

PRESSEMITTEILUNG

17. Dezember 2020

Wettbewerb „Digital Shapers“: Team ZEISS gewinnt mit Idee für Omnichannel-Plattform

- Junge Talente in sechs Teams entwickeln digitale Ideen für führende Unternehmen in Deutschland
- Business-Visionäre, Entwickler, Data Scientists und UX-Designer arbeiten gemeinsam an ihren Ideen
- Gewinnerteam erhält 10.000 Euro Preisgeld

DÜSSELDORF. Ein digitales Tool, das Optikern hilft, eine nahtlose Omnichannel-Kundenerfahrung sicherzustellen: Mit dieser Idee für ZEISS haben die Studierenden, Young Professionals und Gründer Philipp John, Mengwhen Shen, Felix Auer, Sedat Sert und Georg Klöck am Dienstag das virtuelle Finale des Talentwettbewerbs „Digital Shapers“ gewonnen. Sie setzten sich damit gegen fünf weitere Teams durch, die mit ihren Business Cases für jeweils eins der Partnerunternehmen des Wettbewerbs gegeneinander angetreten waren. „Digital Shapers“ ist eine Initiative von Bertelsmann, EVENTIM, Handelsblatt Media Group, McKinsey & Company, TUI und ZEISS. Die Unternehmen gaben 27 jungen Digitaltalenten exklusiven Zugang zu Daten und Informationen rund um zentrale digitale Herausforderungen ihrer Geschäftsstrategie. Das Siegerteam erhält 10.000 Euro Preisgeld.

Die Teams hatten rund 16 Wochen Zeit, um an ihrer Aufgabe zu arbeiten, Prototypen zu entwickeln und ein Geschäftsmodell zu erarbeiten. Im Gewinner-Team ZEISS brachten Philipp John, der an der Warwick Business School studiert und bereits ein nachhaltiges Modeunternehmen gegründet hat, seine Erfahrung mit digitalen Innovationen ein. John entwickelte gemeinsam mit der 24-jährigen Fundraising-Projektmanagerin Mengwhen Shen, die internationale Wirtschaft, Management und Handel studiert hat und über Erfahrung in Consulting verfügt, den Business Plan. Der 24-jährige Felix Auer, mit einem Abschluss in Software Development and Engineering, und der 27-jährige Software-Ingenieur Sedat Sert, mit Studium in Computer Science sowie Ingenieurwissenschaften, programmierten die App. Als Fünfter im Bunde designte der 26-jährige studierte Industrie- und Produktdesigner Georg Klöck, der auch Gründererfahrung hat, die Benutzeroberfläche.

Gemeinsam entwickelten sie den Prototypen für eine Omnichannel-Plattform namens myeyewear.io. Diese Plattform kann der Brillenglashersteller seinen Kunden, den Optikern, anbieten. Die Optiker können damit einfach und wirkungsvoll ihre Endkunden online erreichen, ihnen ermöglichen, Brillen virtuell anzuprobieren und über Social Media Freunde in ihre Entscheidungsfindung einzubeziehen.

„Die vom Team entwickelte Lösung vereint viele wertvolle Komponenten, um ein Omnichannel-Erlebnis zu ermöglichen, von dem alle Beteiligten profitieren. Wir sind sehr zufrieden mit den umsetzungsreifen Ergebnissen, und die Arbeit mit dem Digital-Shapers-Team hat uns sehr viel Spaß gemacht“, bewertet Eric Nehrass, Head of Online Technologies bei ZEISS Vision Care die Lösung. Nehrass war der Mentor und Coach des Teams.

Jurymitglied Matthias Gohl, Head of ZEISS Digital Innovation Partners: „Die Digital-Shapers-Challenge hat alles, was es benötigt, um unsere digitale Zukunft mitzugestalten: Große Talente, führende und starke Unternehmen, tolle Partnerschaften und den Spirit, um zu gestalten, innovativ zu sein und immer das ‚Big Picture‘ vor Augen zu haben. Wir sind stolz auf alle Teilnehmenden und natürlich auch darauf, dass wir dieses Jahr Teil des Programms sein konnten. Meinen speziellen Dank möchte ich an das Gewinner-Team von ZEISS richten: Ihr habt einen fabelhaften Job gemacht, indem ihr unsere Stärken bei ZEISS mit den Möglichkeiten verbunden habt, die digitale Plattformen bieten.“

Jurymitglied Cornelius Baur, Deutschlandchef von McKinsey, sagt: „Die gesamte Jury war beeindruckt von den Finalisten und vor allem dem Gewinnerteam. Dem ZEISS-Team ist es gelungen, für ein sehr kompliziertes B2B-Problem eine anspruchsvolle prozessuale und softwaretechnische Lösung zu schaffen und vor allem sehr simpel zu erklären. Sie haben eine Win-Win-Situation für die Optiker, den Hersteller und die Endkunden geschaffen. Ich bin mir sicher, dass auch einige der anderen Ideen der Finalisten weiter ausgereift und umgesetzt werden.“ Dago Diedrich, Seniorpartner und Leader des Digital-Shapers-Wettbewerbs: „Das Niveau der Kreativität und Professionalität der Finalisten und der Reifegrad der vorgeschlagenen Lösungen hat gezeigt, wie hochkarätig diese digitalen Talente sind. Sie sind eine Bereicherung für jedes Unternehmen.“

Die Jury bestand aus namhaften Vertretern der Partnerunternehmen: Rhys Nölke, Senior Vice President Technology & Data bei Bertelsmann; Marco Haeckermann, Vice President Corporate Development & Strategy bei CTS EVENTIM; Isabel Wolters, Chief Technology Officer bei Handelsblatt Media Group; Cornelius Baur, Deutschlandchef von McKinsey & Company; Jennifer Kilian, Digital Partner und Global Experience Design Leader bei McKinsey; Eva Messerschmidt, Vice President Innovation bei Mediengruppe RTL Deutschland GmbH; Frank Rosenberger, Vorstandsmitglied IT und Future Markets bei TUI; Elke Reichart, Chief Digital Officer bei TUI und CEO bei TUI InfoTec GmbH; und Matthias Gohl, Head of Digital Innovation Partners bei ZEISS.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Adriana Clemens, Telefon 0211 136-4503,

E-Mail: adriana_clemens@mckinsey.com

www.mckinsey.de/news

Alle Pressemitteilungen im Abo unter <https://www.mckinsey.de/news/kontakt>