

Pressemitteilung 4. September 2020

Best Retail Cases Award: Die Gewinner wurden ermittelt

Am 2. September wurden erstmals die von der Location Based Marketing Association (LBMA e.V.) ins Leben gerufenen Best Retail Case Awards für die besten Handelsinnovationen verliehen, die sich größtenteils bereits im praktischen Einsatz bewähren. Eine Medienjury und die Anwender kürten ihre Lieblingscases und vergaben in den Bereichen Sehenswertes in der Covid-Zeit, Retail-Technologien, Marketing, Service & Store Design, Omnichannel sowie eCommerce ihre Stimmen. Welche Cases konnte beim Anwender-Voting punkten und wer hat die Medienjury überzeugt?

Über 2.500 Voter und eine fünfköpfige Medienjury stimmten über insgesamt 38 Cases ab. In einem Punkte-System vergab die Medienjury ihre Rankings und ermittelte ihre Favoriten. „Die Entscheidung fiel nicht leicht, da jeder der eingereichten Cases wirklich gut war“, sagt Angelique Szameitat, Juryleitung und Chefredakteurin der GFM Nachrichten – Digital für Handel und Marketing. „Das aktive Jury-Team der verschiedenen Medienhäuser, das sich für diese Prämierungsrunde zusammenfand, hatte unterschiedliche Werte im Blick und somit teils auch abweichende Ansichten zu den Cases. Es war somit spannend, wer es dann doch auf das Treppchen schaffen konnte.“ Die Anwender haben unabhängig von der Jury entschieden, wobei einzelne Anbieter ihre Chancen durch gute Promotion deutlich verbesserten. Hier das Jury-Video: <https://bestretailcases.com/>

Einig waren sich Jury und Anwender bei dem vom österreichischen Lebensmitteleinzelhändler Billa genutzten Scan&Go-System, das beide Seiten als Gewinner der Sonderkategorie rund um die Bewältigung der Covid-19-Folgen sehen. In der von shopreme entwickelten Lösung müssen Kunden die gewünschten Produkte einfach nur kurz mit ihrem Smartphone einscannen und können anschließend ohne Anstehen an einer Kasse den Laden einfach wieder verlassen. Dies überzeugte die Jury in der Kategorie „Sehenswertes in Covid-19: Rethinking Retail“ noch etwas stärker als die gelungenen Systeme zur Gesichtsmaskenerkennung bzw. Einlasskontrolle, die in deutschen Supermärkten und Discountern, bei Denner oder im Einrichtungshaus Ostermann betrieben werden.

Im Bereich der „Retail Technology“ gewann ebenfalls eine Scan&Go-Technologie das Jury-Voting. Bei der tschechischen Metro-Tochter Makro überprüft diese anhand mehrerer Aspekte zusätzlich, ob alle in den Warenkorb gelegten Artikel auch wirklich gescannt wurden. So beugt Anbieter Bizerba Diebstahlversuchen vor. Bei den Nutzern kam der intelligente Assistent für In-Store-Aufgaben, den ecx.io für den Tierspezialisten Fressnapf bereitstellt, besser an. Die Jury würdigte ihn mit einem dritten Platz. Das Silberpodest reservierte sie für die IoT-Plattform von ReACT, die bei Edeka Nord die Kommunikation zwischen Marktleitung, Marktmitarbeitern, Kunden und Markttechnik beschleunigt.

In der Kategorie „Retail Marketing, Service & Store Design“ konnten sich sowohl eine High Tech- als auch eine Low Tech-Lösung behaupten. HL Display verfolgt mit seinen bei tegut präsenten Schütt- und Schöpfbehältern den Nachhaltigkeitsgedanken: Sie sind speziell dafür konzipiert, unverpackte Lebensmittel geschützt und gleichzeitig schön zu präsentieren, was die Lösung in den Augen der Nutzer zu einem absoluten Gewinner macht. Bei der Jury war lediglich der Smart Mirror Hub noch beliebter, den JumpnShoez in Landau verwendet. Der digitale Spiegel wird von Mirrads mit Barcode- und NFC-Scannern verknüpft, was Kunden beispielsweise schnelle Interaktionen aus der Umkleidekabine heraus ermöglicht.

Die enge Zusammenarbeit der Online-Shopping-Plattform Otto mit dem Einkaufszentrum-Betreiber ECE (über das Joint-Venture Stocksquare) wurde in der Kategorie „Retail Omnichannel“ von den Nutzern und auch der Jury als beispielhaft gesehen. Beide Unternehmen verknüpfen hier ihre Bestandsinformationen, um die Lücke zwischen online und offline zu schließen. Noch besser gefiel der Jury allerdings eine mobile Lösung von ROQQIO, mit der sich Läden nahtlos in ein Omnichannel-Erlebnis einfügen lassen, da sie zahllose Anwendungsmöglichkeiten bietet. Wie gut Omnichannel gelingen kann, zeigt das gleiche Unternehmen gemeinsam mit dem Fahrradhändler Rose Bikes – und sicherte sich mit diesem Case zusätzlich den dritten Platz.

Beim „Retail eCommerce“ konnte ein Ansatz von Retresco die Jury überzeugen. MediaMarktSaturn verwendet dessen Technologie, um die Erstellung von Produktbeschreibungen zu automatisieren. Der zweitplatzierte Case sorgt bei Gärtner Pötschke für die Steigerung von Kundenbindung und Conversion-Rate, FACT-Finder liefert hierbei die passenden Systeme. Bei

den Nutzern war der Ansatz von SPACEGOATS populär, den Amazon-Vertrieb für interessierte Händler stärker zu automatisieren und zu internationalisieren.

Im Rahmen der RetailTour Conference in Zürich zeichneten der Vorstandsvorsitzende der Location Based Marketing Association (LBMA e.V.) Carsten Szameitat sowie die Medienjury am 2. September die Gewinner aus. Zusätzliche Details zu allen prämierten und zahlreichen weiteren Cases präsentiert die LBMA auf ihrer Best Retail Cases-Webseite (<https://bestretailcases.com/>), die auch als Wegweiser für den Handel im Lösungs-Dickicht dienen soll. Die nächste Phase der Best Retail Cases Awards ist zudem bereits in Vorbereitung.

Gewinner Best Retail Cases Award nach Kategorien

Sehenswertes in Covid-19: Rethinking Retail

Platz 1: Billa: Per Scan & Go einkaufen (mit shopreme)

Platz 2: Aldi, Lidl & Co.: Occupancy Management und Face Mask Detection (mit Xovis)

Platz 3: Denner: Genaue Kundenzählung (mit screenFOODnet)

Gewinner Anwender-Voting: Billa: Per Scan & Go einkaufen (mit shopreme) - Doppelgewinner (Medien Platz 1)

Retail Technology

Platz 1: Makro: Scan&Go Loss Prevention System (with Bizerba)

Platz 2: Edeka Nord: IoT Communication Platform (mit ReAct)

Platz 3: Fressnapf: Intelligent assistant for in-store tasks (with ecx.io)

Platz 4: Edeka Jänecke: Einzigartige Mehrwerte für den Einzelhandel schaffen (mit T-Systems)

Platz 5: Reno: Software-defined Networking aus der Cloud (mit LANCOM)

Gewinner Anwender-Voting: Fressnapf: Intelligent assistant for in-store tasks (with ecx.io)

Retail Marketing, Service & Store Design

Platz 1: JumpnShoez: Smart Mirror Hub (mit Mirrad)

Platz 2: tegut: Gravity- & Scoop Bins für unverpackte Lebensmittel (mit HL Display)

Platz 3: SunPlaza: AR Shopping Mall (mit innovation-rocks)

Gewinner Anwender-Voting: tegut: Gravity- & Scoop Bins für unverpackte Lebensmittel (mit HL Display)

Retail Omnichannel

Platz 1: Mobile Anwendung für die Digitalisierung des stationären Handels (mit ROQQIO)

Platz 2: Otto & ECE: Connected Commerce (mit Stocksquare)

Platz 3: Rose Bikes: Omnichannel Commerce Solution (mit ROQQIO)

Platz 4: Yves Rocher: ‚Near Me‘ Brand Experience optimiert (mit Uberall)

Platz 5: Olymp: Digitale Regalverlängerung und Kundenbindung am POS (mit SalesMate)

Gewinner Anwender-Voting: Otto & ECE: Connected Commerce (mit Stocksquare)

2. Platz Anwender-Voting: Supermärkte: Datengetriebenes Media-System (mit C.A.P.)

Retail eCommerce

Platz 1: MediaMarktSaturn: Automatisierte Produktbeschreibungen (mit retresco)

Platz 2: Gärtner Pötschke: Steigerung von Kundenbindung und Conversion-Rate (mit FACT-Finder)

Gewinner Anwender-Voting: Amazon-Händler: Internationalisierung und Automatisierung des Amazon-Vertriebs (mit SPACEGOATS)



**Best
Retail
Cases**

**Gewinnerlistung mit Kurzbeschreibungen der Cases und mit
Platzlisten-Ranking-Übersicht**

(<https://bestretailcases.com/voting-ergebnisse-2020/>)

Hintergrund Best Retail Cases

Die Plattform informiert über die besten Installationen und Lösungen im nationalen und internationalen Handel. Früher nur für die Teilnehmer der RetailTour sichtbar, ist sie nun auch öffentlich zugänglich. Ziel ist es, eine der größten Plattformen im Handel zu werden. Weltweit sind aktuell 1.000 Cases gelistet.

Hintergrundinformation Location Based Marketing Association e.V.

Die Location Based Marketing Association ist ein internationaler Verband, der die Verbindung der realen Welt mit der digitalen Welt in das Zentrum seiner Aktivitäten stellt. So ist der LBMA e.V. die Vertretung und Plattform für alle ortsbezogenen Lösungen & Services von Unternehmen/Organisationen am Point of Sale und Point of Interest.

Ansprechpartner für die Presse:

Jacqueline Gebhard

LBMA e.V., Projektleitung Best Retail Cases

T: +49(0)8122 / 553 6442

E-Mail: j.gebhard@thelbma.org

Internet: www.thelbma.org | www.bestretailcases.com