**INNOVATIVE RETAIL LABORATORY**

Das Innovative Retail Laboratory (IRL) wurde im Oktober 2007 als Kooperation des Deutschen Forschungszentrums für Künstliche Intelligenz (DFKI), der GLOBUS SB-Warenhaus Holding GmbH & Co. KG sowie der Universität des Saarlandes ins Leben gerufen. Als anwendungsnahes Forschungslabor befindet sich das IRL in der Globus-Koordination in St.Wendel. Die Nähe zu den Handelsfachexperten bietet den großen Vorteil der konkreten Projektausrichtung auf Anforderungen und Potenziale des zukünftigen Handels. Zudem beschleunigt die Präsentation in der realitätsnahen Laborumgebung den Transfer von Forschungsergebnissen in die Praxis.

Das IRL gibt einen visionären Blick auf den Einzelhandel von Morgen. Zukünftige Applikationen unterstützen hierbei die steigende Mobilität der Benutzer und ermöglichen zugleich einen natürlichen und intuitiven Umgang mit Assistenzsystemen.

Dabei beinhaltet die Kernvision des IRL die Entwicklung intelligenter Assistenzsysteme, angepasst an die persönlichen Präferenzen von Kunden und Mitarbeitern. Das für die Adaption benötigte Wissen wird durch die Extraktion und Fusion relevanter Informationen aus unterschiedlichen Datenquellen, sowie deren semantischer Interpretation, generiert.

**IRL – DAS KONZEPT**

Das IRL konzentriert sich, insbesondere seit seiner Neugestaltung im Jahr 2015, auf innovative Handelskonzepte und personalisierte Kundenansprachen. Ergänzt durch einen interaktiven Heimbereich und ein ansprechendes Supermarktlayout, vermitteln zahlreiche Assistenzfunktionalitäten Visionen zum Einkauf von Morgen und der Zukunft des Handels.

Die Gliederung der Einkaufsumgebung in Waben unterstützt die Präsentation verschiedener Produktwelten und Shop-in Shop-Konzepte. Durch diese klare Einteilung im Rahmen eines erlebbaren Anwendungsszenarios werden die prototypisch umgesetzten Assistenzfunktionalitäten in den Fokus gerückt. Somit entsteht eine realitätsnahe Test- und Forschungsplattform für aktuelle und zukunftsweisende Technologietrends.

Der Heimbereich ergänzt und erweitert das Einkaufserlebnis bereits außerhalb der Handelsumgebung. In Form einer Verschmelzung der Einkaufskanäle werden die Potenziale der Online- und Offline-Welt zusammengeführt.

**DIGITALE KUNDENWELTEN**

Einkaufsverhalten und Kaufentscheidungen der Kunden werden nicht nur durch den Handel selbst geprägt. Durch die zunehmende Präsenz moderner Technologien im individuellen Alltag nehmen – neben Faktoren aus dem persönlichen Umfeld – auch Informationen und Rezensionen aus dem Netz sowie sozialen Netzwerken an Bedeutung zu. Die damit bereitgestellte Zugriffsmöglichkeit auf eine allgegenwärtige Datenextraktion eröffnet neuartige Potenziale einer omnipräsenten Kaufassistenz.

Das IRL präsentiert, wie personalisierte Inhalte dem Kunden in Heimbereich, unterwegs und im Geschäft zur Verfügung gestellt werden. Diverse Assistenzsysteme unterstützen die Einkaufsvor- und –nachbereitung im Heimbereich. Mobile Applikationen unterstüptzen eine an die Benutzer angepasste Präsentation der Informationen unter Berücksichtigung des jeweiligen Nutzerprofils. Auf der Verkaufsfläche zeigt das IRL neue Lösungen der individuellen Kundenansprache in Form von Dialogmarketing.

**INNOVATIVE MULTICHANNEL-STRATEGIEN**

Die klaren Grenzen zwischen Online- und stationärem Handel lösen sich mehr und mehr auf. Heute bedienen sich Kunden verschiedener Kanäle. Der Übergang zwischen diesen Kanälen muss für Kunden fließend und intuitiv sein.

Das IRL präsentiert erlebnisorientierte Einkaufszyklen durch die Verschmelzung von digitaler und analoger Welt sowohl im Heimbereich als auch am Point of Sale. Hierbei wird gezeigt wie die einzelnen Kontaktpunkte zum Konsumenten durch digitale Assistenzfunktionen angereichert werden. Durch die Interaktionen mit analogen Produkten im IRL werden digitale Inhalte dynamisch geladen und kundenspezifisch präsentiert.

**SMART SERVICES UND BIG DATA IM HANDEL**

Der Grad der Digitalisierung der Supermärkte durch Sensoren und Aktuatoren steigt stetig an. Dadurch werden große Datenmengen erfasst. Um dieses Potenzial auszuschöpfen und einen Mehrwert zu generieren, müssen die gesammelten Daten in Verbindung mit Zusatzinformationen aus dem Netz analysiert werden. Ziel dieser kundenzentrierten Ausrichtung des Angebots ist die nachhaltige Kundenbindung.

Das IRL präsentiert Lösungsansätze, wie Sensoren und Aktuatoren gewinnbringend eingesetzt werden können. Durch bedarfsorientierte Assistenzfunktionalitäten werden möglichst individuell zugeschnittene Informationen generiert und in der Handelsumgebung sowohl dem Mitarbeiter als auch dem Kunden zur Verfügung gestellt. Geeignete Analysen und adaptive Präsentationen des aktuellen Istzustands unterstützen Mitarbeiter bei ihren Entscheidungen.

**IRL Standort St.Wendel**, Globuskoordination, Leipziger Str. 8, 66606 St. Wendel

Kontakt: irl-info@dfki.de

 Tel. 0681/ 85775 5006

 Fax 0681/85775 5007

 www.Innovative-retail.de