



Im Rahmen der Berlin Fashion Week präsentierte die #FashionTech Berlin eine erfolgreiche neunte Ausgabe und freute sich über ein positives Fazit.

„Wir sind hochzufrieden mit der diesjährigen #FashionTech Berlin. Unser Dank gilt auch dieses Jahr wieder unseren hochkarätigen internationalen Speakern und Partnern, ohne die dieses kontinuierliche Wachstum nicht möglich wäre“, sagt Michael Stracke, Chief Business Development Officer.

„Auf diesem Level sind wir in Europa einzigartig, was auch das durchweg positive Feedback der Teilnehmer während und nach der Konferenz zeigt.“

Eröffnet wurde die Konferenz von Anita Tillmann, Managing Partner Premium Group, Michael Stracke und Ole Tillmann, Founder & CEO Peak. Auf der Hauptbühne gab es unter dem Titel ‚#Listen‘ Keynotes von Innovatoren und Visionären aus der Fashionbranche und anderen Bereichen. In der Exhibition Halle wurden unter dem Titel ‚#Experience‘ die neuesten Entwicklungen, Produkte und Lösungen aus den Bereichen Retail und E-Commerce, Robotics, KI, Omnichannel und digitales Model-Booking gezeigt. Darüber hinaus zeigte die Telekom Fashion Fusion neueste tragbare Technologie und Bonprix stellte das Konzept ‚Fashion Connect‘ vor, das im Februar erstmals im Pilot-Store in Hamburg zur Anwendung kommt. In dem Bereich ‚#Learn‘ konnten die Besucher an Masterclasses und Workshops teilnehmen. Unter anderem konnten sie bei Collabary by Zalando lernen, wie man in nur einer Stunde eine erfolgreiche Influencer-Kampagne erstellt. In der Diskussionsrunde der Konferenz wurde die Frage, wie eine Organisation transformiert werden kann, thematisiert und in vier Themen unterteilt. Bei ‚Culture & Leadership‘ ging es um die digitale Transformation, die nur möglich ist, wenn im Unternehmen eine Kultur herrscht, die Veränderung ermöglicht und zu Performance und Risiko ermutigt. Diese Kultur muss im Mindset auf Führungsebene verankert sein, damit sie von dort in die gesamte Organisation durchdringen kann. Unter den Speakern befand sich unter anderem Sebastian Klauke, CDO der Otto Group: „Wer jetzt nicht mit der Transformation angefangen hat, der dürfte zu spät sein.“ Bei dem Thema ‚Future of Work‘ ging es darum, Neues zu testen und innovative Wege zu finden, um Probleme zu lösen. Hier kam Speaker Christoph Magnussen, Founder & Managing Director bei Blackboat zu Wort: „Mit Angst im Rücken bewegst du dich nicht und kannst nicht innovieren.“ Das dritte Thema war ‚Innovation & Technology‘, bei dem es darum ging, dass die Technologie, Marken ermöglicht, ihre eigene Geschichte zu erzählen. Speaker Alexander Graf, Founder & CEO von Spryker System sagte: „Das Problem vieler Retailer: Sie sind zu sehr auf den Desktop fokussiert.“ Das letzte Thema lautete ‚Customer Journey‘ und beschäftigte sich mit den Grenzen zwischen der realen und digitalen Welt und damit, dass Marken und Handel die Aufmerksamkeit der Konsumenten mit Experience gewinnen müssen. Speaker Markus Fuchshofen, Managing Director Bonprix sagte dazu: „Mobile verbindet on- und offline.“

Weitere Informationen unter fashiontech.berlin .