

Fashion Retail goes digital

Von der Order bis zur PEP: Wie neue Technologien den mittelständischen Modehandel voranbringen

Glaubt man manchem Experten, dann war die bisherige digitale Neudefinition von Prozessen im Handel erst der Anfang eines Umbruchs. Denn mittlerweile redet man über Szenarien, bei denen die Konsumenten ihren Einkauf vom Betreten des Stores bis hin zum Bezahlvorgang ohne Kontakt mit IT-Systemen oder Personal des Händlers vollständig mit dem Smartphone durchführen können. Als 'Frictionless Store' bezeichnen Insider dieses Retail-Format, das das Unternehmen GK Software, Schöneck, auf der diesjährigen Messe EuroCIS vorstellte. Auch wenn dies Zukunftsmusik und in service-orientierten Formaten des Modehandels kaum vorstellbar ist, so zeigt es doch, welche Dynamik in der Digitalisierung von Handelsprozessen weiterhin steckt.

Nicht Vision, sondern Realität im Fashion Retail sind bereits lernfähige IT-Lösungen, die immer besser und

schneller gewaltige Datenmengen auswerten und interpretieren können. Die Anwender dieser so genannten Künstlichen Intelligenz hoffen u.a. darauf, neue strategisch wichtige Einsichten zu gewinnen und neue Wege der Interaktion mit den Kunden zu erschließen. Zu den KI-Pionieren im Modehandel gehört Engelhorn, Mannheim. Predictive Analytics, die Prognose künftiger Ereignisse anhand von Mustern in Verkaufsdaten, machen dort insbesondere die automatisch generierten Produktempfehlungen für die Online-Kunden treffsicherer.

Doch Künstliche Intelligenz, das ist sicher, wird auch im klassischen stationären Modehandel Einzug halten. Wie es heißt, wird man sich auch im Modehaus Hagemeyer in Minden im laufenden Jahr mit den Nutzeneffekten von KI beschäftigen. Weitere wichtige Technologiethemen beim Platzhirschen in Ostwestfalen:

- digitale Preisetiketten, die etwa Preisänderungen per Maus-Klick im Backoffice möglich machen,
- Präsentation von Modethemen auf Instagram mit Bestelloption sowie
- Tools zur Digitalisierung von Orderprozessen.

Mitarbeiter- und Kunden-App im Fokus

Dagegen will man bei Wellner in Hameln in diesem Jahr von der Einführung einer kombinierten Mitarbeiter- und Kunden-App profitieren. Mitarbeiter können über die digitale Regalverlängerung Bestandsabfragen und Nachbestellungen für die Kunden realisieren. Die Kunden-App zur Auspielung von Marketingkampagnen hat bereits fast 1.000 Registrierungen. Das sind zehn Prozent der aktiven Stammkunden. Der große Rollout soll in 2019 folgen.

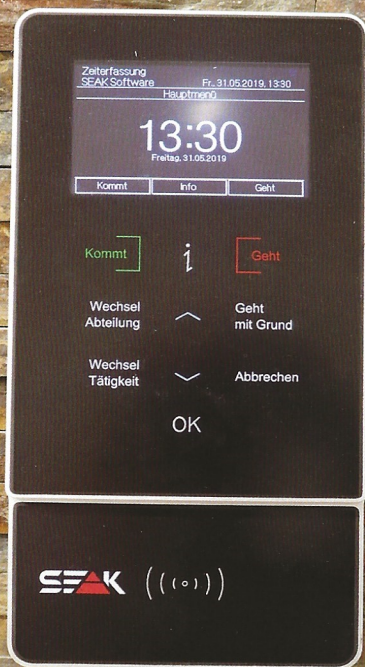
Wichtig: Die Wellner-App ist Beacon-fähig. Geplant sind deshalb auch die vollautomatische Auspielung von



Das Shopping im neuen Pilotstore von Bonprix in Hamburg ist komplett App-assistiert.

Die neuen Feedback-terminals im Sporthaus von L&T in Osnabrück.





Auch interne Prozesse wie Zeiterfassung und Personalplanung werden mithilfe digitaler Tools vereinfacht.

bungen und sogar Lieferantenretouren erleichtert – alles steuerbar über ein Firmen-Smartphone, das ein Mitarbeiter bei seiner Arbeit nutzt“, berichtet IT-Leiter Guido Raddatz. Interessantes Detail: Das Preisetikett ist auch beim WEKA Kaufhaus Ansatzpunkt für effizientere Prozesse. Die Preise in den textilen Sortimenten werden per Hand „runtergezeichnet“. Anschließend wird der Artikel per Smartphone gescannt und samt neuem Preis an die Warenwirtschaft übermittelt.



Michael von Streit, IT-Leitung Ramelow, Elmshorn: „Mobile Payment wird noch an Fahrt aufnehmen.“

Kampagnen an Kunden, die sich in unmittelbarer Nähe des Modehauses befinden, sowie Cross-Selling-Angebote aufs Smartphone an Nutzer der Wellner-App, wenn sich diese in einer bestimmten Abteilung befinden.

Neu sind zudem In-Store-Screens, auf denen Bewegtbild-Inhalte abgespielt werden können und die sich mit der Beacon-Funktechnologie verbinden lassen. Dazu Firmenchef Holger Wellner: „Wenn das System auf Basis der hinterlegten Kundendaten erkennt, dass es sich bei dem Kunden auf der Verkaufsfläche um einen sportaffinen Käufer handelt, können automatisch entsprechende Inhalte auf dem Display abgespielt werden.“

Mehr Effizienz durch digitale Warensteuerung

Prozesseffizienz dank IT-Unterstützung hat auch beim WEKA Kaufhaus in Kronach oberste Priorität. Das Unternehmen arbeitet beispielsweise mit einer digitalen Archivierung. Das Dokumentenmanagementsystem verfügt dabei über eine Verknüpfung mit der Warenwirtschaft 'netix retail' von Intelligix. „Neu ist eine App, die im Textilbereich Prozesse rund um Wareneingang, Filialquerverschie-

Bessere interne Kommunikation

Von der aktuellen Digitalisierungsoffensive im Handel profitiert bei Ramelow, Elmshorn, auch die Kommunikation mit den Mitarbeitern. Ramelow nutzt eine Software von SEAK (Reinbek) zur Personaleinsatzplanung mit der Möglichkeit, die Einsatzpläne den Mitarbeitern digital zur Verfügung zu stellen. In dem internen Kommunikationstool 'Beekeeper' ist der Aufruf dafür hinterlegt. Diese Verbindung ermöglicht den Mitarbeitern die Nutzung des mobilen Dienstplans. Dazu Michael von Streit, IT-Leiter bei Ramelow: „Die Mitarbeiter sind begeistert. Sie können zeit- und ortsunabhängig per Smartphone darauf zugreifen und werden digital über Änderungen informiert.“



Guido Raddatz, IT-Leitung WEKA Kaufhaus, Kronach: „Die digitale Archivierung erleichtert viele Prozesse.“



Holger Wellner, Inhaber Mode Wellner, Hameln: „Wir versprechen uns viel von unserer neuen Kunden- und Mitarbeiter-App.“

Der Handelskenner erwartet zudem schon bald spürbar mehr Bewegung im Bereich Mobile Payment. Weiteres Stichwort: E-Learning. Man wünsche sich endlich mehr Video-Formate der Lieferanten zur Unterstützung der Verkaufsmitarbeiter – mit Storytelling zu aktuellen Modethemen und zu Marken. Bislange erhalte man von den Herstellern meist gedruckte Kollektionsbeschreibungen, nicht selten bis zu 70 Seiten lang. Michael von Streit: „Bei uns liest das kein Mensch.“ BR