



Parfümerie Douglas GmbH

Ein ausgezeichneter Blickfang: Der Douglas Trendstore in Mainz

Projektüberblick

- **Flagship-Store in Mainz**
- **1 Videowall 16er (4x4 46 Zoll Displays)**
- **1 Videowall 9er (3x3 46 Zoll Displays)**
- **1 Schaufenster-Touchlösung(Sunlight-Display 46 Zoll)**
- **2 Schaufenster-Einzeldisplays(Sunlight 46 Zoll)**
- **Entwicklung Touchsysteme**
- **reta europe award 2011**

Projekthintergrund

Mit der Eröffnung des neuen Douglas Beauty Terminals in Mainz, präsentiert Europas größtes Parfümerieunternehmen seit Oktober 2010 einen echten Hingucker, der branchenübergreifend neue Maßstäbe und Trends setzt: Auf zwei Ebenen und rund 600 m² Verkaufsfläche bietet Douglas seinen Kunden in dem neuen Flagship-Store ein atmosphärisches und zugleich interaktives Einkaufserlebnis. Insgesamt 28 Displays werden von NORDLAND - mit individuell entwickelten und angepassten Halterungslösungen – in unterschiedlichen Präsentationseinheiten installiert. Inhaltlich eingespielt werden, je nach Positionierung der Screens, aktuelle Angebote und Promotions sowie emotionalisierende Werbe-Trailer.

Bereits im Schaufenster bieten sich den Kunden Möglichkeiten zur ersten individuellen Information. So ermöglicht u.a. eine durch Sensoren gesteuerte Touch-Technologie, mittels Kamera- und Infrarottechnik, zuverlässige Interaktionen auf einem 46 Zoll-System, wie z.B. das Stöbern durch aktuelle Top-Artikel oder auch den direkten Kontakt und die Registrierung für den Newsletter. Starke Zugkraft und hohe Aufmerksamkeit der vorbeiflanierenden Passanten generiert die im Schaufenster der ersten Etage platzierte große Videowand aus sechzehn 46 Zoll-Elementen in „Vier-mal-Vier-Formation“ mit einer Gesamtfläche von stattlichen 10,12 m².

Durch die Installation neben der Rolltreppe, begleitet und unterhält eine kleinere Videowand (Drei-mal-Drei) den Kunden auf seinem Weg in die obere Etage des Geschäftes. Beautyterminals ermöglichen individuelle Hautanalysen, virtuelles Makeup, persönliche Duftberatung oder den Versand von eigenen Fotos direkt aus der Filiale an Freunde oder Facebook.

Eine weitere wesentliche Grundlage für die Digital Signage-Lösung ist die neue Version 3.1 des CMS Prestigeenterprise von Online Software. Sie bespielt und steuert sämtliche Bildschirme in der Filiale. Der Mainzer Trendstore wurde in der Kategorie „Best Customer Experience“ mit dem begehrten „reta europe award 2011“ des EHI Retail Institutes ausgezeichnet.

An diesem Projekt und dessen Umsetzung beteiligt sind die Unternehmen: KORDA Ladenbau (Projektleitung), Samsung (Screens), Online Software (CMS PRESTIGEenterprise), cidtechnologies (tipi2-Touch)