

Wien, April 2019

Peek & Cloppenburg kürt Konzept für neu gedachten Handel

Drei Studentinnen aus München gewinnen die „RE&THINK Student Challenge“ in Amsterdam. Das tablet-basierte Siegerkonzept zeigt das Verkaufshaus der Zukunft als „Mobile Point of Sale“ mit „Smart Fitting Rooms“

Der Modehandel befindet sich in einem Umbruch, der größtenteils durch die Digitalisierung vorangetrieben wird. Und wer kennt sich damit besser aus als die Generation, die bereits mit neuen Technologien und Social Media aufgewachsen ist? Daher hatte das Modeunternehmen Peek & Cloppenburg mit Zentralen in Düsseldorf und Wien Ende 2018 zur „RE&THINK Retail Challenge for Students“ aufgerufen, bei der Studierende aus Deutschland und Österreich den stationären Einzelhandel neu denken sollen. Wie das Verkaufshaus der Zukunft aussehen kann, zeigten die sechs besten Teams des Wettbewerbs jetzt beim Finale in Amsterdam.

Digitale Innovationen für die Kundenreise

Mit kreativen Ideen für den Einsatz neuer Technologien und sozialer Medien sollten die Studierenden in Teams ein Konzept für die „Customer Journey“ von der Inspiration bis zum Kauf entwickeln. Beinahe 100 Teams hatten sich angemeldet, von denen am Donnerstag, 11. April, jeweils die drei besten Teams aus Deutschland und Österreich zum Finale im A'DAM Toren in Amsterdam antraten. Vor ihrer Abschlusspräsentation erhielten die Studierenden noch wertvolle Tipps von „The Pitch Professor“ Daniel Cronin, Co-Founder und Vorstandsmitglied von AustrianStartups und Experte zum Thema „Pitching“. Dann ging es um die beste Strategie des Tages. Die sechs Teams hatten nacheinander die Gelegenheit, die Jury, bestehend aus Henriette Tesch, Mitglied der Unternehmensleitung, Paul Pörtner, Director Retail Management, Marc Hoeben, Countrymanager und Maik Lissy, Manager IT Innovation & Collaboration, von ihrem Konzept zu überzeugen.

„Alle Konzepte, die am Finale teilgenommen haben, waren ausgezeichnet. Die Studierenden haben uns mit ihren zukunftsorientierten und fortschrittlichen Ideen begeistert. Das Konzept des Teams ‚Münchner Freiheit‘ hat uns letztendlich überzeugt. Sie haben optimal und sehr kreativ zusammengearbeitet und denken sowohl kundenorientiert als auch wirtschaftlich. Ihre Maßnahmen zeigen eine digitale und mobile Weiterentwicklung des stationären Handels“, sagt Paul Pörtner.

Mit neuen Technologien On- und Offline verbinden

Durch die neuen Technologien haben sich die Ansprüche der Kunden an die Services und Angebote der Händler stark verändert. Wer seine Zielgruppen auf den für sie relevanten Kanälen erreichen und sie beim Modekauf multimedial unterstützen möchte, muss das Einkaufserlebnis digitalisieren. Diese Überlegung haben die Siegerinnen des Abends, Elena Bramlage, Studiengang Marketingmanagement an der Hochschule München, Franziska Sophie Oheimer, Studiengang Business Administration - Business Entrepreneurship & Digital Technology Management an der Hochschule München und Sophia Marmaridis, Studiengang Management and Technology an der TU München, klar in den Vordergrund gestellt. Mit neuen Technologien in den Verkaufshäusern wollen sie On- und Offline noch weiter verknüpfen – und einen „Mobile Point of Sale“ implementieren. Dafür setzen sie unter anderem auf Tablets für Kunden und das Verkaufspersonal: Die tablet-basierten „Smart Fitting Rooms“ beinhalten einen „Bring-Service“, Empfehlungen für Produktvarianten, Möglichkeiten für das Abspielen von Videos und den Zugriff auf Social Media-Kanäle. Dank des „Endless Aisle“ können u.a. Bestellungen und Reservierungen unmittelbar ausgelöst werden. RFID Chips mit allen

Peek & Cloppenburg

Pressemitteilung

relevanten Informationen zum Produkt ermöglichen u.a. eine zeitnahe Analyse der Abverkäufe. Mobile Endgeräte und Wifi werden laut dem Siegerteam zum Dreh- und Angelpunkt des modernen Einkaufs.

„Es hat Spaß gemacht, die Theorie aus dem Studium ganz praktisch zu denken und an einem konkreten Beispiel anzuwenden“, so die Mitglieder des Siegerteams „Münchner Freiheit“. „Wir haben unsere Strategie seit dem Beginn der Challenge im November 2018 langsam weiterentwickelt und uns immer tiefer in das Thema Modemarkt und speziell in das Unternehmen eingearbeitet. Dabei hat uns die Zusammenarbeit mit P&C spannende Einblicke ins Business ermöglicht.“

Tour durch die internationale Modewelt

Die Gewinner erwartet jetzt eine zwölf-tägige Reise rund um die Welt mit Zielen zum Schwerpunkt Mode. In New York erhalten sie interessante Einblicke in das Modeunternehmen Hugo Boss, in Hongkong besuchen sie die Sourcing Agentur GMS und in Berlin schauen sie hinter die Kulissen des Peek & Cloppenburg Weltstadthauses am Tauentzien.

Henriette Tesch: „Für uns war der Wettbewerb eine fantastische Gelegenheit, junge Menschen kennenzulernen, die frischen Wind in die Modebranche und den Einzelhandel bringen. Wir müssen als Ausbildungsunternehmen neue Wege gehen, um motivierte und kreative Talente zu finden. Mit der „RE&THINK Challenge“ knüpfen wir und die Teilnehmer nicht nur erste Kontakte, sondern wir erhalten auch realistische Einblicke in die Ansprüche der jungen Kundschaft an die Digitalisierung der Verkaufshäuser. Ein spannendes Experiment, das sich auf jeden Fall gelohnt hat.“

Pressekontakt

Maria Kirchmeir, Manager Public Relations

Peek & Cloppenburg Holding B.V.

maria.kirchmeir@peek-cloppenburg.com

Tel.: +43 (1) 585 00 16 491