

Innovation Agents – Geschäftspartner-Interview

Am 05. November 2020 [eröffnete tegut den ersten „teo“](#), einen digitalen Mini-Supermarkt, der Menschen 24/7 den Zugang zu 950 Lebensmitteln des täglichen Bedarfs ermöglicht. Doch ein derart smartes Marktkonzept braucht auch eine intuitive und bequeme Kunden-App, an deren Entwicklung die Innovation Agents maßgeblich mitgewirkt haben. Im Interview berichtet Projektleiter Sören Gatzweiler von den Herausforderungen des Konzepts und der Zusammenarbeit mit den Innovation Agents.

Herr Gatzweiler, Sie haben sich mit „teo“ an ein sehr mutiges und innovatives Projekt gewagt. Könnten Sie skizzieren, was die besonderen Herausforderungen bei der Umsetzung der Projektidee waren?

Bevor im letzten Jahr das Projektteam gestartet ist, haben wir erst einmal analysiert, was die Trends und Entwicklungen der zukünftigen Jahre sind. Wir haben festgestellt, dass der große Einkauf, bei dem man einmal pro Woche den Kühlschrank für die Woche füllt, an Bedeutung verliert. Der Einkaufsprozess ist viel flexibler und spontaner geworden. Doch genau für diese kurzen und spontanen Einkäufe haben wir im eigentlich gut aufgestellten deutschen Handel eine Lücke entdeckt. So haben wir ein Potenzial gesehen. Die Idee von „teo“ war, das Beste von tegut auf der Kleinstfläche von 40 bis 50 qm anzubieten und den Kunden 24/7 einen schnellen und einfachen Einkauf zu ermöglichen. Es war klar, dass wir dafür eine überschaubare, schnell nutzbare App benötigen.

Deshalb wollten wir eine hauseigene App für unsere zukünftigen teo-Kunden entwickeln. Die Innovation Agents waren dafür eine der ersten Hausnummern, auf die wir aufmerksam geworden sind.

Eine App für einen Minimarkt: Welche besonderen Schwierigkeiten und Herausforderungen brachte das mit sich?

„teo“ ist natürlich nicht nur mit App nutzbar, aber wir sehen die App als Hauptkommunikationsmittel zu unseren Kunden. Damit die App dafür auch attraktiv genug ist, war es uns wichtig, einen schnelle und leichte Customer Journey zu schaffen: Einfach die App kurz vor „teo“ herunterladen, vier bis fünf Eingaben tätigen und schon kann der Kunde „losshoppen“, die Waren scannen und bezahlen. Zudem wollen wir dem Kunden einige Zusatzfunktionalitäten anbieten, durch die die App noch attraktiver wird, wie einen Einkaufszettel oder zusätzliche Produktinformationen. Im Hintergrund mussten dafür allerdings eine Menge Systeme angepasst werden, wie die Registrierung oder das Customer-Relation-Management-System. Es ist eine große Herausforderung, neue Systeme in die bestehende, große Systemlandschaft von tegut zu integrieren. Da wurden viel Arbeit und Kreativität investiert.

Hatten Sie das Gefühl, dass die Innovation Agents schnell die besonderen Anforderungen einer großen Marktkette mit einer eigenen Systemlandschaft und besonderen Bedürfnissen erkannt haben?

Bereits der erste Kontakt war sehr positiv. Schon bei der Erstellung der ersten Screens für den App-Flow hatte ich das Gefühl, dass sich Andreas von den Innovation Agents sehr gut in der tegut-Systemlandschaft auskennt und genau weiß, wovon er spricht. Er hatte dabei nicht nur eine Technikbrille, sondern war immer auch ein Verfechter eines schlanken und einfachen Prozessablaufs zum Wohl der Kunden, die er immer im Blick hatte.

Wie haben Sie die Arbeitsweise der Innovation Agents erlebt?

Die Zusammenarbeit und der Austausch waren durchweg professionell und zielorientiert. Außerdem war Andreas sehr schnell. Natürlich gab es auch Punkte, die man nicht direkt in einer Teams-Konferenz klären konnte. Dann hat sich Andreas kundig gemacht und wir haben zeitnah eine Rückmeldung erhalten. So war immer ein Flow in der Entwicklung. Es gab eine gute Verbindlichkeit. Ich hatte das Gefühl, dass das, was wir vereinbart und besprochen haben, zügig in einer hohen Qualität umgesetzt wurde.

Und wie war der zwischenmenschliche Umgang im Projektalltag? Haben Sie sich wohlgeföhlt in der Zusammenarbeit?

Ich habe sehr gerne mit Andreas zusammengearbeitet. Gerade in den letzten Wochen vor der „teo“-Eröffnung waren noch mal größere Anpassungen notwendig. Andreas hat dafür mit unseren IT-Partnern in einem zweitägigen Workshop live programmiert. Ich hatte dabei immer das Vertrauen, dass die Qualität stimmt und das, was wir vereinbart haben, auch umgesetzt wird. Das ist bei einem solchen Projekt mit Zeitdruck sehr wichtig. Es war wirklich eine sehr gute und positive Zusammenarbeit. Wir haben schon vereinbart, dass wir ein Bier trinken gehen, wenn die schlimmste Coronazeit vorbei ist.

Die Innovation Agents haben sich einen sehr selbstbewussten Namen gegeben, sie tragen das Wort „Innovation“ in ihrem Namen. Haben Sie das Gefühl, dass der Name auch Programm ist?

Der Scope für das Projekt war ziemlich fest abgesteckt, von daher haben wir gar keine ganz großen kreativen Ideen gefordert. Trotzdem haben die Innovation Agents moderne und innovative Ansätze eingebracht, z. B. eine Lösung, damit sich Kunden nicht immer per Passwort in der App registrieren müssen.

Gab es vielleicht auch besondere Momente oder kritische Punkte im Projekt, die Ihnen noch besonders in Erinnerung sind?

Im August mussten wir entscheiden, welche Funktionalitäten wir für den Start von „teo“ priorisieren und welche Funktionalitäten wir wieder aus der Test-App herausnehmen, weil sie für den Start nicht wesentlich sind. Da haben Menschen mit sehr unterschiedlichen Meinungen zusammen diskutiert. Die Innovation Agents sind sehr vermittelnd aufgetreten, haben aber auch einen Standpunkt bezogen und mit einer externen Brille auf das Projekt geschaut. Dafür bin ich dankbar.

Wenn Sie noch einmal zurückschauen auf die grundsätzlichen Aufgaben zu Projektbeginn: Würden Sie sagen, dass von den Innovation Agents eine passende Lösung gefunden wurde?

Das Projekt musste kontinuierlich weiterentwickelt werden. In einer ersten Testphase haben 30 bis 40 Mitarbeiter die App getestet, dann knapp 100. Wir haben uns ein, manchmal sogar zweimal pro Woche mit Andreas und den Kollegen aus der IT zusammengesetzt, um kleinere und größere Anpassungen zu besprechen. Wir haben das immer auf einer guten, sachlichen und zielorientierten Ebene getan. Besonders geschätzt habe ich dabei die Beratungskompetenz von Andreas. Er hat den Aufwand verschiedener Anpassungen und Eingaben gefiltert und bewertet, anschließend haben wir gemeinsam entschieden, was wir priorisieren und umsetzen. Dabei hat Andreas immer auch auf die Zeitschiene geachtet und die entsprechenden Leitplanken auf der Timeline geschaffen, damit wir „teo“ auch rechtzeitig an den Start bekommen.

Vielen Dank für das Interview und Ihre Zeit. Fallen Ihnen zum Abschluss noch drei Adjektive ein, mit denen Sie die Innovation Agents beschreiben würden?

Kompetent. Verbindlich. Eine hohe Qualität in der Zusammenarbeit.

(Das Interview führte Norbert Becker als freier Texter im Auftrag der Innovation Agents.)