METRO GROUP startet weltweit erstes Startup-Programm für digitale Lösungen in der Gastronomie

METRO GROUP startet weltweit erstes Startup-Programm für digitale Lösungen in der Gastronomie

Techstars METRO Accelerator: METRO fördert gemeinsam mit dem US-Partner Techstars digitale Innovationen für Kunden aus der Gastronomie
Innovation wird fester Bestandteil der Unternehmensstrategie der METRO GROUP: Kunden- und Markttrends sollen schneller in das operative Geschäft einfließen
Neue Absatzkanäle, Logistik- und Marketinglösungen sowie innovative Dienstleistungen stehen im Fokus
Neues Netzwerk "Innovation in Retail Meetup" fördert Austausch zwischen Startups und METRO GROUP
Die METRO GROUP gestaltet aktiv die Zukunft der Handelsbranche und öffnet ihre Vertriebslinien nach innen wie außen verstärkt für innovative Ideen. Dazu steigt METRO gemeinsam mit dem US-Unternehmen Techstars, einem der international renommiertesten Startup-Netzwerke, in die Förderung innovativer Startups ein. Das neu aufgelegte Förderprogramm "Techstars METRO Accelerator" richtet sich an Gründer mit innovativen, technologischen Anwendungen für Gastronomie, Hotellerie und Catering. Dabei helfen erfahrene Mentoren und Experten ausgewählten Startups über drei Monate, das eigene Geschäft erfolgreich weiterzuentwickeln. Der "Techstars METRO Accelerator" ist der erste weltweit, der sich auf Technologie-Anwendungen für die Gastronomie fokussiert.
Gesucht werden Gründer-Teams mit technologiebasierten Services und Produkten, die die Geschäftsabläufe oder Kundenbeziehungen von Restaurants, Cafés, Imbiss- und Cateringbetrieben oder Hotels vereinfachen, beschleunigen und in das digitale Zeitalter führen. Ziel ist, diese wichtige METRO-Kundengruppe künftig mit Tech-Innovationen noch erfolgreicher zu machen. Das Programm startet Ende April in Berlin. "Mit Programmen wie dem Accelerator suchen wir gezielt nach Innovationen, die an unsere Stärken anknüpfen und die wir somit besser als andere weiterentwickeln können", sagt Olaf Koch, Vorstandsvorsitzender der METRO AG und CEO von METRO Cash
 Carry. "Mit 1,6 Milliarden Kunden in unseren Märkten pro Jahr, knapp einer Milliarde Besuchern unserer Webseiten und rund 75 Millionen Kundenkarten verfügt die METRO GROUP über eine einzigartige Kundenbasis in einem breiten Portfolio an Handelsformaten. Gepaart mit unserer Marketing- und Vertriebspower sowie unserer Beschaffungskompetenz haben wir die Kraft, neuen stationären wie digitalen Ideen und Innovationen zum Durchbruch zu verhelfen."
Um den Austausch von innovativen Technologie-Startups aus Handel und Gastronomie mit der METRO GROUP und ihren Vertriebslinien zu fördern, hat das Unternehmen eine neue Plattform geschaffen: Bei den "Innovation in Retail Meetups" am Metro-Campus in Düsseldorf stellen Gründer ihre Ideen und Geschäftsmodelle vor, um sie dann mit anderen Gründern, Start-up Experten und Metro-Vertretern zu diskutieren. Die zweimonatlich stattfindenden Meetups haben sich schon kurz nach dem Start zu einem beliebten Branchennetzwerk entwickelt.
Insgesamt bündelt der internationale Handelskonzern die Neuausrichtung seiner Vertriebslinien nach relevanten Kunden-, Markt- und Technologietrends. Dazu führt die METRO GROUP die Bereiche Strategie, Beteiligungsmanagement und Innovations in einer schlagkräftigen strategischen Einheit zusammen. "Mit unserer Strategie streben wir künftig einen ausgewogenen Mix an Geschäftsmodellen und Ländern an", sagt Koch. "Dies beinhaltet einerseits die Neuausrichtung unserer Vertriebslinien, aber auch die Erschließung neuer Geschäftsfelder. Mit unserem neuen Innovationsansatz sehen wir uns dafür gut gerüstet."
In diesem Rahmen orientiert sich die METRO GROUP an fünf Innovationsfeldern, die als Grundlage für alle Innovationsprojekte dienen. Das erste Innovationsfeld "Store" trägt der Entwicklung Rechnung, dass reine Onlinehändler verstärkt den Weg auf reale Verkaufsflächen suchen. Erfolgreiches Testprojekt war dazu ein Pop up-Store, den der US-Onlinehändler eBay in Kooperation mit dem Bezahldienst PayPal und der METRO GROUP in Bremen bis Ende Januar 2015 betrieben hat. Alle Vertriebslinien sollen von den neuen Möglichkeiten zur Kundenbindung, -ansprache, -beratung und -incentivierung profitieren.
Das zweite Innovationsfeld "Channel" setzt auf die beschleunigte Weiterentwicklung unterschiedlicher Vertriebskanäle. Multi- und Omnichannel sind hier die relevanten Ansätze, die umgesetzt werden müssen. Jüngstes Beispiel sind Webshops von Media Markt und Saturn auf der eBay-Plattform, die als neuer Absatzkanal erschlossen wurde.
Mit dem Wachstum des Lebensmittel-eCommerce erhält die Logistik eine noch größere Bedeutung. Das dritte Innovationsfeld "Logistik, Supply Chain, Procurement und Warehousing" wird der METRO GROUP auf diesem Gebiet neue Möglichkeiten eröffnen. Das vierte Innovationsfeld "Marketing" soll schließlich die Kundenansprache aller Vertriebslinien optimieren.
Das fünfte Innovationsfeld "New Products
 Services" entwickelt kundenzentrierte Modelle für neue Produkte und Leistungen. Beispielsweise soll für den wichtigsten Kundenstamm von METRO Cash
 Carry, Unternehmer aus Gastronomie, Hotellerie und Catering, mehr als das normale Produktsortiment angeboten werden. Speziell zugeschnittene Services sollen die Kunden vor allem bei der fortschreitenden Digitalisierung der Branche unterstützen.
Die METRO GROUP zählt zu den bedeutendsten internationalen Handels-unternehmen. Sie erzielte im Geschäftsjahr 2013/14 einen Umsatz von rund 63 Mrd. ?. Das Unternehmen ist in 30 Ländern an rund 2.200 Standorten tätig und beschäftigt rund 250.000 Mitarbeiter. Die Leistungsfähigkeit der METRO GROUP basiert auf der Stärke ihrer Vertriebsmarken, die selbstständig am Markt agieren: METRO/MAKRO Cash
 Carry - international führend im Selbstbedienungs-großhandel, Media Markt und Saturn - europäischer Marktführer im Bereich Elektrofachmärkte, Real SB-Warenhäuser sowie Galeria Kaufhof Warenhäuser.

METRO Group
Metro-Straße 1
40235 Düsseldorf
Deutschland
Telefon: +49 (0211) 6886-0
Mail: kontakt@metro.de
URL: http://www.metrogroup.de/
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=588229" width="1" height="1">

Pressekontakt

METRO Group

40235 Düsseldorf

metrogroup.de/
kontakt@metro.de

Firmenkontakt

METRO Group

40235 Düsseldorf

metrogroup.de/
kontakt@metro.de

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage