
Hintergrundbeitrag zur Neueröffnung des GS1 Germany Knowledge Centers

„Mein Name ist Ava“

GS1 Germany hat seine Wissensplattform neu konzeptioniert. Besucher können ab Mitte Juni die Value Chain von morgen erleben oder sich auf eine interaktive Shopper Journey begeben. Im Kreativ-Labor geborene Ideen werden in der Innovationswerkstatt zu Prototypen transformiert. So wird die Zukunft (be)greifbar – das beginnt schon mit der Begrüßung im Cyber Space.

Sphärische Klänge empfangen den Besucher. Licht schwebt wie Nebel durch den dunklen Raum. An einem Roboterarm senkt sich ein Monitor herab, auf dem ein virtuelles Auge pulsiert. Eine warme Frauenstimme begrüßt den Besucher: „Hallo, mein Name ist Ava. Willkommen bei GS1 Germany. Ich bin für die nächsten Minuten Ihr Guide und führe Sie durch unsere Wertschöpfungskette.“ Willkommen in der digitalen Zukunft der Value Chain. Hier lässt sie sich gestalten, erleben und ausprobieren – im komplett digitalisierten GS1 Germany Knowledge Center. Nach dem Relaunch eröffnet es am 19. Juni wieder seine Pforten. Dann können Top-Manager, Bereichsleiter oder einfach nur Interessierte aus Industrie und Handel auf Entdeckungsreise gehen. Die Wissensplattform lädt ein zum Austauschen, Schauen, Lernen, Praktizieren und Selbermachen. Der Clou: Unternehmen können alle Tools und Testlabore für ihre eigenen Veranstaltungen nutzen.

Interaktive Erlebniswelt

Erlebbar werden die Prozesse von morgen durch drei Konzeptionen: Im Experience Center stehen das hautnahe Erleben von GS1 Standards und digitalen Technologien im Mittelpunkt. Dort werden die Besucher von innovativen Robotern in die digitale Value Chain begleitet oder sie begeben sich auf eine interaktive Shopper Journey im Omni-Channel. Im Innovation Center können sie selbst Hand anlegen, innovative Ideen entwickeln und diese in anfassbare Prototypen transformieren. Und wer für Networking und Konferenzen nach Köln kommt, trifft sich im Business Center mit in- und externen Fachleuten, Theoretikern und Praktikern. Kurz: Das Knowledge Center ist das multimediale Innovations- Trainings- und Kompetenzzentrum für Wissenstransfer und kreative Impulse. Hier wird die Zukunft (be)greifbar. Mit ihren fortschrittlichen Erlebnisstationen ist die Top Tagungslage einzigartig in Deutschland. Die Besucher - bisher waren es bereits 25.000 pro Jahr, Tendenz stark steigend – begeben sich auf eine visionäre Reise.

Visionäre Reise

In der Value Chain Experience zum Beispiel erwartet die Nutzer eine multimediale Inszenierung der Wertschöpfungskette mit ihren sechs Stufen vom Erzeuger bis zum Shopper. Ein Roboter von Kuka fungiert als Guide und führt die Besucher anhand von Produktlebenszyklen durch die Value Chain – dabei immer im Fokus: die Potenziale der GS1 Standards, Prozesse und Services für die einzelnen Beteiligten an den jeweiligen Stationen. In der Shopper Experience wird die Freizeit- sowie die Konsumwelt des Shoppers als Ausgangs- und Endpunkt moderner Wertschöpfungsnetzwerke gezeigt. Innerhalb dieser Erlebniswelt symbolisieren vier Räume – Home Base, Smart Kitchen, Urban Area und The Shop – die einzelnen Phasen einer Shopper Journey: Pre-Store, To-Store, In-Store und Post-Store. Sie werden erlebbar im Rahmen einer interaktiven Reise aus der Perspektive von Konsumenten über alle Verkaufskanäle hinweg.

Internet der Dinge

Konkret beginnt die Tour in die zukünftige Welt des Einkaufens im Wohnzimmer. Hier ist die Home Base moderner Shopper. Sie informieren sich über Produkte bequem zu Hause am Tablet-PC oder Smartphone. Ebenso bestellen und kaufen sie die Ware im Netz. Auch die Smart Kitchen wird zur Pre-Store-Area. Denn mit dem Internet verbundene Geräte übernehmen einen Teil des Prozesses, der die Konsumenten „früher“ in den stationären Handel geführt hat: Der Kühlschrank bestellt Milch, die Waschmaschine meldet Wartungsbedarf und der Kaffeeautomat ordert autonom neue Kapseln.

Personalisierte Werbung

Die Urban Area symbolisiert die To-Store-Phase in der künftigen Shopper Journey. Hier ist in Zukunft besonders viel los. Denn der Weg zum Geschäft ist nicht nur eine Strecke, die zurückgelegt werden muss – es ist sowohl für Konsumenten als auch für Händler und Hersteller eine Möglichkeit, den Shopper zu aktivieren. Zum Beispiel können Unternehmen einem Shopper personalisierte Werbung auf sein Smartphone senden oder ihn persönlich auf eine Promotion-Aktion in seiner Nähe hinweisen. Zudem erhält der Besucher des Knowledge Centers Einblicke in die künftige E-Commerce-Welt in Form von Last Mile Delivery-Konzepten und Click and Collect-Anwendungen. Das Herzstück der Shopper Experience ist „The Shop“ mit über 1.000 Produkten aus dem Food- und Non-Food-Bereich sowie dem Fashion-Segment. Die Besucher lernen nicht nur moderne Konzepte kennen wie State-of-the-Art-Exzellenz in kundengerechter Ladengestaltung, Shopper-orientierter Sortimentsgestaltung und optimierten Werbemaßnahmen. Auf Wunsch tauchen sie zusätzlich ein in die Retail- und Konsumwelt von morgen. Dann erleben die Besucher digitale Technologien im Einsatz und erfahren die neuesten Trends am Point of Sale.

Denkfabrik und Mitmachlabor

Inspiration bietet auch das Innovation Center. Es ist Denkfabrik, Ideenschmiede und Mitmachlabor in einem. Das Praktizieren steht im Vordergrund, ein echter Maker Space. Hier arbeitet GS1 Germany im Sinne der Co-Creation gemeinsam mit der GS1 User Community an neuen Lösungen, Prototypen und Versuchsanordnungen. Die außergewöhnliche Arbeitsumgebung fördert die Entwicklung von innovativen Konzepten, Szenarien, Strategien und Produkten. Ein Raum-im-Raum-Konzept spiegelt die verschiedenen Phasen des Innovationsprozesses: Es gibt Platz zum Entspannen, zum Präsentieren von Ergebnissen, zum Teilen von Informationen in der Gruppe sowie für Recherche, Lektüre und stilles Arbeiten. Der Hub ist der zentrale Raum der Ideengenerierung. Hier laufen alle Informationen zusammen, um auf beschreibbaren Wänden großflächig visualisiert zu werden. Und die Factory schließlich ist der Raum, in dem Ideen in Prototypen und physische Modelle transformiert werden. Alles in allem gewährt das neue Knowledge Center nicht nur tiefe Einblicke in die Prozesse von morgen, es steht auch ganz konkret für eine Zukunft zum Anfassen.

<6.176 Zeichen>