



Retailwettbewerb First Store by ALEXA geht mit neuem Konzept in die 3. Runde

Deutsche POP als exklusiver Kooperationspartner

Berlin, 09. Dezember 2020 Der Retailwettbewerb First Store by ALEXA, initiiert vom beliebten Shoppingcenter ALEXA am Berliner Alexanderplatz, geht zum dritten Mal an den Start – mit einem komplett neuen Konzept. Nach zwei Editionen als offener Wettbewerb wird *First Store by ALEXA* als *Academy Edition* diesmal in Kooperation mit der Deutschen POP exklusiv für Studenten der Kreativakademie durchgeführt. An 12 Standorten in Deutschland sowie in Wien und Amsterdam. Das Thema Retail darf und soll dabei völlig neu gedacht werden. Ziel des Wettbewerbs ist es, innovative Ideen und Konzepte in Shoppingcentern zu fördern. Dabei ist vom Store über Gastronomie und Service bis zur Event-Location alles denkbar. Ausgerichtet wird der Wettbewerb von Union Investment, Eigentümerin des ALEXA, Sonae Sierra, Betreiberin des Centers und der Marketingagentur Twenty One Media.

Oliver Hanna, Centermanager und Mitglied der Jury von *First Store*, erläutert dazu: „Wir müssen im Einzelhandel neue Wege gehen, unsere Stärken herausarbeiten und den Kunden das bieten, was sie suchen. Das ALEXA war schon immer innovativ, auch die kreativen, populären Studiengänge der Deutsche POP sind am Puls der Zeit. Deshalb freue ich mich über unseren neuen Kooperationspartner und bin sehr gespannt auf die Ideen der Studenten.“

Zwei starke Marken – die perfekten Partner

Mit ALEXA und Deutsche POP haben sich zwei starke Marken gefunden, die sich gegenseitig inspirieren werden – nicht nur, weil die Studierenden der Deutsche POP und die Zielgruppe des ALEXA perfekt zusammenpassen.

„Wir als Akademie haben schon immer aus der Praxis für die Praxis gelehrt und legen großen Wert auf die Zusammenarbeit mit der Industrie. Die *First Store*-Kollaboration mit dem ALEXA spiegelt das Mindset der Deutsche POP wieder. Unsere Studenten haben die Möglichkeit, echte Einblicke zu gewinnen, Praxiserfahrung zu sammeln, sich kreativ zu verwirklichen und Fuß in der Industrie zu fassen“, erklärt Rüdiger J. Veith, Geschäftsführer Deutsche POP.

Und nicht nur das: „Die Studenten haben die Chance, die Zukunft des Einzelhandels für ihre Generation mitzugestalten“, ergänzt Ralf Schaffus, Leiter Asset Management Retail Deutschland bei Union Investment und Jury-Mitglied. „Um sich in der Einzelhandelsbranche an einer Spitzenposition zu behaupten, muss man immer wieder neue Wege gehen. Und wenn wir Neues gestalten wollen, sollten wir auch die Zielgruppe einbeziehen, die einen Großteil unserer Besucher ausmacht.“

Die Fragen, die sich die Teilnehmer des Wettbewerbes ganz neu stellen dürfen und denen sie offen und frei begegnen können:

Wie möchten sie Shoppererlebnisse kreieren, Retail-Flächen nutzen, Angebote kommunizieren? Beim gebündelten Kreativ-Potenzial dieser Studiengänge, von Fashion und Fotografie über Design und Marketing bis Fitness und Musik, sind spannende Ergebnisse zu erwarten.

Teilnehmen werden Studenten der Deutsche POP an den verschiedensten Standorten in Deutschland, die Standorte Wien und Amsterdam werden den Ideen-Pool international bereichern. Eine wichtige Komponente, denn so wird auch der Internationalität des ALEXA Rechnung getragen: Im Jahr 2019 waren rund 30 Prozent der Besucher des ALEXA Touristen.

Die Durchführung des Wettbewerbs

Die Teilnahme an *First Store by ALEXA* ist alleine oder in Teams möglich, studienübergreifend ebenso wie standortübergreifend – genauso offen, kreativ und innovativ, wie es zur Start-up-Mentalität der

jungen Generation passt. Die Teams werden von den Initiatoren in regelmäßigen Online-Sprechstunden im Kurationsprozess begleitet und unterstützt.

Konzepte müssen zum Ende des Wintersemesters im März 2021 abgegeben werden, im Anschluss ermittelt eine fünfköpfige Fachjury die Gewinner. Das Gewinner-Team erhält insgesamt 40.000 Euro Budget und darf sein Konzept realisieren und ab Juni 2021 sechs Wochen lang im *First Store Cube* im ALEXA präsentieren.

Weitere Informationen: alexab2b.com ; www.firststorealexa.com ; www.deutsche-pop.com

Für weitere Informationen oder Interview-Anfragen kontaktieren Sie uns gerne.

Alle Texte, Fotos und Zitate erhalten Sie zur freien Verwendung.
Wir freuen uns über eine Veröffentlichung und die Zusendung eines Belegexemplars.

Über First Store by Alexa

First Store by Alexa ist ein Retail-Casting für innovative Geschäftsideen, veranstaltet vom Shopping- und Freizeit-Center Alexa am Berliner Alexanderplatz. Nach 2017 und 2018 geht First Store nun in die dritte Runde.

Das Alexa am Berliner Alexanderplatz ist eines der erfolgreichsten und mit 16 Millionen Besuchern pro Jahr (Stand 2019) höchst frequentierten Shoppingcenter Deutschlands.

Die **Deutsche POP** ist eine Akademie für kreative Berufe in Musik & Medien, mit mehr als 30 Bachelor- und Diploma-Ausbildungsgängen. An mehr als 20 Standorten in Deutschland, Österreich, Spanien, Frankreich, den Niederlanden, Belgien, Kroatien, Slowenien, China, Indonesien & Australien bietet die Akademie Deutsche POP eine flexible Art moderner Praxisausbildung.

Union Investment (www.union-investment.com/realstate) ist einer der führenden Immobilien-Investment-Manager in Europa. Ihr über 23 Ländermärkte und fünf Kontinente diversifiziertes Immobilienportfolio umfasst mehr als 400 Objekte in den Segmenten Büro, Hotel, Einzelhandel, Wohnen und Logistik. Das weltweite Einzelhandelsportfolio mit ca. 10 Milliarden Euro Volumen umfasst aktuell 86 Bestandsobjekte, darunter das CityQuartier FÜNF HÖFE in München, das ALEXA in Berlin und das Palladium in Prag.

Sonae Sierra (www.sonae.sierra.com) ist das internationale Unternehmen, das sich auf die Entwicklung spannender Handelsimmobilien und auf Services rund um den Einzelhandel spezialisiert hat. Sonae Sierra verfügt über Niederlassungen in 12 Ländern und erbringt von dort aus Dienstleistungen für Kunden in so unterschiedlichen Ländern wie Portugal, Algerien, Brasilien, Kolumbien, Deutschland, Griechenland, Italien, Marokko, Rumänien, Russland, der Slowakei, Spanien, Tunesien und der Türkei. Das Unternehmen ist Eigentümer von 46 Einkaufszentren mit einem Verkehrswert von etwa 7 Milliarden Euro und verwaltet und/oder vermietet 81 Einkaufszentren mit einer vermietbaren Gesamtfläche von 2,6 Millionen m² und mehr als 9.300 Mietern. Zurzeit entwickelt Sonae Sierra 16 Projekte, darunter zehn für konzernfremde Dritteigentümer. Derzeit arbeitet Sonae Sierra mit über 20 Co-Investoren auf Asset-Ebene zusammen und verwaltet vier Immobilienfonds für eine große Anzahl von Investoren aus der ganzen Welt.

Pressekontakt *First Store by ALEXA*

Twenty One Media

Alexander Maier

a.maier@21m.de

Telefon: +49-179-10 95 559