

H&M zet in op technologie

28-08-2014 00:00

H&M gaat in de Amsterdamse flagshipstore een hologram in de etalage projecteren en integreert speakers in zijn winkelruit. Tijdens VOGUE Fashion's Night Out op 4 september wordt hoofdredacteur Karin Swerink van het gelijknamige magazine virtueel als hologram geprojecteerd tussen de etalagepoppen. Via de zogenoemde fluisterende etalagetechniek nodigt zij bezoekers uit om de winkel te bezoeken, laat Iretail.solutions weten aan RetailTech.

De techniek achter de toepassingen wordt geleverd door Iretail.solutions en wordt voor het eerst in deze opzet bij de fashionketen in Nederland getoond. De projectie vindt plaats op zeer transparante holografische elementen, die zijn opgesloten in glas. Hierdoor is het beeld in tegenstelling tot gewone projectiefolie zichtbaar op klaarlichte dag. De hoek-selectieve werking van de holografische elementen betekent dat slechts het geprojecteerde beeld is gericht op de bezoeker en overige lichtinval niet. Het resultaat is volgens de leverancier een scherp, contrastrijk beeld.

Voor extra beleving bij de projectie maakt H&M verder gebruik van de fluisterende etalagetechniek. Hierbij wordt de winkelruit aan de binnenkant voorzien van twee kleine speakers. Die zetten met behulp van maximaal vier microntrillingen het dubbelglas om in luidsprekers. De zogenoemde fluisterende etalage zorgt in combinatie met de beelden voor meer stopkracht, aldus Iretail.solutions.

Schoenenretailer vanHaren heeft bij wijze van proef dezelfde technologie onlangs geïntegreerd in de etalage van zijn flagshipstores in Amsterdam en Breda. In Engeland maken winkelketens als Gap, Benetton, Selfridges, Marks & Spencer en Harrods al gebruik van de speakers.