

„Die diesjährige EuroCIS ist hervorragend gelaufen“, zeigte sich Hans Werner Reinhard, Geschäftsführer der Messe Düsseldorf, hoch zufrieden. Und erläutert: „Die EuroCIS ist in nur einem Jahrzehnt zur führenden Messe für Handelstechnologie in Europa avanciert. Dies liegt vor allem daran, dass keine andere Messe so aktuell die dynamische technologische Entwicklung im Handel widerspiegelt und IT für den Handel so umfassend in all ihren Formen und Funktionen präsentiert.“

Ulrich Spaan, Mitglied der Geschäftsleitung und Leiter Messen und Forschungsbereich Informationstechnologie des EHI Retail Institute resümiert: „Der Erfolg der EuroCIS reflektiert die hohe Bedeutung, die der Einsatz von Technologie heute in Handelsorganisationen

erlangt hat. Technologie durchdringt sämtliche Bereiche eines Handelsunternehmens und spielt eine entscheidende Rolle in der Kommunikation mit dem Kunden. Neue Technologien gelangen in immer kürzeren Abständen auf den Markt, und die Grenzen zwischen den Verkaufskanälen verschwimmen zunehmend.“

Egal ob beim elektronischen Regaletikett, das dem Kunden Inhaltsstoffe, Rezepte oder Sonderangebote direkt auf sein Smartphone übermittelt, dem Einkaufswagen, der dem Verbraucher automatisch auf seinem Weg durch den Supermarkt folgt, oder dem magischen Schaufenster, das den Kunden per Augmented Reality und Gestensteuerung zur Interaktion einlädt, alle diese Entwicklungen unterstreichen vor allem eines: Im Handel ist der Kunde König.

Im Fokus der EuroCIS 2016 standen daher auch alle Lösungen, die den Handel beim Umsetzen seiner Omnichannel-Strategien, also dem Dialog mit dem Kunden über alle Kanäle hinweg, unterstützen. Dazu gehörten vor allem Mobile Solutions, sei es zur Unterstützung des Personals im Store, zur Interaktion mit dem Smartphone der Kunden oder zur Umsetzung von Mobile Payment. Darüber hinaus interessierten sich die Fachbesucher für Themen wie Business Analytics, Cloud-basierte Lösungen und nach wie vor auch für die Themen Self-Checkout und Self-Scanning.

### Wägesysteme im LEH professionell managen

METTLER TOLEDO, einer der weltweit führenden Hersteller von Präzisionsinstrumenten und Anbieter von Wägesystemen für Labors, die Industrie und den Lebensmittelhandel, präsentierte mit seiner modular aufgebauten Software-Suite METTLER TOLEDO RetailSuite eine modular aufgebaute Software-Suite für ein zentralisiertes und damit effizienteres, wirtschaftliches Gerätemanagement seiner Netzwerkwaagen. Lebensmitteleinzelhändler profitieren mit der METTLER TOLEDO RetailSuite von einer ebenso einfachen wie komfortablen Verteilung von Artikel- und Konfigurationsänderungen in ihrem Waagennetzwerk.

Mit dem METTLER TOLEDO DistributionServer sind Änderungen per Drag & Drop schnell erledigt. Das Modul überwacht gleichzeitig

# EuroCIS 2016 mit neuen Bestmarken

An den drei Messetagen der EuroCIS, die vom 23. bis 25. Februar 2016 in Düsseldorf stattfand, wurden rund 10.400 Fachbesucher gezählt. Das entspricht einem Besucherplus von insgesamt 18 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. 411 Aussteller aus 29 Ländern nahmen teil (2015: 320 Aussteller). Das internationale Fachpublikum reiste aus insgesamt 87 Ländern nach Düsseldorf. Die fünf Top-Herkunftsländer nach Deutschland waren Benelux, Großbritannien, Italien, Österreich und die Schweiz.



alle in den Waagenkonfigurationen vorgenommenen Aktualisierungen. Ein integrierter Scheduler erlaubt die präzise Terminierung aller Aktivitäten. So lassen sich Updates zu einem vorab definierten Zeitpunkt verteilen und ausführen. Alternativ hierzu kann der Ausführungszeitpunkt im Update hinterlegt werden, um den laufenden Waagenbetrieb nicht zu beeinflussen. METTLER TOLEDO DistributionServer sichert Retailern sowohl die schnelle Filialnetzintegration und Inbetriebnahme neu installierter Waagen als auch die rasche Bereitstellung von Applikations- und Konfigurationsänderungen im Bestandsnetz.

### **Kiosk-Lösungen für Self Service und Payment im Retail-Bereich**

Kiosk Solutions präsentierte auf der EuroCIS 2016 neue Modelle seiner Serie an Standard-Kiosken. Erhältlich in 19 und 55 Zoll können diese Display-Systeme durch individuelle Farbgebung an das Corporate Design des Kunden angepasst und so in jedes Ambiente integriert werden. Die Kioske sind für verschiedene Zwecke am Point of Sale einsetzbar. Zudem präsentiert der Hersteller auf der Messe mit dem AI55 einen Android-Kiosk. Dieses 55 Zoll große Terminal im Querformat ist mit dem Betriebssystem Android ausgestattet und für passive und interaktive Digital-Signage-Anwendungen im 24/7-Betrieb in Flagship-Stores ausgelegt. Ebenfalls mit Android-Betriebssystem ausgestattet ist der 19-Zoll große Kiosk AI19. Der Kiosk ist ein

kostenoptimiertes aber funktionsreiches Gerät, das für webbasierte und interaktive Anwendungen konzipiert wurde. Das System verfügt über eine leistungsfähige Android-Plattform mit 10-Punkt-Multi-Touch-Bildschirm, die sich laut Anbieter durch hervorragende Performance auszeichnet und ebenfalls für den 24/7-Betrieb ausgelegt ist.

Für O<sub>2</sub> entwickelte der Münchner Spezialist sichere Payment-Kioske für den POS. Diese haben eine Anbindung an verschiedene Zahlungs-Gateways und ermöglichen die Abrechnung per EC, Maestro als auch für gängige Kreditkarten. Ein flexibles Barzahlungsmodul erlaubt zudem Zahlungen mit Banknoten und Münzen. Ein Belegdrucker ist integriert. Die eigene Software-Lösung hat eine attraktive Benutzeroberfläche, unterstützt gängige Protokolle für Finanztransaktionen und wurde mit den Hintergrundsystemen und Datenbanken des Betreibers integriert. Das Shop-Personal wird durch die Kioske von Routinetätigkeiten entlastet und für die Endkunden reduzieren sich die Wartezeiten.

### **Payment-Anbieter optimieren die Zahlungsabläufe**

Mit seinen Hauptsitzen in Amsterdam und San Francisco sowie Niederlassungen in Nordamerika, Lateinamerika, Europa und Asien zählt Adyen, ein Zahlungstechnologie-Anbieter, der Unternehmen eine einheitliche Lösung bereitstellt, um Zahlungen aus aller Welt abzuwickeln, bereits mehr als 4.500

Unternehmen zu seinen Kunden. Darunter befinden sich auch sieben der zehn größten US-amerikanischen Internet-Firmen sowie drei der weltweit fünf größten Bekleidungsmarken. „So unterschiedlich Geschäfte sind, so verschieden sind auch ihre Bezahlterminals. Da Adyen mit fast allen traditionellen Kassensystemen verknüpft werden kann, finden wir immer eine passende Lösung für Händler“, so Volker Steinle, Country Manager Germany bei Adyen.

Aber auch die Einkäufe über mobile Endgeräte steigen rasant. Kunden schätzen dabei vor allem die Bequemlichkeit, ihre Einkäufe jederzeit und von überall zu erledigen. Adyen steht dabei für die Maximierung des Nutzererlebnisses auf allen relevanten mobilen Kanälen. Erweiterte Funktionen wie responsive Skins und der One-Click-Checkout erhöhen die Conversion Rate und somit auch den Umsatz.

### **Glory Global Solutions mit Lösungen fürs Bargeldmanagement im Handel**

Auf der EuroCIS 2016 präsentierte Glory unter dem Motto „Optimising the Retail Cash Chain“ neue Ideen und Lösungen zur automatisierten und effizienten Bargeldverarbeitung. Mit dem „Kiosk-Modell der Zukunft“ demonstrierte der Bargeldexperte anschaulich, wie sich unterschiedliche Anforderungen und Konzepte auf Basis der Bargeldmanagementlösung CASH-INFINITY™ am POS realisieren lassen. Einen weiteren Höhepunkt am Stand stellte der neue Münzrol-



lengeber PWC-10 dar: Er erhöht nicht nur Sicherheit bei der Aufbewahrung und Ausgabe von Münzrollen, sondern ist zudem auch mit allen anderen Cash Management-Lösungen von Glory kombinierbar und kann in einen geschlossenen Bargeldkreislauf flexibel integriert werden.

### Der stationäre Handel als Schrittmacher der Digitalisierung

Bei vielen der gezeigten Innovationen richteten die Anbieter ihr Hauptaugenmerk darauf, das Einkaufen für den Kunden in Zukunft noch bequemer zu gestalten, zusätzliche Services zu bieten und dabei auch den Erlebniseffekt nicht zu kurz kommen zu lassen.

„Der stationäre Handel ist der Schrittmacher der Digitalisierung“, so die These von Christian Schallenberg, Mitglied der Geschäftsführung bei LANCOM Systems. Die LANCOM Systems GmbH ist deutscher Hersteller zuverlässiger und innovativer Netzwerklösungen. Mit seinen beiden Geschäftsbereichen VPN-Standortvernetzung und Wireless LAN (drahtlose Netze) bietet LANCOM professionellen Anwendern sichere, flexible Infrastrukturlösungen für alle lokalen und standortübergreifenden Netze.

„Vordergründig“, so Schallenberg weiter, „geht es vor allem um Prozessoptimierung und erweiterten Service am Kunden. Ein typisches Beispiel, insbesondere für Filialketten, sind elektronische Preisauszeichnungssysteme. Mit einem dynamischen Pricing sind Händler in der Lage, der „Bedrohung“ und der Omnipräsenz durch E-Commerce-Riesen aktiv entgegenzutreten. Mit Electronic Shelf Labels reagieren sie schnell und unkompliziert auf Preisschwankungen am Markt. Die Einführung von just-in-time Order-Prozessen mittels hochsicherer VPN-Verbindungen ist ein weiteres Beispiel: So kann der Mitarbeiter per WLAN über Tablet und Barcode-Scanner Bestände im Lager oder bei anderen Filialen abfragen und dem Kunden in Echtzeit Auskunft über Verfügbarkeit und Lieferzeit von anderen Modellen oder Größen geben. Über dieselbe Infrastruktur können die Kunden im Geschäft ins Internet gehen und Angebote abrufen. Der Händler tritt mit ihnen direkt vor Ort über ihr Smartphone in einen für sie hochattraktiven Dialog und schickt ihnen passgenaue Angebote oder Rabattgutscheine. So werden sie nicht nur in Echtzeit in ad-hoc Marketingaktivitäten eingebunden, sondern – wenn die Angebote einen echten Mehrwert bieten – langfristig an das Unternehmen gebunden. Für zusätzlichen Schwung bei der Modernisierung der IT-Infrastruktur im stationären Handel dürfte die angelaufene Netzumstellung der großen Provider auf IP-basierte Netze sorgen. Im Zuge dieser Umstellung verschmelzen Telefonie und Datendienste zu einer leistungsfähigen Gesamtinfrastruktur. Das alte ISDN hat ausgedient und macht den bandbreitenstärkeren All-IP-Netzen Platz. Bis 2018

werden zwingend alle entsprechenden Anschlüsse umgestellt.“

### Schnittstellenakrobatik und Cloud-Services

Avanade zeigte auf der EuroCIS IT-Lösungen, Cloud und Managed Services, die auf Microsoft-Technologien basieren. Das Unternehmen wurde im Jahr 2000 von Accenture und Microsoft gegründet, um umfangreiche Branchenkenntnisse mit innovativen Unternehmenstechnologielösungen zu kombinieren und ist heute mit 25.000 Experten in mehr als 20 Ländern tätig. Annette Rust, Digital Strategist bei Avanade erläutert: „Avanade Cloud ERP hilft Unternehmen, die Risiken einer ERP-Implementierung und die damit verbundenen Kosten zu senken, indem Microsoft Dynamics AX in einer vollständig verwalteten Private Cloud-Umgebung umgesetzt wird. Unsere Cloud-Lösung ist skalierbar, flexibel und kann deshalb genau an die entsprechende IT-Umgebung und deren Anforderungen angepasst werden. Wir richten Microsoft Dynamics AX abgestimmt auf unternehmensspezifische Anforderungen ein und bieten dauerhaft Anwendersupport, Anwendungsmanagement, Vorproduktions-/Produktionsumgebungen und Systemwartungsdienste.“

### Artikelmanagement und Echtzeit Data Analytics für den Modehandel

Enso Detego, Softwarehersteller, mit Hauptsitz in Graz, entwickelt und vertreibt europaweit mit der auf der



EuroCIS vorgestellten Detego Suite 4.1. ein intelligentes Artikelmanagement und Echtzeit Data Analytics Tool für den Modehandel. Die Suite besteht aus Detego InStore für Artikeltransparenz im Store und Back-Store und Detego InWarehouse für Bestandstransparenz auf Stückerbene im Zentrallager. Detego InStore verhindert „Out-of-Stock“-Situationen und stellt in Kombination mit Detego InReports eine optimale Warenpräsentation und Artikel-Verfügbarkeit auf der Fläche sicher. Detego InReports analysiert die entscheidenden KPIs der einzelnen Standorte wie Warenbestand und -verfügbarkeit, sowie die jeweilige Artikelaltersstruktur (Verweildauer auf der Fläche) und ermöglicht dem Store Manager, Merchandise Planner sowie der Geschäftsleitung, Filialen auf Basis von Echtzeitdaten (Kasse, Kundenströme, Kundenverhalten) zu bewerten und effektive Maßnahmen einzuleiten. Detego unterstützt mit seinen Produkten die Omni-Channel- und digitalen Strategien der Textileinzelhändler. Ergänzt wird das Softwareangebot um Managed Services, wie zum Beispiel Software-as-a-Service (SaaS) und Finanzierungsmodelle. Zu den Kunden zählen internationale Modemarken, Händler sowie Warenhäuser. Detego ist bereits in über 1.500 Stores im Einsatz.

### **Optimierte Omnichannel-Einkaufserlebnisse mit Lösungen von NCR**

NCR stellte auf der EuroCIS fünf neue, Retail ONE optimierte Software-Lösungen vor, mit denen



*Mit einem Rekordergebnis endete die Einreichungsfrist der POPAI D-A-CH Awards 2016. In diesem Jahr wurden 68 Einreichungen in 19 verschiedenen Kategorien auf einer Sonderschaufläche im Rahmen der EuroCIS präsentiert.*

Einzelhändler schrittweise integrierte Omnichannel-Einkaufserlebnisse schaffen und ihre bisherigen Investitionen weiterhin nutzen. Damit ist das Handels-Hub Retail ONE nun auch für Einzelhändler in Deutschland verfügbar.

Retail ONE schafft als zentrale Anlaufstelle für neue und bestehende Applikationen die Grundlage für die Umsetzung von integrierten Omnichannel-Anwendungen im Einzelhandel. Die neuen Lösungen reichen von Click&Collect bis hin zu Warenmanagement-Systemen.

„Nahezu jeder Händler in Deutschland befindet sich in einem anderen Stadium bei der Umsetzung von Omnichannel-Konzepten. Es gibt also kein Patentrezept, das sich

per Consulting-Strategie verordnen lässt“, erklärt Stefan Clemens, Area Sales Leader für Deutschland, Österreich und Schweiz bei NCR. „Mit Retail ONE unterstützen wir Händler dabei, ein umfassendes Omnichannel-Erlebnis für ihre Kunden zu schaffen, indem wir ganz unterschiedliche Systeme verknüpfen und relevante Daten zusammenzuführen. Gleichzeitig bereiten wir sie auf den nächsten Megatrend im Handel vor – das Internet der Dinge.“

Diesen und andere neue Trends wird man dann auf der nächsten EuroCIS zu Gesicht bekommen, die dann wieder im Rahmen der im drei Jahres-Turnus stattfindenden EuroShop vom 5. bis 9. März 2017 ihre Tore öffnet. ♦





**Arnulf Wulff, Sales Manager, LASE PeCo Systemtechnik GmbH**

**Sehr gute EuroCIS mit hoher Anzahl an Messekontakten**

„Die EuroCIS hat uns in diesem Jahr erneut sehr gut gefallen und wir können ohne jegliche Zweifel positiv zurückblicken. Obwohl die Hauptzielgruppe der Retailer/Einzelhändler diesmal nicht so stark vertreten war, ist der Andrang an unserem Messestand stets groß gewesen. Die verbliebenen Retailer, die auf der Suche nach Komplettlösungen für Personenzählsysteme sind, haben sich für unsere innovativen und bewährten Produkte interessiert. Positiv ist auch das stetige Interesse an unseren kundenspezifischen Analysetools für Storemanager über unser online-basiertes PeCo-Portal. Auf dem Stand selbst war unser Produkt „PeCo SC“ im Fokus, das während der gesamten Messeveranstaltung an unserem Stand die ein- und ausgehenden Besucher live gezählt hat. Dieses auf einer 3D-Stereokamera basierende Zählgerät registriert nämlich nur die reine Bewegungsrichtung und führt keine Bild- oder Videoaufnahmen durch. Mit einer Zählgenauigkeit von über 98 Prozent werden zudem nur Personen mit einer Körpergröße von 1,2 bis 2,5 Metern erfasst – letztendlich also nur diejenigen, die auch potentielle Kaufkraft besitzen.“



**Dirk Schwindling, Geschäftsführer von TCPOS**

**Unternehmen suchen verstärkt nach 360-Grad-Lösungen, die umfassende Integration ermöglichen**

„Die Messe war ein voller Erfolg für uns. Unsere Messestand-Umgebung und unser Stand erlebten einen regelrechten Besucheransturm und wir waren an allen Messetagen durchgängig im Gespräch mit kompetenten Fachbesuchern. Wir konnten den Besuchern zeigen, dass wir an einer 360-Grad-Lösung arbeiten, die ausgehend vom Point of Sale, umfassende Integration ermöglicht. Unsere neuen Lösungen stoßen bei den Kunden auf sehr großes Interesse. Zusammenfassend kann ich über die diesjährige EuroCIS sagen: Für uns war sie auf jeden Fall höchst erfolgreich.“

Auf dem Messestand präsentierte TCPOS seine 360-Grad-Lösung mit der Aussage „Innovate. Integrate. Transform“. Denn die Integration der unterschiedlichen IT-Lösungen in heterogenen Infrastrukturen wird immer wichtiger im Einzelhandel. Die Kassensysteme von TCPOS bieten die umfassende Einbindung einer Vielzahl an Peripheriegeräten wie Waagen, Mobile Scanner, Ticketing-Automaten und insbesondere aller modernen bargeldlosen Zahlungssysteme – neuerdings auch mit einem eigenen Kartenleser. Sie integrieren darüber hinaus auch über Schnittstellen Warenwirtschaft- und Finanzsysteme. Und mit der Workforce-Management-Lösung von Zucchetti sind Zeiterfassung und Personaleinsatzplanung nahtlos eingebunden. Somit entsteht bei hochkomplexen IT-Projekten eine wesentliche Optimierung, weil der Aufwand für die Verzahnung von Einzellösungen entfällt. „Wir sind dabei, die Integrationen zu diesen Themen voranzutreiben und zunehmend gesamtumfängliche Lösungen anzubieten“, erklärt Dirk Schwindling. „Denn wir stellen fest, dass die Unternehmen im Markt aktiv nach solchen Lösungen Ausschau halten. Unsere 360-Grad-Lösungen rufen deshalb bei den Kunden ein sehr positives Echo hervor.“



**Sandy Heinzmann, Leitung Marketing & Kommunikation der Online Software AG**

**Besucher informierten sich über die Einsatzmöglichkeiten digitaler Technologien für mehr Service, mehr Beratung und mehr Vernetzung von Einkaufskanälen**

„Auf der EuroCIS 2016 drehte sich bei der Online Software AG alles um „die Kunst der digitalen Verführung“ am Point of Sale. Dabei standen moderne Anwendungen rund um die Trendthemen „Big Data“, „Digitale Transformation“ und „Mobile Anwendungen“ im Mittelpunkt des Interesses der Fachbesucher. Händler und Handelsexperten informierten sich über die Einsatzmöglichkeiten digitaler Technologien für Kundenkommunikation und den Kundenwunsch nach mehr Hintergrundinformation, mehr Service, mehr Beratung, mehr Einkaufserlebnis und mehr Vernetzung von Einkaufskanälen. Mit den PRESTIGE Solution Partnern Ciber AG, NEXGEN smart instore GmbH, Oki Systems GmbH, Reditune GmbH, Revionics INC., Samsung Electronics GmbH und Tradesolutions AG präsentierte die Online Software AG auf der EuroCIS 2016 das ganze Spektrum an innovativen Ideen und bereits ver-

fügbaren Lösungen für die Umsetzung einer umfassenden Omnichannel-Strategie im Handel. Besonders positiv war der Tenor auf die erstmalige Vorstellung der neuen Version 5.0 von PRESTIGEenterprise, die im Mai auf den Markt kommt. Sie vereinfacht durch eine standardisierte Programmierschnittstelle (API) die professionelle Betreuung der digitalen Medien in den Filialen. Nicht jeder Nutzer benötigt das Gesamtpaket der Funktionen von PRESTIGEenterprise. Die Programmierschnittstelle ermöglicht es, gezielt einzelne Workflows oder Funktionalitäten aus PRESTIGEenterprise herauszugreifen und in Form kleiner Apps die Nutzung und den Zugriff auf die digitalen Medien einfach und besonders nutzerfreundlich zu gestalten.“



**Christine Bauer, Leitung Vertrieb & Marketing der CCV Deutschland**

### **Jede Menge positive Resonanz aus dem Markt, von Partnern ebenso wie von Neukunden**

„Wir freuen uns, derart viel positives Feedback aus dem Markt auf der EuroCIS gesammelt zu haben. Die Stimmung an unserem Stand war jeden Tag hervorragend und wir waren sehr gut besucht, sowohl von Neukunden als auch unseren bestehenden Partnern. Unsere neuen Terminals wurden begeistert aufgenommen und wir freuen uns auf die kommenden, neuen Projekte.“



**Stefan Clemens, Area Sales Leader für die D-A-CH-Region bei NCR**

### **Self-Checkout-Systeme waren Publikumsmagnet**

„Die thematische Fokussierung auf Produkt- und auf Omnichannel-Themen in den beiden Messehallen der EuroCIS hat sich inzwischen gut etabliert. Insbesondere die Vorträge in den EuroCIS- und Omnichannel-Foren haben den Nerv der Besucher getroffen und fanden großen Zuspruch. Das zeigt sich nicht zuletzt an der gestiegenen Besucherzahl. Unsere Self-Checkout-Systeme waren auch in diesem Jahr ein Publikumsmagnet. Insbesondere, da längere Öffnungszeiten und verbesserter Kunden-

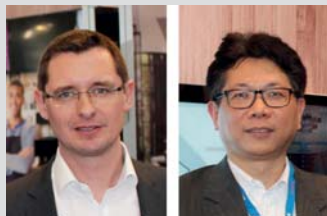
service die Investitions-Szenarien neu definieren. Die Fragestellung heute lautet: Wie kann ich mit dem aktuellen Personal effizienter arbeiten und für meine Kunden bei verlängerten Öffnungszeiten geringere Wartezeiten an der Kasse bieten. Die nötige Flexibilität wird dabei durch „Convertible Self-Checkout“ und eine sinnvolle Kombination verschiedener Systemvarianten erzielt. Darüber hinaus zeigten Besucher großes Interesse an NCR RetailONE – unserem „Unified Commerce Hub“. Unsere Strategie, Drittprodukte zu integrieren, statt Einzelhändler mit End-to-End-Lösungen zu binden, bietet Kunden die nötige Sicherheit und Unabhängigkeit.“



**Uwe Hennig, CEO Enso Detego GmbH**

### **In-Store Analytics mit konkreten Handlungsempfehlungen begeisterte die Fachbesucher**

„Viele Standbesucher wollten auf der EuroCIS unser In-Store Analytics Produkt live sehen. Wirklich begeistern konnten wir sie mit den Handlungsempfehlungen, die für den Filialverantwortlichen durch die Echtzeit-Daten erzeugt werden. Zum Beispiel, welche Kollektionsartikel sofort auf der Fläche nachgefüllt werden sollten. Solche Praxissoftware suchen die Händler.“



**Axel Berger und C.H. Wu, Advantech-DLoG**

### **Lösungen für die individualisierte Kundenansprache und mehr Interaktion am POS**

„Der Handel interessiert sich besonders für Point-of-Sale-Lösungen, wie intelligente Spiegel oder Digital Signage. Auf der EuroCIS haben wir Lösungen präsentiert, mit denen sich Werbung im öffentlichen Raum personalisieren oder eine Interaktion mit dem Kunden anstoßen lässt“, so Axel Berger, Marketing & Business Development Manager Intelligent Retail Sector, Advantech-DLoG. Und C.H. Wu, Vizepräsident der Intelligent Service Group bei Advantech ist sich sicher: „Retail ist eine der wichtigsten Vertikalen, die die Technologien des Internets der Dinge für sich nutzen kann. Mit unseren weltweiten Lösungen, die wie auf der EuroCIS präsentieren, zeigen wir dies deutlich.“