

PRESSE-INFORMATION

15. OKTOBER 2020

ECE treibt Ausbau der Shopping-Center zu Omnichannel-Plattformen durch Kooperation mit Google weiter voran

Die ECE treibt den Ausbau ihrer Shopping-Center zu Omnichannel-Plattformen weiter voran und setzt dabei ab sofort auch auf eine strategische Partnerschaft mit Google. Diese ermöglicht es stationären Händlern, ihre lokal verfügbaren Produkte in der Google-Suche anzuzeigen und ist damit ein weiterer integraler Bestandteil der „Connected Commerce“-Strategie, also der Verknüpfung von Online- und Offline-Kanälen. Verbindendes Element dafür ist die Datenplattform „Stocksquare“, ein von ECE und OTTO für den Ausbau ihrer Connected-Commerce-Aktivitäten gegründetes Joint Venture, das stationäre Händler bereits mit der Online-Plattform otto.de und der „Digital Mall“ in den Centern der ECE vernetzt und jetzt auch die Basis für die Kooperation mit Google ist.

Lokal verfügbare Sortimente in der Google-Suche sichtbar

Die jetzt gestartete Kooperation mit Google ermöglicht es zum Beispiel den bereits an die „Digital Mall“ der ECE angeschlossenen Retailern, ihre lokal in den Centern verfügbaren Sortimente zusätzlich auch über das „See what’s in Store“-Feature in der Google-Suche auszuspielen. Kunden können so über die Eingabe eines Store-Namens in Verbindung mit einer Ortsangabe auf der Google-Seite des Stores sehen, ob ein gesuchtes Produkt in dem Geschäft verfügbar ist und das komplette Sortiment mit Preis und Verfügbarkeitsinformation sowie die Öffnungszeiten der Filiale einsehen. Dies ist aus Kundensicht besonders relevant, da Anfragen zu lokaler Verfügbarkeit im letzten Jahr um das 7-fache gestiegen sind, und heute weltweit bereits bei 68 Prozent der lokalen Einkäufe vorab online geprüft wird, ob die gewünschte Ware auch im Geschäft verfügbar ist.

„Wir treiben die Vernetzung unserer Shopping-Center mit Online-Plattformen konsequent voran, um den stationären Geschäften in unseren Shopping-Centern eine stärkere Online-Sichtbarkeit und somit zusätzliche Umsätze zu ermöglichen“, so Dr. Philipp Sepehr, Chief Digital Officer der ECE. „Google und die Plattformen der Otto Group wie otto.de sehen wir dabei als starke Partner, mit denen wir uns in Zukunft noch stärker vernetzen wollen.“ Für die ECE ist die Anbindung der Center an relevante Online-Plattformen ein wesentlicher Baustein ihrer Omnichannel-Strategie mit dem Ziel, den stationären Handel und das Online-Business enger und besser zu vernetzen und zusätzliche Umsätze und Frequenzen in den Geschäften zu ermöglichen.

„Heutzutage planen Kunden ihren Einkauf in lokalen Geschäften viel genauer und präziser, da sie vor dem eigentlichen Besuch im Geschäft wissen wollen, was sie erwarten können. Dementsprechend ist die Nachfrage nach Echtzeitinformationen wie Ladenöffnungszeiten, Verfügbarkeiten von Produkten oder kontaktloser Abholung von Produkten in den letzten Monaten stark angestiegen. Mithilfe von Stocksquare, einem Local Feed-Partner, können lokale Händler online und offline langfristig miteinander verknüpfen und die Sichtbarkeit ihrer Produkte in der Google-Suche steigern“, sagt John Gerosa, Managing Director Retail Markets bei Google.

Ship from Mall: Auslieferungstest steigert Filialumsatz um 500%

Auch mit Limango, einer Plattform der Otto Group, wurde zuletzt eine Kooperation gestartet. Gemeinsam mit Jack Wolfskin hat die ECE in einem Omnichannel-Testlauf den Verkauf stationärer Ware auf Limango und die direkte Auslieferung von Produkten aus den Geschäften im Center pilotiert und dabei den durchschnittlichen Tagesumsatz der Jack Wolfskin-Filiale im Alstertal-Einkaufszentrum Hamburg (AEZ) um 500% steigern können. Im Rahmen des Testlaufs konnten Kunden auf Limango.de, mit acht Millionen Mitgliedern Europas führende Private-Shopping-Community für Mütter und junge Familien, einen Tag lang Waren aus dem Sale-Sortiment des Jack Wolfskin Stores im AEZ online kaufen und sich aus dem Store liefern lassen. Der Logistikprozess bei diesem Pilotprojekt wurde in Kooperation mit Hermes Germany umgesetzt und getestet. Für die Abwicklung der Lieferprozesse richtete Hermes einen Pop-Up PaketShop im Alstertal-Einkaufszentrum ein, der neben den regulären PaketShop-Services auch die Online-Bestellungen aus den Geschäften im Center beschafft, verpackt und ausliefert.

„Der sehr erfolgreiche Test zeigt, welches Umsatzpotential sich aus der Verknüpfung von Online-Marktplätzen mit den Stores im Shopping-Center ergeben kann und hat die Vision der ECE vom Shopping-Center als Omnichannel-Hub noch greifbarer gemacht“ so Sepehr.

Weitere Informationen zur Digital Mall der ECE und zu Stocksquare unter:

<https://www.ece.com/de/innovationen-trends/digital-mall-omnichannel>

<https://www.stock-square.de/>

Über die ECE

Die ECE entwickelt und betreibt Shopping-Center und realisiert Großimmobilien wie Konzernzentralen, Bürohäuser, Industriebauten, Logistikzentren, Hotels und Stadtquartiere. Mit rund 195 Einkaufszentren im Management (davon rund 40 Shopping-Center in internationalen Märkten sowie rund 50 Fachmarktzentren im Management der MEC METRO-ECE Centermanagement) und Aktivitäten in zwölf Ländern ist die ECE führend im Shopping-Center-Bereich in Europa. Täglich besuchen etwa 4 Mio. Kunden die Center der ECE, in denen ca. 20.000 Einzelhandelsmieter auf einer Verkaufsfläche von insgesamt rund 7 Mio. m² einen Jahresumsatz von etwa 22,7 Mrd. Euro erwirtschaften. Darüber hinaus hat die ECE bereits rund 1,2 Mio. m² Büroflächen und mehr als 1,3 Mio. m² Logistikflächen sowie über 3.100 Hotelzimmer und mehr als 6.000 Wohnungen realisiert, geplant oder in Betrieb. Die von der ECE betreuten Assets haben dabei ein Marktwertvolumen von insgesamt ca. 33,3 Mrd. Euro. 1965 von Versandhauspionier Professor Werner Otto (1909-2011) gegründet befindet sich die ECE bis heute im Besitz der Familie Otto und wird seit 2000 von Alexander Otto, dem Sohn des Firmengründers, geführt. Als langfristig orientiertes Familienunternehmen steht die ECE für dauerhafte Partnerschaften, nachhaltiges Wirtschaften und mitarbeiterorientiertes Arbeiten sowie vielfältiges gesellschaftliches Engagement. Mehr unter: www.ece.de

Pressekontakt:

ECE Projektmanagement
Lukas Nemela
Pressesprecher
Telefon: +49 (40) 60606-6898
presse@ece.de
www.ece.de