42.000 Konsumenten befragt hat, ist nicht der Preis entscheidend für die Wahl des Einkaufskanals. Um die Waren sofort verfügbar zu haben oder eine professionelle Beratung zu erhalten, greifen Kunden offline auch gern mal tiefer in ihre Taschen. Was sie jedoch gerne vermeiden, ist, größere Einkäufe mühselig in die eigenen vier Wände zu schleppen. Abhilfe schafft hier das Angebot „Same Day Delivery“, welches erstmals im neuen Milaneo in Stuttgart und anderen Centern eingeführt wurde.

Der Service ermöglicht es, Einkäufe aus dem Einkaufszentrum noch am selben Abend nach Hause transportiert zu bekommen. Der Kunde gibt dafür seine Tüten am sogenannten „Drop-Off-Point“ im Center ab, hinterlässt eine Wunschlieferadresse und bekommt die Ware gegen eine geringe Gebühr taggleich zugestellt. Das stößt auf reges Interesse bei den Center-Besuchern in Stuttgart. Durchschnittlich werden drei Einkaufsstützen je Lieferkunde abgegeben. Technik, Mode und Lebensmittel dominieren die Transporte.

### MIT ALLEN SINNEN

So wichtig der Service auch ist – gerade im stationären Handel geht es auch darum, den Kunden emotional zu gewinnen. Denn das Shopping-Erlebnis mit allen Sinnen kann das Internet bislang nur rudimentär abbilden. Die ECE experimentiert daher mit Licht, Klang und Düften, um ihre Shopping-Center zu ganz besonderen Orten zu machen. Im neuen Aquis Plaza, welches im Herbst in Aachen seine Tore öffnen wird, planen Baumann und die Architekten der ECE bereits einen ersten Einsatz in der Praxis.



Am Info Gate beantworten Center-Mitarbeiter Fragen der Besucher via live Video-Stream.

Die Möglichkeiten für Einkaufszentren, Kunden auch in Zeiten rasanten Wandels an sich zu binden, sind vielfältig. Es gilt, Synergien mit der digitalen Welt zu nutzen. Und sich auf seine Stärken zu besinnen: dass Center mehr sind also nur Orte des Konsums.




### Connect with the Spirit of Retailing

SES Spar European Shopping Centers ist Entwickler, Errichter und Betreiber von großflächigen Handelsimmobilien und kreiert urbane, pulsierende Shopping-Destinationen als zeitlos-moderne Marktplätze mit höchster Aufenthaltsqualität. SES managt aktuell 28 Shopping-Center in Zentral-, Süd- und Osteuropa. In Österreich und in Slowenien ist SES Marktführer.

Wir gratulieren dem Marktteilnehmer ECE zum Jubiläum.

SES Spar European Shopping Centers GmbH  
T: +43 662 44 71-7041, development@ses-european.com

