Presseinformation

April 2016

Preis für lichtbasiertes Philips Positionierungssystem für Innenräume

**Carrefour Supermarkt in Lille und Philips Lighting ausgezeichnet**

Der französische Lebensmitteleinzelhändler Carrefour ist kürzlich vom EHI Retail Institute mit dem Retail Technology Award 2016 in der Kategorie Best Customer Experience ausgezeichnet worden. Vergeben wurde der Preis für die Installation und den Einsatz eines Innenraum-Positionierungssystems zur Kundennavigation durch den Supermarkt. Bei der Bewertung des Projekts achtete die Jury besonders auf den Innovationsgrad sowie den damit verbundenen Nutzen für die Kunden und den Betreiber. Die Auszeichnung würdigt den Einsatz außergewöhnlicher IT-Lösungen im Handel.

Gleichzeitig erhielt Philips Lighting in diesem Rahmen den Preis als Top-Ausrüster des Einzelhandels. Geliefert hatte das Unternehmen ein LED-Beleuchtungssystem, das einerseits für das nötige Licht sorgt, andererseits durch die intelligente Vernetzung die Kunden individuell und mit einzigartiger Präzision durch die Verkaufsfläche navigiert. Vergeben wird diese Auszeichnung an Dienstleister und Ausrüster des Handels, die die Preisträger bei der Umsetzung ihrer innovativen IT-Lösungen unterstützt haben, erst seit 2015. Die Preisverleihung an Philips Lighting erfolgte im Rahmen der jüngsten Light+Building in Frankfurt auf dem Philips Messestand.

**Der Weg ist das Ziel**

Die im Carrefour-Markt installierten Philips LED-Leuchten sorgen nicht nur für Licht in den Gängen und an den Regalen, sondern sie navigieren die Kunden bei ihrem Einkauf durch den Markt und zeigen ihnen dabei Informationen zum Warenangebot und aktuelle Verkaufsaktionen auf ihrem Smartphone an. Die Navigation der revolutionären Lichtlösung ist bis auf 30 Zentimeter genau und erfordert außer den LED-Leuchten keine weitere Investition in zusätzliche Hardware. Zudem spart sie im Vergleich zu konventioneller Beleuchtung bis zu 50 Prozent Energie.

Jeder Leuchte ist eine eigene IP-Adresse zugeordnet, so dass sie als Positionierungsraster zur Kundennavigation und -kommunikation am Point of Sale (PoS) dienen können. Bei der Sanierung des Carrefour-Supermarkts vor gut einem Jahr wurde die alte Leuchtstofflampeninstallation durch insgesamt 2,5 Kilometer moderne, energieeffiziente lineare Philips LED-Leuchten ersetzt. In Verbindung mit ihrem Smartphone sowie einer händlerspezifischen App, in der die Verkaufsraumstruktur mit allen Gängen, Regalen und Waren hinterlegt ist, werden die Kunden auf ihrem persönlichen Einkaufsweg durch den Markt geführt. Den haben sie vor dem Einkauf mit ihrer elektronischen Einkaufsliste festgelegt. Dabei erhalten sie auch positionsbezogene Informationen und Empfehlungen zu den gewünschten Waren sowie zu Sonderangeboten

**Codiertes Licht**

Die Voraussetzung ist, dass jede der installierten Leuchten im Markt ihre exakte Position an die App des Kunden-Smartphone sendet. Dazu ist weder eine WLAN- noch Mobilfunk-Verbindung erforderlich – ein entscheidender Vorteil für die Innenraumnavigation. Die Kommunikation erfolgt über das Licht mit Hilfe einer für das Auge nicht wahrnehmbaren Codierung direkt zur Smartphone-Kamera. Solange sie diese Lichtsignale empfängt, werden die Informationen zur Navigation und die zum jeweiligen Standort hinterlegten Daten übertragen. Der Datenstrom erfolgt ausschließlich von der Leuchte zum Smartphone und nicht in umgekehrter Richtung. Die eigene Kundenposition wird also nicht erfasst.

**Interaktives Einkaufserlebnis**

Das Philips Indoor-Navigationssystem besteht außer den LED-Leuchten aus der Carrefour-App, in die eine lokale Cloud-basierte Datenbank mit der Verkaufsraumarchitektur und eine spezielle Philips Software integriert ist, mit der die Kunden ihre mobile Interaktionsplattform aufbauen können. Die App „Promo C'ou“ kann in Frankreich im Apple Store heruntergeladen werden. Weiteres Zubehör ist nicht erforderlich. Das im Carrefour-Hypermarkt in Lille eingesetzte Beleuchtungssystem umfasst insgesamt 800 lineare LED-Leuchten, die mit einer von Philips patentierten Technologie, der Visible Light Communication (VLC), arbeiten.

Ein weiteres Projekt wurde unlängst in den Vereinigten Arabischen Emiraten, in einem der innovativsten Supermärkte weltweit, aswaaq, in Dubai, in Betrieb genommen. Es entstand in einer Kooperation zwischen Philips Lighting und Aisle411, dem global führenden Unternehmen bei der Entwicklung von Software für die Navigation in Einkaufszentren.

**Weitere Informationen für Journalisten:**

Pressesprecher Pressesprecher

Bernd Glaser Oliver Klug

Tel: +49 (0) 160 96 32 71 83 Tel: +49 (0) 152 22 80 05 44

E-Mail: [bernd.glaser@philips.com](mailto:bernd.glaser@philips.com) E-Mail: [oliver.klug@philips.com](mailto:oliver.klug@philips.com)

Philips Lighting GmbH, Röntgenstraße 22, 22335 Hamburg

**Über Philips Lighting**

Philips Lighting ist ein Unternehmen von Royal Philips (NYSE: PHG, AEX: PHIA) und der weltweit führende Anbieter von Beleuchtungsprodukten, -systemen sowie -services. Wir kombinieren unser Verständnis um die positive Wirkung von Licht auf Menschen mit unserem umfassenden technologischen Know-how, um einzigartige, digitale Beleuchtungssysteme zu schaffen, die Anwendern neue Geschäftsfelder erschließen und das Leben von Menschen verbessern. Sowohl für Geschäftskunden als auch für Endverbraucher verkaufen wir mehr energieeffiziente LED-Beleuchtung als jedes andere Unternehmen. Philips Lighting ist führend im Markt für Connected Lighting-Systeme und professionelle Dienstleistungen. Wir nutzen das Internet der Dinge, um Licht auch jenseits reiner Beleuchtung in eine vollständig vernetzte Welt zu transformieren – Zuhause, in Gebäuden sowie in urbanen Räumen. 2015 haben wir weltweit mit 33.000 Mitarbeitern einen Umsatz von 7,4 Milliarden Euro erzielt.