

English version below

## **Pressemeddelelse:**

### **Markant stigning i passagertilfredshed efter interaktion med Autonomous Units' robot i Københavns Lufthavn**

København, 27. november 2024 – Københavns Lufthavn har oplevet en markant stigning i passagertilfredshed og engagement takket være sin nye avancerede skærmrobot, udviklet af Autonomous Units. Robotten har kørt i lufthavnens Finger F i flere måneder og tilbyder passagererne en unik kombination af kommercielt, underholdning og information. Tilfredsheden med underholdningsværdien i lufthavnen er 15% højere blandt de passagerer, der har interageret med robotten, og hele 90% af de forbigående bemærker den. Når robotten bevæger sig gennem gate-området, hvor passagererne venter på deres fly, fanger den deres opmærksomhed med et interaktivt Ping Pong-spil, der vises på skærmen. Ved at scanne en QR-kode kan passagererne bruge deres telefoner til at styre spillet og spiller i gennemsnit 53 sekunder hver – sammen med 174 andre passagerer på én dag!

*“Vi har set en utrolig effekt på passagertilfredsheden, og robotten har vist sig at være en game-changer i CPH. Passagererne spiller i gennemsnit 175 spil om dagen i Finger F, og hvert spil varer i gennemsnit 53 sekunder. Disse små oplevelser gør en stor forskel i vores passagerers rejseoplevelse,”* siger Jonathan Vincentz, projektansvarlig i Københavns Lufthavn. Han tilføjer *“Vi ser et stort perspektiv i at bruge robotten til at skabe endnu mere værdi. Vi kan integrere kommercielle logoer i spillene, vise reklamer før og efter spillet, og på brugerens telefon kan vi efter spillet tilbyde alt fra en voucher til et link til en relevant hjemmeside eller et kort spørgeskema. Det giver os en unik mulighed for at engagere passagererne.”*

Passagerernes positive oplevelse af robotens underholdningsværdi forventes at have en positiv indflydelse på den anerkendte ASQ-rapport, der årligt vurderer passageroplevelsen i lufthavne verden over. ASQ (Airport Service Quality) er et globalt benchmarkingsystem, som måler passagertilfredshed og belønner lufthavne med høj servicekvalitet. Københavns Lufthavn fokuserer på at skabe en engagerende og tilfredsstillende rejseoplevelse, og gennem innovative løsninger som robotten forventes CPH at styrke sin position i ASQ-rapporten, en vigtig indikator for lufthavnens succes og konkurrenceevne.

Robottens bevægelse med én km/t og dens højde på to meter gør den let synlig, og kombinationen af spil og operationelle meddelelser fanger effektivt passagerernes opmærksomhed. Københavns Lufthavn ser et stort potentiale i robotten og planlægger at udvide med yderligere to robotter i de kommende måneder for at forbedre interaktionen med passagererne yderligere.

Foruden dens evne til at engagere passagerer tilbyder robotten en række kommercielle funktioner, der skaber nye indtægtsmuligheder for lufthavnen:

- **Branding og reklame-integration:** Vis brandlogoer eller beskeder før, under og efter spillet for at maksimere synligheden og styrke brandets tilstedeværelse.
- **Efterspils-engagement:** Omdiriger passagerer til en hjemmeside eller app, tilbyd et spørgeskema eller en rabat kupon til lufthavnens butikker for at fastholde engagementet efter spillet.
- **Tilpassede interaktions-muligheder:** Juster reklameindhold baseret på passagerernes demografi, geografiske placering eller destination, så robotten fungerer som et målrettet kommunikationsværktøj.
- **Nye spil og underholdnings-muligheder:** Udvid oplevelsen ved at integrere andre typer spil og underholdning, som f.eks. AI-baserede fotofunktioner, hvor passagerer kan tage billeder og interagere med robotten på kreative måder.

Flemming Thinggaard, CEO for Autonomous Units, er begejstret over lufthavnens succes med robotten: *“Vi har ramt et hul i markedet ved at skabe lokal interaktion med den selvkørende robot. Vi kalder det en lokal salgstragt, fordi 90% af passagererne, der passerer robotten, bemærker den – og det er starten på kunderejsen.”*

Med en gennemsnitlig daglig passagerstrøm på 82.000 i Københavns Lufthavn er der store forventninger til, hvordan Autonomous Units' robotter kan forbedre oplevelsen for endnu flere passagerer i fremtiden.

Læs mere om vores spændende use case [Customer Cases Gallery - A-units](#) og mulighederne for kommercielt engagement på vores hjemmeside, hvor vi dykker ned i detaljerne. Og husk at følge os på [LinkedIn](#) for at få de seneste opdateringer, indsigt og inspiration direkte i dit feed – vi glæder os til at få dig med på rejsen!

**Kontakt:**

Københavns Lufthavn  
Presseafdelingen  
Telefon: 3231 2800  
Website: [www.cph.dk](http://www.cph.dk)

**Autonomous Units**

Flemming Thinggaard, CEO  
Telefon: +45 51 95 22 70  
E-mail: [ft@a-units.com](mailto:ft@a-units.com)

**FACTS - Gallery:**

- kører 1 km/t
- kører mellem 8-9 timer på en opladning. Opladning tager 3 timer
- kan tale. Eks. om forsinkelse eller ændring af gates.
- kan interagere med elevator og døre
- vejer 130 kg
- er 2 meter høj

**Proof of Concept hos CPH:**

- Vi har testet gamification på robotten.
- Testen kørte i 4 uger.
- I gennemsnit var der 175 spil pr dag.
- Robotten toppede med 202 spil på én dag.
- Hvert spil varende i gennemsnit 53 sek.
- 29 nationaliteter præsterende at spille på robotten på 1 dag.

**Facts om andre interessante business cases**

- 90% af forbigående passagerer reagerer på den.
- 8-10 gange mere interaktion end en stationær skærm.
- 22% højere omsætning i retail.

Press Release November 27, 2024

## **Significant Increase in Passenger Satisfaction Following Interaction with Autonomous Units' Robot at Copenhagen Airport**

Copenhagen, November 27, 2024 – Copenhagen Airport has seen a significant rise in passenger satisfaction and engagement thanks to its new advanced infotainment robot, developed by Autonomous Units. Driving in the airport's Pier F for several months, the robot offers a unique blend of commercial, entertainment and information for passengers. The satisfaction with the entertainment value at the airport is 15% higher among passengers who have interacted with the robot, and a full 90% of passersby notice it. As the robot moves through the gate area, where passengers wait for flights, it captures their attention with an interactive Ping Pong game displayed on its screen. By scanning a QR code, passengers can use their phones to control the game, playing for an average of 53 seconds each—alongside 174 other passengers in a single day!

*“We’ve seen an incredible impact on passenger satisfaction, and the robot has proven to be a game-changer at CPH. Passengers play an average of 175 games daily in Pier F, with each game lasting an average of 53 seconds. These small experiences make a big difference in our passengers' travel experience,”* says Jonathan Vincentz, Project Manager at Copenhagen Airport. He adds, *“We see great potential in using the robot to create even more value. We can integrate commercial logos into the games, display advertisements before and after each game, and on the user's phone, we can offer everything from a voucher to a link to a relevant website or a brief survey after the game. This provides us with a unique opportunity to engage passengers.”*

The entertainment value is also expected to positively impact the renowned ASQ report, which annually evaluates the passenger experience in airports worldwide. ASQ (Airport Service Quality) is a global benchmarking system that measures passenger satisfaction and rewards airports that set a high standard for service quality. Copenhagen Airport focuses on creating a travel experience that both engages and satisfies passengers. By enhancing the experience through innovative solutions like the robot, CPH aims to strengthen its position in the ASQ report, an important indicator of the airport's success and competitiveness.

With a speed of 1 km/h and a height of two meters, the robot is easily noticeable, and the combination of games and operational messages effectively captures passengers' attention. Copenhagen Airport sees great potential in the robot and plans to add two more robots in the coming months to further enhance passenger interaction.

In addition to engaging passengers, the robot offers several commercial features that create new revenue opportunities for the airport:

- **Branding and Advertising Integration:** Display brand logos or messages before, during, and after gameplay to maximize visibility and strengthen brand presence.
- **Post-Game Engagement:** Redirect passengers to a website or app, offer a survey or a discount voucher for airport shops, keeping engagement high even after the game.
- **Customized Interaction Options:** Adjust advertising content based on passenger demographics, geographic location, or destination, enabling the robot to serve as a targeted communication tool.
- **New Games and Entertainment Options:** Expand the experience by integrating other types of games and entertainment, such as AI-based photo features, allowing passengers to take photos and interact with the robot in creative ways.

Flemming Thinggaard, CEO of Autonomous Units, is thrilled about the airport's success with the robot: *"We have filled a gap in the market by creating local interaction with the self-driving robot. We call it a local sales funnel, as 90% of passengers passing by notice it – marking the beginning of a new customer journey."*

With an average daily passenger flow of 82.000 at Copenhagen Airport, there are high expectations for how Autonomous Units' robots can further improve the experience for even more passengers in the future.

Learn more about our exciting use case [Customer Cases Gallery - A-units](#) and opportunities for commercial engagement on our website, where we dive into the details. Don't forget to follow us on [LinkedIn](#) for the latest updates, insights, and inspiration directly to your feed – we look forward to having you on this journey!

**Contact:**

Copenhagen Airport  
Press Department  
Phone: +45 3231 2800  
Website: [www.cph.dk](http://www.cph.dk)

**Autonomous Units**

Flemming Thinggaard, CEO  
Phone: +45 51 95 22 70  
Email: [ft@a-units.com](mailto:ft@a-units.com)

**FACTS - Gallery:**

- Speed: 1 km/h
- Operates 8-9 hours on a charge. Charging time: 3 hours
- Capable of speech. Example: announcements about delays or gate changes.
- Interacts with elevators and doors
- Weight: 130 kg
- Height: 2 meters

**Proof of Concept at CPH:**

- Gamification tested on the robot
- Test duration: 4 weeks
- Average of 175 games played per day
- Record of 202 games played in a single day
- Each game lasted an average of 53 seconds
- 29 nationalities played on the robot in one day

**Facts about Other Interesting Business Cases:**

- 90% of passing passengers notice the robot
- 8-10 times more interaction than a stationary screen
- 22% higher retail revenue