



umdasch
THE STORE MAKERS

PRESSE-INFORMATION

AMSTETTEN, 1. März 2024

Verfasser: Dominik Reichartzeder

EuroCIS 2024 – Analoger Ladenbau trifft digitale Lösungen: Die Store Makers von umdasch zeigten innovative Konzepte für die Symbiose am Point of Sale

Von 27. bis 29. Februar 2024 fand in Düsseldorf die EuroCIS statt, die internationale Fachmesse für Retail Technology. Die Store Makers von umdasch waren als einer der führenden Anbieter von ganzheitlichen Ladenbau-Lösungen mit dabei und stellten ihre aktuellsten Entwicklungen zur Prozessoptimierung im Retail vor.

Die EuroCIS stand wie gewohnt auch im Jahr 2024 ganz im Zeichen der aktuellen Trends und Herausforderungen im Bereich der Retail Technology. Das Themenfeld der Aussteller konnte dabei vielfältiger kaum sein: von Payment Solutions und AI Pricing-Tools über Omnichannel und Connected Retail bis hin zu Supply Chain Software und Electronic Shelf Labeling (ESL). Der Innovationsgeist war an allen drei Messetagen deutlich spürbar. Neue Technologien wie Künstliche Intelligenz zeigen der gesamten Branche bereits heute zahlreiche neue Möglichkeiten auf. „Die EuroCIS zählt für unser Digital-Team von umdasch natürlich zu den Messe-Highlights. Das Who-is-Who der Branche gibt Einblicke in aktuelle Entwicklungen und zeigt die ‚Hot Topics‘ auf“, ist Manuel Pilz, Head of Sales Digital Solutions bei umdasch The Store Makers, noch immer begeistert.

Digitalisierung hat am Point of Sale viele Facetten

KonsumentInnen erwarten heutzutage ein reibungsloses und personalisiertes Einkaufserlebnis, das alle verfügbaren Kanäle integriert und miteinander verknüpft. Als Händler gilt es, die eigenen Produkte auf der Verkaufsfläche mithilfe digitaler Touchpoints eindrucksvoll zu inszenieren und so nicht nur Aufmerksamkeit zu schaffen, sondern vor allem auch Interesse zu erzeugen. Andererseits geht es für Händler beim Einsatz digitaler Lösungen auch um Prozessoptimierung und infolgedessen auch um Einsparung von Kosten. Optimierte Prozesse können außerdem einen wichtigen Beitrag zum Thema Nachhaltigkeit leisten, indem sie etwa energieeffizienter gestaltet werden.

Als eines der führenden Ladenbau-Unternehmen Europas gilt für die Store Makers deshalb umso mehr, die stetig wandelnden Anforderungen des Marktes genau zu kennen und aktiv mitzugestalten. Damit dies gelingt, setzt man bei umdasch zunehmend auf das Zusammenspiel von analogem Ladenbau und digitalen Lösungen. „Die Digitalisierung des

**We make
successful
stores.**



umdasch
THE STORE MAKERS

Point of Sale steht mittlerweile für weit mehr als ein paar Screens und die Installation digitaler Preisschilder“, erklärt Manuel Pilz. Prozessoptimierung, Kosteneinsparung und Markeninszenierung sind laut ihm die drei Kernthemen. „Dabei geht es meist um Lösungen und Know-how, das für die KonsumentInnen auf den ersten Blick gar nicht sichtbar ist. Dazu zählt die smarte Vernetzung unterschiedlicher Touchpoints, das Sammeln und vor allem Nutzen von Daten oder aber ganz einfach die laufende Wartung – um nur einige wenige zu nennen.“ Für ein Unternehmen wie umdasch, mit Wurzeln im klassischen Ladenbau, heißt dies auch, dass man weiterdenkt und diesen Bereich mit digitalen Lösungen zusammenbringt.

Als Mitaussteller am Stand der Self-Checkout-Experten und Umdasch Group-Beteiligung shopreme präsentierten die Store Makers von umdasch daher, wie das Zusammenspiel zwischen analogem Ladenbau und digitalen Lösungen gelingt und welche Vorteile die Digitalisierung des Point of Sale für Kunden und Händler gleichermaßen bringt. Gleichzeitig wurde auf der EuroCIS deutlich wie innerhalb der Umdasch Group Synergien genutzt werden, um die Branche weiterzuentwickeln.

Neue Möglichkeiten mit digitalen Lösungen

Die Digitalprofis von umdasch Digital Solutions zeigten auf der Messe Touchpoints wie Digital Signage, Electronic Shelf Labeling (ESL) und die umdasch eXperience Platform, eine cloudbasierte Schnittstelle für unterschiedliche Point of Sale-Anwendungen. Diese Technologien ermöglichen es Retailern, ihre Prozesse wesentlich zu vereinfachen und KundInnen auf innovative Weise anzusprechen. Prozessvereinfachung heißt für das Filialpersonal einerseits mehr Zeit für andere, wichtigere Tätigkeiten zu haben, wie etwa den Kundenservice. Es bedeutet darüber hinaus auch, dass bestimmte Tätigkeiten einfacher und effektiver werden. Beispielsweise können Inhalte auf digitalen Touchpoints durch Vernetzung filialübergreifend und mit wenig Aufwand angepasst werden. Wie im Falle der von den Store Makers entwickelten Dealer App: damit können zentral gesteuerte Inhalte wie Aktionen oder Werbung individuell je nach Filiale adaptiert werden.

Vernetzung digitaler Lösungen führt auch dazu, dass diese miteinander kommunizieren. Wenn also beispielsweise Preise durch Händler angepasst werden, ändern sich diese automatisch auf unterschiedlichen Touchpoints und entsprechende Aktionspreise werden infolge etwa über Screens ansprechend kommuniziert. Genau dafür sorgt zum Beispiel die auf der EuroCIS visuell dargestellte umdasch eXperience Platform.

Datengenerierung, -sammlung und -nutzung sind wesentliche Treiber für die Effektivität am Point of Sales. Aus diesem Grund haben die Store Makers von umdasch auf der EuroCIS die seit der EuroShop 2023 weiterentwickelte Smart Bakery Box vorgestellt. Optisch nicht von einer standardisierten Backbox aus der Bakery Box-Serie von umdasch zu unterscheiden, befindet sich die smarte Komponente unterhalb der Präsentationstassen für Kleingebäck. Eine in der Box verbaute Wiegesensorik misst das Gewicht und kann so durch Änderungen auf die verbleibende Stückzahl schließen. Im Hintergrund gibt eine Softwareschnittstelle über ein Dashboard zusätzlich Auskunft über den Frischegrad der Waren und ermittelt basierend auf tagesaktuellen Daten wie viel Gebäck wann nachbestückt werden soll. Vor- sowie nachgelagerte Prozesse wie etwa der Betrieb von Backöfen werden daraufhin automatisch angestoßen. Für Händler ein Gamechanger, da dadurch die Bestandsermittlung erheblich vereinfacht wird. Und so bringt die Smart Bakery Box

**We make
successful
stores.**



ökonomische Vorteilen wie die Reduzierung von Food Waste aufgrund vorrausschauender Bedarfsplanung und ergänzend den ökologischen Vorteil eines energieoptimierten Betriebs.

Darstellung einer realistischen Einkaufssituation mit Self-Checkout

Durch die Einbindung in den Demo-Store von shopreme wurde auf der EuroCIS veranschaulicht, wie das Zusammenspiel der Lösungen von umdasch The Store Makers mit den gemeinsam entwickelten Self-Checkout-Lösungen matrix und vector in einer realistischen Customer Journey funktionieren kann. Diese Angebote bieten Einzelhändlern die Möglichkeit, den Kassenbereich zu optimieren, damit Warteschlangen zu reduzieren und den Checkout-Prozess für KundInnen zu vereinfachen. Dank der intuitiven Benutzeroberfläche wird damit das Einkaufen so einfach wie das Bedienen einer App.

Der besondere Vorteil der matrix Self-Checkout-Kasse liegt neben der benutzerfreundlichen Gestaltung für Händler in der Anbindung in das shopreme Ökosystem, wodurch sie von einheitlichen Analysen, remote Altersverifizierung, einer eigens entwickelten Mitarbeiter-App und vielem mehr profitieren.

Für Robert Hauptmann, Store Consult & Solution Development bei umdasch The Store Makers ist die EuroCIS ein Ort wo Innovationen sichtbar werden. Er fügt hinzu: „Unsere Smart Bakery Box und die Exit-Lösungen matrix und vector, die wir gemeinsam mit shopreme entwickelt haben, zeigen, wie analoger Ladenbau und digitale Lösungen zu einer nahtlosen Customer Experience verschmelzen – und dabei auch noch einen maßgeblichen Nutzen für die Händler selbst bedeuten.“

Großartige Atmosphäre und Innovationen begeistern

Die Store Makers von umdasch ziehen insgesamt eine sehr positive Bilanz von der EuroCIS 2024. Die Messe war eine hervorragende Gelegenheit, um die innovativen Konzepte für den Handel der Zukunft einem breiten Fachpublikum zu präsentieren und wertvolle Kontakte zu knüpfen. Die Resonanz der Besucherinnen und Besucher war durchwegs positiv und bestätigte die hohe Qualität und Relevanz der Lösungen von umdasch. „Das Interesse an unseren digitalen Lösungen wie der umdasch eXperience Plattform zeigt, dass wir am Puls der Zeit sind und bestätigt unsere Arbeit umso mehr“, freut sich Manuel Pilz.



Kontakt:
Dominik Reichartzeder
Marketing & PR Manager

umdasch Store Makers Management GmbH
Josef Umdasch Platz 1, 3300 Amstetten, Austria
T +43 (0) 7472 69000-2504
dominik.reichartzeder@umdasch.com
www.umdasch.com | A company of Umdasch Group



umdasch
THE STORE MAKERS

umdasch: handwerklich verwurzelt, visionär im Digitalen, stets mit menschlichem Anspruch und einem Ziel: Erfolgreiche Stores zu realisieren. Die Store Makers von umdasch gestalten außergewöhnliche Erlebniswelten für anspruchsvolle Kunden. Sie bedienen mit ihren vier Business Units – Multistore Solutions, Premium Solutions, Construction Solutions sowie Digital Solutions – zahlreiche Kompetenzfelder von Design Consulting & Value Engineering über Projektmanagement, General Contracting und Shop Systems bis hin zu Digital Retail. Mit rund 1.400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zählt umdasch zu den führenden Ladenbau-Unternehmen Europas. Die Zentrale befindet sich in Amstetten, Österreich. Jährlich realisiert das Unternehmen über 7.000 Ladenbau- und 200 Generalunternehmer-Projekte. Gemeinsam mit den Divisionen Doka und Umdasch Group Ventures ist die Umdasch Group mit über 170 Produktions-, Logistik- und Vertriebsniederlassungen auf fünf Kontinenten tätig. Sie befindet sich seit 155 Jahren im Besitz der Familie Umdasch.

**We make
successful
stores.**