

Telekom Flagship-Store Köln jetzt Erlebniswelt

- Neun Neuheiten vom Magenta Loft bis zur Ideenschmiede
- Digital einchecken – so einfach wie nie zuvor
- Bisläng „grünster“ Shop der Telekom

Die Telekom hat heute ihren Flagship-Store auf der Kölner Schildergasse 84 nach aufwendigem Umbau wiederöffnet. Auf über 300 Quadratmetern Fläche ist eine Erlebniswelt für Groß und Klein entstanden. Privat- und Geschäftskunden können hier die neuesten Produkte und Services des Unternehmens fürs Surfen, Streaming und Smart Home in entspannter Atmosphäre ausprobieren – ganz wie daheim. Auch Musiker und Kekz-Investor Peter Maffay hat schon vorbeigeschaut.

„Wir wollen unseren Kunden ein begeisterndes Erlebnis bieten, über alle Kontaktpunkte hinweg – egal, ob an der Hotline, zuhause vor Ort oder in unseren Shops. Wenn sie zum Beispiel einen Router online bestellen, sollen sie ihn direkt im Shop um die Ecke abholen können. Darauf zahlt das Konzept hier in Köln voll ein“, betont Ferri Abolhassan, Sales- & Service-Chef der Telekom Deutschland. „Der Kunde steht hier im Mittelpunkt und erhält neben den besten Produkten auch die beste Beratung und den besten Service – das alles mit kölschem Herz und Zungenschlag. Unser Motto: Wir sind Kölle!“

Neues Shopkonzept bietet neun Neuheiten

Insgesamt neun Neuheiten bietet das Konzept des Flagship-Stores, das vom Kölner Innen- und Architekturbüro Lepel & Lepel mitentwickelt wurde: Dazu gehört u.a. auch ein digitales Welcome Management: Die Kunden checken digital ein, ihre Anliegen werden erfasst und wenn möglich direkt gelöst. Bei größeren Anliegen können die Kunden sich auch außerhalb des Stores frei bewegen, bis sie per SMS an ihren Beratungstermin erinnert werden.

Neu sind außerdem die Erlebnisinseln, an denen die Kunden die Vorzüge einer perfekten Heimvernetzung und schneller Internetanschlüsse ausprobieren können, inklusive Verfügbarkeitscheck. Auch den Ideenschmiede-Corner, an dem die Kunden Produkten und Services der Telekom aktiv mitgestalten können, gibt es so in noch keinem anderen Telekom Shop. Selbst an die jüngsten Besucher ist gedacht: Im Kids Corner gibt es digitale Unterhaltungsmöglichkeiten speziell für Kinder wie die neuen Kekz-Kopfhörer, die Musiker und Investor Peter Maffay heute den Kölner Shop-Besuchern exklusiv vorgestellt hat. Die Kopfhörer spielen Hörspiele von einem digitalen Chip – ohne, dass ein weiteres Gerät, Kabel oder eine Internetverbindung nötig ist.

Produkte wie zuhause ausprobieren

„Wir entwickeln unser Shop-Konzept stetig weiter, immer ausgerichtet an den Bedürfnissen unserer Kunden. In diesem Sinne haben wir unseren Kölner Flagship-Store in den vergangenen Monaten in eine echte Erlebniswelt verwandelt“, sagt Bijan Esfahani, Leiter Telekom Shops. „Die Kunden können in unserem neuen Magenta Loft und an den Erlebnisinseln live erleben, welche

Möglichkeiten eine moderne Heimvernetzung bietet und wie sie das Berufs- und Privatleben erleichtert – etwa durch WLAN in allen Ecken oder eine professionelle Videokonferenz-Lösung. Und in unserer neuen Event-Lounge bieten wir künftig Familien, Senioren, Geschäftskunden und anderen Zielgruppen spannende Talks und Workshops. So zeigen wir ihnen zum Beispiel, wie sie das Beste aus ihren Smartphone-Kameras rausholen oder ihre WLAN-Abdeckung zuhause optimieren.“

Auch bei der Shopgestaltung und Nachhaltigkeit macht die Telekom in Köln den nächsten Schritt: So kann das Aussehen des Flagship-Stores bei kommenden Innovationen noch schneller und günstiger angepasst werden, um den Kunden immer wieder neue Erlebnisse zu bieten. Der Einsatz von Recycling-Materialien und Vintage-Stoffen machen den Flagship-Store Köln zudem zum bislang „grünsten“ Shop der Telekom.