

Mit dem Tasthandschuh zum Online-Kauf

☒ Weil der Verbraucher im virtuellen Shop das Produkt unter anderem nicht anfassen kann, gewährt ihm das Gesetz ein Widerrufsrecht. Gerade im Modesegment kommt es immer wieder vor, dass eine Retoure erfolgt, weil der Kunde mit dem Stoff nicht einverstanden ist. Eine Entwicklung der Universität Bielefeld könnte hier Abhilfe schaffen.

Wie fühlt sich der Kaschmir-Pullover eigentlich an? Ist der Griff der Bratpfanne wirklich rutschfest? Diese und viele andere Aspekte eines Produktes kann der Kunde beim Online-Kauf erst dann prüfen, wenn er die Ware bei sich zu Hause hat.

Ein Forschergruppe an der Universität Bielefeld beschäftigt sich mit der Entwicklung eines Tasthandschuhs. Wissenschaftlich gesprochen geht es um die Frage, wie die Nerven in Fingern und Handflächen gereizt werden müssen, damit der Nutzer eine Tast-Wahrnehmung nuanciert wahrnimmt und somit ein echtes Tastgefühl entsteht.

Für Shopbetreiber könnte diese Technik durchaus in einigen Jahren ihren Reiz haben. So könnten sie ihren Kunden einen Service anbieten, mit dem der Kunde die Produkte im Shop vor dem Kauf in die Hand nehmen kann.

Diese und andere Pilotentwicklungen lassen den Online-Kauf der Zukunft in einem neuen Licht erscheinen. So etwa der Interaktive Kühlschrank, der an Hand des Füllstandes via Internet automatisch eine neue Bestellung beim Supermarkt auslöst oder der interaktive Spiegel, bei dem via Augmented Reality die Kleidungsstücke auf den Körper des Käufers projiziert werden.