

Wenn Konzerne Innovationen einkaufen

Start-up. Der Sportartikelhändler Hervis ist mit dem Wiener Start-up-Hub Wexelera eine Kooperation eingegangen. Vier innovative Start-ups sollen dem Unternehmen nun dabei helfen, sich besser auf dem Markt zu positionieren.

Wien. Wien Energie, Wüstenrot oder T-Mobile. Sie alle kooperieren bereits mit dem Wiener Start-up-Zentrum Wexelera. Ob die Zusammenarbeit der Unternehmen Früchte trägt, hat man der Öffentlichkeit bisher aber weitgehend vorenthalten. Das hat freilich auch einen Grund: Die Konkurrenz schläft nicht.

Am gestrigen Dienstag wagte nun jedenfalls Hervis den Schritt nach vorne: Der Sportartikelhändler arbeitet bereits mit vier verschiedenen Start-ups an Lösungen, um das Service in den Filialen und online zu verbessern. „Der Sporthandel lebt von Innovation und Weiterentwicklung“, sagt Hervis-Chef Alfred Eichblatt. Er sieht in der digitalen Entwicklung deshalb „keine Bedrohung, sondern eine Chance.“

Wie viele andere Händler leidet auch Hervis an relativ hohen

Rücklaufquoten im Online-Handel. Das Start-up Texel soll nun Abhilfe schaffen, in dem es schon vor der Bestellung eingreift. Und zwar mithilfe eines Ganzkörper-scanners, der die Kunden in der Filiale vermisst. Das wertet nicht nur das Einkaufserlebnis auf, sondern hat auch einen praktischen Nutzen: Den potenziellen Online-Käufern wird die passgenaue Kleidungsgröße des jeweiligen Herstellers ausgespuckt. „Damit erfüllen wir einen elementaren Kundenwunsch“, sagt Eichblatt.

Am Ende erhofft sich Hervis dadurch, weniger Waren zurücknehmen zu müssen – und den Kunden bleibt der oft aufwendige Gang zur Post erspart. Ab 2019 plant man das Angebot auszurollen. Hervis ist nicht die einzige Firma, mit der Texel zusammenarbeitet. Auch für Marks & Spencer aus Großbritannien ist man bereits tä-

tig. Hervis und Spar, dessen Tochter der Sportartikelhändler ist, arbeiten seit Mai aktiv mit Wexelera zusammen. Über die Plattform ist man auf Texel und einige weitere Firmen gestoßen.

Seit der Gründung im Vorjahr nutzen 20 Firmen das Start-up-Netzwerk von Wexelera. Die Unternehmen gehen dafür unterschiedliche Verträge ein, die dafür fälligen Gebühren sind je nach Anforderung gestaffelt.

Eigene Themen einbringen

„Es ist oft schwierig Kreativität in der eigenen Struktur anzuzapfen“, sagt T-Mobile-Sprecher Helmut Spudich. Die Telekomfirma ist ebenfalls Partner von Wexelera. Zwar betreibt die deutsche Telekom-Mutter einen eigenen Start-up-Inkubator, sagt Spudich. Nichtsdestotrotz wolle man auch im eigenen Land aktiv werden.

T-Mobile hat den Vertrag mit Wexelera auf die Dauer von drei Jahren abgeschlossen. Am Ende werde man evaluieren, ob das sinnvoll war, so Spudich. Doch stellt er auch klar: Man investiere ein Stück weit in Möglichkeiten, die sich erst entfalten müssen.

Als Vorteil für die Firmen sieht er, dass die Unternehmen mit ihren eigenen Wünschen oder Themen an Wexelera herantreten können. Bei T-Mobile ist es etwa das „Internet der Dinge“, bei Hervis sind es Einkaufserlebnisse oder innovativere Prozesse im Bereich Warenwirtschaft, die künftig für mehr Kosteneffizienz sorgen sollen.

Für die Start-ups ist Zusammenarbeit natürlich auch von großem Vorteil. Denn so leicht kommen Jungunternehmen mit ihren Ideen sonst nicht bis zur Chefetage durch. (nst)