

erstellt: 20.02.2020

Wirecard: Mit Store Design vom Finanz- zum Technologiedienstleister

O-Ton: Alexander Hahn, Vice President Sales Retail, Wirecard Global Sales GmbH, 85609 Aschheim

Länge: 6:22 (6 O-Töne, einzeln einsetzbar)

Autor: Harald Schönfelder

Info: Wirecard ist ein Dax-Unternehmen, das vor allem als Finanzdienstleister bekannt ist. Das Unternehmen versteht sich aber inzwischen als Technologiedienstleister und will sein Geschäft in dieser Sparte ausbauen. Auf der Euroshop zeigt die Firma in Zusammenarbeit mit dem Etikettenhersteller SES-imagotag und den Basketballern des FC Bayern München eine Aussicht auf den vernetzten Fanshop. Neben den üblichen Fanartikeln bietet der bisher nur als Showcase existierende Shop eine komplette Vernetzung, für mehr Spaß beim Kaufen und auch Verkaufen. Die Mitarbeiter sollen von solchen Systemen nämlich auch profitieren.

Hahn antwortet auf folgende Fragen:

1. Sie zeigen hier auf der Euroshop Lösungen für mehr "Kundenerlebnis" anhand eines Stores für das Basketballteam von Bayern München. Wird das bei dem Sportverein schon umgesetzt?
2. Allgemein bekannt ist ja inzwischen das elektronische Preisschild. Das ist hier auch Bestandteil, aber Ihre Lösungen gehen ja weit darüber hinaus. Was gehört noch dazu?
3. Können Sie kurze Beispiele nennen, welcher Mehrwert für den Kunden darin stecken?
4. Und was hat der Händler davon?
5. Ist Ihre Technik schon im Einsatz auf der Welt, vielleicht sogar in Europa?
6. Sport und Flughäfen bzw. Bahnhöfe: Sind das auch die Standorte, die Türöffner für die Technik in Deutschland sein können? Weil dort die Zeit knapp ist (Verkehr) oder die Zielgruppe technikaffin (Sport)?

zum Beitrag gehörende mp3-Datei:

Euroshop_2020_Wirecard_FC_Bayern_Fanshop_OTN.mp3