



Das digital angereicherte DS Smith Display enthält eine Augmented-Reality-Anwendung, die am P.O.S. mit Tablet PC oder Smartphone erlebbar gemacht wird.

Display-Lösungen von DS Smith Packaging – kreativ mit System

Für DS Smith Packaging sind sich wandelnde Kundenbedürfnisse zugleich Inspiration und Ansporn sich stetig weiter zu entwickeln. Als strategischer Partner mit branchenübergreifender Kompetenz ist das Unternehmen überzeugt, dass sich die Betrachtung des gesamten Supply Cycles positiv auf das Geschäft der Kunden auswirkt.

Jüngste Beispiele hierfür sind Display Projekte für NITRO Snowboards und für EGLO. Die Displays sind Schnittstellen zwischen der Produktpäsentation am Point of Sale und der digitalen Erlebniswelt. Die Kombination von klassischem P.O.S. Display mit digitalen Inhalten ist dabei eine anspruchsvolle Aufgabe, sowohl in der Ideenfindung als auch in der Realisation.

Referenz NITRO Snowboards

Snowboarding ist eine trendige und moderne Sportart, die ihrer wachsenden und anspruchsvollen Zielgruppe immer wieder Neues und Interessantes bietet. Dabei handelt es sich nicht mehr nur um junge Menschen mit bunten XXL-Hosen und weiten Kapuzenjacken, sondern um ein aufgeschlossenes und erlebnishungriges Publikum.

Nitro will Potenziale für Wachstum nutzen

Nitro ist der weltweit zweitgrößte Hersteller von Snowboards und einem umfangreichen Programm von Schuhen, Bekleidung, Textilien, Taschen etc. rund um diesen faszinierenden Sport. Mit dem Kauf von Nitro-Artikeln erwirbt die trendige Zielgruppe nicht einfach nur ein Produkt, sondern wird Teil der

Nitro-Family, die ihre Leidenschaft fürs Snowboarden sehr aktiv miteinander teilt. Zur Kommunikation nutzt die Nitro-Family dabei besonders gern soziale Netzwerke, in denen sie ihre Erlebnisse, Tipps und Fotos austauscht. Somit war es nur konsequent nach einem Weg zu suchen, wie man diese Zielgruppe auch am Point of Sale medienübergreifend anspricht und die



gemacht wird. Am Display wird der Shopper dazu aufgefordert, an einem Online-Gewinnspiel teilzunehmen. Die entsprechenden Infos zum Gewinnspiel kann er über eine Augmented-Reality-Anwendung anschauen.

Mit der kostenlosen App Junaio eröffnen sich so für die Shopper ganz neue, digitale Welten. Wie das Gan-

Beispiel EGLO Leuchtmittel

Eine weitere Referenz für die Kompetenz von DS Smith Packaging für die digitale Anreicherung von klassischen Displays, um die Shopper am P.O.S. verstärkt anzusprechen, ist das Display „Big Wonder“ für Leuchtmittel des Unternehmens EGLO. Damit können Verbraucher direkt im Handel ein virtuelles „Wunderland“ betreten, in dem sie



Neue Dimension am P.O.S.: Für den Leuchten- und Leuchtmittelhersteller EGLO hat DS Smith Packaging erstmals ein Display mit einer Augmented-Reality-Anwendung realisiert. Damit können Verbraucher direkt im Handel ein virtuelles „Wunderland“ betreten, in dem sie das gleichnamige Sortiment von EGLO interaktiv kennenlernen.

analoge Welt mit der digitalen Welt verbindet. So entstand die Zusammenarbeit zwischen der Nitro Snowboards Entwicklungs GmbH und DS Smith. In den Projektstufen der Ideenfindung und Realisation begeisterte sich Nitro für die umfänglichen Möglichkeiten und Kompetenzen von DS Smith Packaging in der Entwicklung sowie Produktion von „Displays mit Zusatznutzen“. DS Smith Packaging verknüpfte das klassische P.O.S. Display mit einer digitalen Erlebniswelt. So wird die Wirkung der P.O.S. Präsentation erheblich gesteigert und die digitalen Fans der Nitro-Family für die haptisch erlebbare Präsentation der Nitro-Produkte in den „echten“ Geschäften begeistert.

DS Smith Display für neue Nitro Bekleidungskollektion

Nitro verwendet das digital angereicherte Display erstmals für die Präsentation einer neuen Bekleidungskollektion für Snowboarder in Sportfachgeschäften. Das Display enthält dabei eine Augmented-Reality-Anwendung, die mit Tablet PC oder Smartphone erlebbar

ze funktioniert, ist am Display beschrieben. Schaut er sich das Display durch sein Smartphone an, steht er plötzlich nicht mehr vor einem Verkaufsregal, sondern mitten im Cockpit eines über perfekten Snowboardpisten kreisenden Hubschraubers. Ein Szenestar erklärt dem staunenden Kunden, was er tun muss, um am Gewinnspiel teilzunehmen und so aus diesem virtuellen ein reales Erlebnis zu machen.

Das P.O.S. Display von DS Smith schafft damit erstmals für Nitro die Verbindung eines klassischen Verkaufsdiskreits im Handel mit den digitalen Welten der Kunden und zeigt, dass es so auch möglich ist, die Shopper im Handel mit digitalen Inhalten zu begeistern. Die neuartige Technik sorgt dafür, dass die Shopper ihr Erlebnis mit diesem Display in ihren sozialen Netzwerken teilen und so weitere digitale Shopper in den stationären Handel locken.

Diese Erlebnisse und Eindrücke kann ein klassisches P.O.S. Display nicht kommunizieren.

das gleichnamige Sortiment von EGLO interaktiv kennenlernen.

Das aufgesteckte „Tablet“ aus Wellpappe sticht sofort ins Auge. Es ist ein Highlight des Displays „Big Wonder“, das übersichtlich die neuen Leuchtmittel des Herstellers EGLO zum Abverkauf präsentiert. Abgescannt mit einem echten Tablet oder Smartphone, eröffnet das Druckbild einen virtuellen Infopoint. Dort können Verbraucher alle Leuchtmittel sowie Fassungs-möglichkeiten des Herstellers erkunden und erhalten dadurch wesentlich ausführlichere Informationen, als es mit einem klassischen Verkaufsdiskreits möglich wäre. Das Ganze funktioniert über eine Augmented-Reality-Anwendung. Die notwendige Software dazu kann direkt vor Ort über einen QR-Code heruntergeladen werden, der ebenfalls direkt am Display abgescannt wird.

Gleich in mehrfacher Hinsicht realisierte DS Smith Packaging somit ein „Big Wonder“. Neben dem Einsatz von „Augmented Reality“ (AR) am P.O.S.,

bestand auch die Marketing-Kampagne in Richtung Handel aus ungewöhnlichen AR-Maßnahmen. In einem ersten Schritt machte ein vermeintlich klassisches Mailing Händler auf die Innovation aufmerksam: Einmal mit Smartphone oder Tablet erfasst, erwuchs aus der Sendung eine 3-D-Säule mit dem Logo des Herstellers und weckte die Neugier auf die neue Form der P.O.S.-Präsentation. Als nächstes folgte ein Sales Folder, über den sich „Big Wonder“ bestellen ließ. Und auch hier entfaltete DS Smith Packaging die

Stärke von Augmented Reality: Händler konnten sich das Display in Originalgröße virtuell anzeigen lassen – und von dessen verkaufstarker Wirkung direkt in der eigenen Ladenumgebung überzeugen.

Perspektiven für zukünftige Displays

Die Display Projekte für NITRO Snowboards und EGLO sind gute Beispiele von DS Smith Packaging für die digitale Anreicherung von P.O.S. Displays.

Wichtig ist dabei, dass die jeweilige Lösung auf die Marke des Kunden abgestimmt ist und genau zum jeweiligen Produkt passt. Dabei steht die Steigerung des Shopping-Erlebnisses am Point of Sale im Vordergrund. DS Smith übernimmt von der Beratung über die Entwicklung und Produktion der Displays bis hin zu Programmierung, Hosting und Zugriffs-Reporting der Augmented-Reality-Anwendung alle Schritte. So ist es für die Kunden einfach, die ersten Aktionen in diese Richtung zu starten. ■

Mit einem Smartphone oder Tablet können Sie in drei einfachen Schritten in die virtuelle Welt eintauchen:

Junaio herunterladen: Sie finden die kostenlose App Junaio im Apple App Store und auf Google play (für Android). Oder Sie scannen einfach den hier abgebildeten QR-Code ein, der Sie direkt zu Junaio führt.



Öffnen Sie Junaio und **scannen** Sie das Bild des Nitro-Displays ab.



Video anschauen. Halten Sie dabei das Nitro-Display immer im Bereich Ihrer Smartphone- oder Tablet-Kamera.

Tipp: Wenn Sie die Zeitung aufstellen, ändert sich auch die Perspektive des Videos und Sie sehen mehr von der verschneiten Bergwelt unter dem Helikopter.

Viel Spaß beim Ausprobieren!