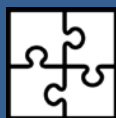


WeShop – Shopping and delivery for Chinese tourists in Europe

Projekt



Ziel des Projektes ist die **Verbesserung des Einkaufserlebnisses für Touristen (hauptsächlich Nicht-EU Bürger)** aus anderen Kulturräumen mit Hilfe skalierbarer, digitaler, individualisierten, zeitoptimierenden Technologien. Das Projekt „WeShop“ will Reisende unterstützen, die Einkaufswünsche ihrer Freunde und Familie im Heimatland zu erfüllen – ohne die Zeit und Energie einbüßen zu müssen, die sie gerne für das Erleben ihres Urlaubs in Österreich aufbringen wollen.



Projekt und Inhalt:
Peter Trapp
Heinstraße 36/2/17, 1020 Wien

Foto: pixabay.com

Problemstellung



Nicht EU-Bürger kaufen Produkte in Österreich, da diese qualitativ als auch preislich sehr attraktiv sind. Jedoch gibt es viele erschwerende Hindernisse zu überbrücken: Produkte müssen vor Abflug über mehrere Orte transportiert werden, Produkte für andere Personen müssen vorfinanziert werden, Produkte für andere müssen mit oft mangelnden Informationen ausgewählt werden, für den Einkauf wird viel Zeit investiert, der Mehrwertsteuerrückerstattungsprozess ist kompliziert, mangelnde Englischkenntnisse zerstören das Einkaufserlebnis. Diese **sechs Problemelemente** werden im Lösungsfindungsprozess adressiert und mit den Anforderungen an ein skalierbares Geschäftsmodell verbunden.



Innovationspotential

Das Einkaufserlebnis beginnt weit vor und endet weit nach dem eigentlichen Kauf eines Produktes. Wir sehen, dass im Allgemeinen **viele Elemente des Prozesses nicht verbunden sind** und dass im Besonderen für diese Zielgruppe **keine spezifischen Lösungen kultureller Natur angeboten werden**. Das Innovationspotenzial heben wir durch unseren digitalen, skalierbaren Ansatz unter besonderer Berücksichtigung der kundenspezifischen, oft auch kulturellen Anforderungen – im digitalen Zeitalter kein Widerspruch mehr.



Impact

Am **Beispiel des Chinesischen Reisenden** kann man ableiten, dass die Anzahl der Reisenden sich von heute bis 2020 vervierfachen wird. Diese Zielgruppe verwendet die Hälfte aller Ausgaben im Einzelhandel für den Kauf von Produkten für Dritte aus dem Bekanntenkreis. Eine **Verbesserung des Einkaufserlebnisses erhöht für den Reisenden seine Zufriedenheit, sein Einkaufsvolumen sowie seine Zeit und somit seine Ausgaben für andere Aktivitäten**. Darüber hinaus sehen wir Möglichkeiten für den lokalen Einzelhandel sowie Hotellerie und Gastronomie diese Zielgruppen mit unserer Hilfe gezielt zu erreichen: ohne Sprachbarriere, situativ und persönlich.



Methode & Akteurseinbindung

Nach ausführlichen **Fokusgruppen-Interviews der einkaufenden Reisenden** und Prozessanalyse aller Marktteilnehmer, führt das Team entlang der **Rapid-Prototyping Philosophie Validierungsexperimente** mit unseren **Partnern (Hotels, Einzelhandel)** direkt an der Zielgruppe durch – sowohl in Österreich als auch in China. Darüber hinaus werden die Marktteilnehmer sowie Verbände aktiv in Stakeholder-Workshops eingebunden. Die ersten Stakeholder konnten bereits vom Ansatz überzeugt werden.