

25. OKTOBER 2018

WORTMANN INVESTIERT IN DIE ZUKUNFT: NACHWUCHSKRÄFTE ENTWICKELN INNOVATIVE RETAILKONZEPTE

„Wie sieht der Store der Zukunft aus?“, dieser Frage gingen Auszubildende und Studierende der Wortmann-Gruppe jetzt auf den Grund. In einem Retail-Workshop, der in Zusammenarbeit mit der garage33 stattfand, lernten sie die Arbeitsmethoden eines Start-ups kennen. Als Innovationsquartier der Universität Paderborn bietet die garage33 regionalen Unternehmen ein Forum, das Wirtschaft und Lehre miteinander verbindet. Somit hatte der Workshop neben der Entwicklung innovativer Konzepte für den stationären Handel auch die methodische Schulung der Nachwuchskräfte zum Ziel. Die beste Idee wird nun weiter erarbeitet und soll in Kürze umgesetzt werden.

14 Auszubildende und duale Studenten der Detmolder Wortmann-Gruppe probierten sich als Gründer. Sie alle gehören zur Generation Internet und stellen durch ihre technologisierten Denkweisen einen unschätzbaren Wert für das Unternehmen dar. Nun hat Wortmann seine „Digital Natives“ an der Entwicklung von Geschäftsprozessen mitwirken lassen: In einem „Disrupt Workshop“ zum Thema „Der Schuheinkauf im Tamaris Store der Zukunft“ erarbeiteten interdisziplinäre Teams aus Nachwuchskräften von Wortmann und Studierenden der Universität Paderborn digitale Ideen für den stationären Handel. In der garage33 – dem Gründungsinzubator der Paderborner Universität – hatten die jungen Querdenker die Möglichkeit Innovationen zu entwickeln, die in der Lage sind traditionelle Geschäftsmodelle und Dienstleistungen abzulösen. Die vom Wirtschaftsministerium geförderte Einrichtung bietet Start-ups eine ideale Infrastruktur, um Gründungs-ideen bis zur Marktreife voranzutreiben.

Erstmalig kamen die Nachwuchskräfte mit innovativen Projektmanagementmethoden in Berührung. An den zwei Workshop-Tagen ging es vor allem darum, das revolutionäre Denken eines Gründers zu erlernen und mittels Problemhypothesen bestehende Geschäftsmodelle zu hinterfragen. Immer im Fokus: die Kundin und ihre Bedürfnisse. Ausgehend von den Problemen und Herausforderungen beim Schuheinkauf wurden zukunftsweisende Lösungsansätze entwickelt. „Wir hatten zwei unglaublich intensive Tage, die uns nicht nur gelehrt haben wie wir ein Problem erkennen und lösen können, sondern auch wie extrem effektiv man in solch kurzer Zeit arbeiten kann“, lobt Johannes Spinn, Auszubildender bei Wortmann, die lehrreiche Erfahrung. In der Abschlusspräsentation der Ideen – dem sogenannten Pitch – konnten er und sein Team die Fach-Jury aus Experten von Wortmann und Prof. Dr. Rüdiger Kabst (Vizepräsident für Technologietransfer und Marketing der Universität Paderborn und Lehrstuhlinhaber für International Business) mit dem „Tamaris Local Push“ überzeugen. Die Verknüpfung des GPS-Trackings in der Tamaris App mit lokaler Werbung soll es künftig ermöglichen, dass eine Kundin per Push-Funktion informiert wird, wenn ein Schuh, den sie sich online angesehen hat, im nahegelegenen Tamaris Store zur Anprobe verfügbar ist.

„Wir waren beeindruckt, was die Teams in zwei Tagen erarbeiten konnten. Die Siegeridee stellt eine Innovation dar, die mit den Mitteln der digitalen Welt explizit unsere Geschäftspartner im stationären Handel unterstützt. Hier kann die Wortmann-Gruppe mit einem im Markt neuartigen Konzept Umsätze aus der digitalen Welt zurück in den Store bringen – ein weiterer Schritt hin zur perfekten Verzahnung von online und offline“, so Dr. Tobias Seng, kaufmännischer Geschäftsführer der Wortmann-Gruppe und Mitglied der Jury. Das Siegerteam wird in den kommenden Monaten mithilfe der garage33 und der erlernten Methoden weiter an der Umsetzung arbeiten. Im nächsten Schritt werden diese und weitere Ideen im Tamaris Fabrikverkauf in Detmold getestet.