

Wettbewerb „Neue Wege zur Kundin/zum Kunden im Modehandel“

Bundesgremium kürt die glücklichen Preisträger

Wettbewerb des Bundesgremiums des Handels mit Mode- und Freizeitartikeln | Unternehmen, die mit innovativen Ideen messbare Erfolge erzielen, ausgezeichnet | Die Sieger bieten innovative Maßnahmen auf digitale oder analoge Weise an



Foto: Z.V.g.

Preisverleihung in Wien: V.l.n.r.: Bundesgremialgeschäftsführer Harald Sippl, Preisträger Gabriel Baradee mit Kollegin, Bundesgremialobmann Günther Rossmanith

Die aktuell schwierige wirtschaftliche Situation stellt auch den österreichischen Modehandel vor Herausforderungen. Es gilt mehr denn je, Kundinnen und Kunden mit frischen Ideen auf sich aufmerksam zu machen und dadurch Verkäufe zu generieren.

Das Bundesgremium des Mode- und Freizeithandels in der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) schrieb deshalb einen bundesweiten Wettbewerb aus. Ziel war es, Unternehmen vor den Vorhang zu holen, die im Bereich Zielgruppenmarketing und Vertrieb auf digitale oder analoge Weise innovative Maßnahmen mit messbarem Erfolg setzen konnten – und dadurch auch andere Unternehmen der Branche inspirieren.

Sechs attraktive Geldpreise wurden in zwei Kategorien vergeben: „digital“ (zB Click & Collect, Omnichannel, Kunden-Apps, originelle Social Media-Aktivitäten, Onlinekampagnen) und „analog“ (zB Aktionen zur Erhöhung der Kundenfrequenz im Geschäft, ortsgebundenes Guerilla Marketing, Kooperationsmodelle).

Shakkei Design Store in Wien-Neubau siegte in Kategorie „analog“

Eine Fachjury kürte pro Kategorie drei Top-Platzierte. „Danke an die zahlreichen Einreicherinnen und Einreicher, die uns ihre innovativen Maßnahmen vorgestellt haben. Es ist gerade für unsere Klein- und Kleinstunternehmen enorm wichtig, ihre Antennen Richtung Kundenbedürfnisse auszurichten, um am Markt mithalten zu können“, sagt Bundesobmann Günther Rossmanith anlässlich der Preisübergabe an den Gewinner der Kategorie „analog“, Gabriel Baradee vom Shakkei Design Store Wien, 7. Bezirk. Inmitten eines japanische Landschaftsmalerei visualisierenden Erlebnisraumes mit Düften, aufwendiger Dekoration und Mitmachangeboten veranstaltet der Designer laufend Performances und Erlebnis-Shopping für eine starke Kundenbindung. Nachhaltigkeit wird nicht nur bei der Kleidung gelebt. Zurückgebrachte Verpackungsmaterialien, wie Seidenpapier, werden als Dekorationselemente im Shop wiederverwendet, die Kundinnen und Kunden werden dafür mit Rabatten belohnt.

Gewinner Salzburger Heimatwerk kreiert Traditionelles mit digitaler Hilfe

Den ersten Platz in der Kategorie „digital“ überreichten Gremialobmann-Stellvertreterin Marianne Köhler und Landesobmann-Stellvertreter Moritz Schliesselberger sowie weitere Vertreter der Wirtschaftskammer Salzburg an Hildegund Schirlbauer vom Salzburger Heimatwerk eG. Mit einem innovativen digitalen „Dirndl-Designer“ können sich die Kundinnen ihr Wunschdirndl aus einem breiten Angebot an Schnitten, Maßen und Stoffen online selbst kreieren. Der digitale Prototyp inklusive Pflegehinweise zu den Stoffen wird sofort am Bildschirm angezeigt. Die Stoffmaße werden automatisch berechnet. Die Käuferin entscheidet zuletzt, ob sie den Stoff kaufen oder das Dirndl gleich anfertigen lassen möchte.

„Die Einreichungen haben gezeigt, dass unsere Modehändlerinnen und Modehändler flexibel mit der Zeit gehen und auf Kundenbedürfnisse zugeschnittene Angebote entwickeln. Es ist uns als Bundesgremium wichtig, solche zukunftsorientierten Ansätze vor den Vorhang zu holen und zu honorieren.“

Bundesgremialobmann
Günther Rossmanith

Auch ein dritter Platz geht nach Wien



Foto: Z.V.g.

In der Kategorie „digital“ erreichte Gabriele Wally mit ihrem „StorStore“ (Wien 8) Platz drei. Gremialgeschäftsführerin Johanna Fangl und Gremialobmann Günther Rossmanith gratulierten der innovativen Unternehmerin zum dritten Platz.