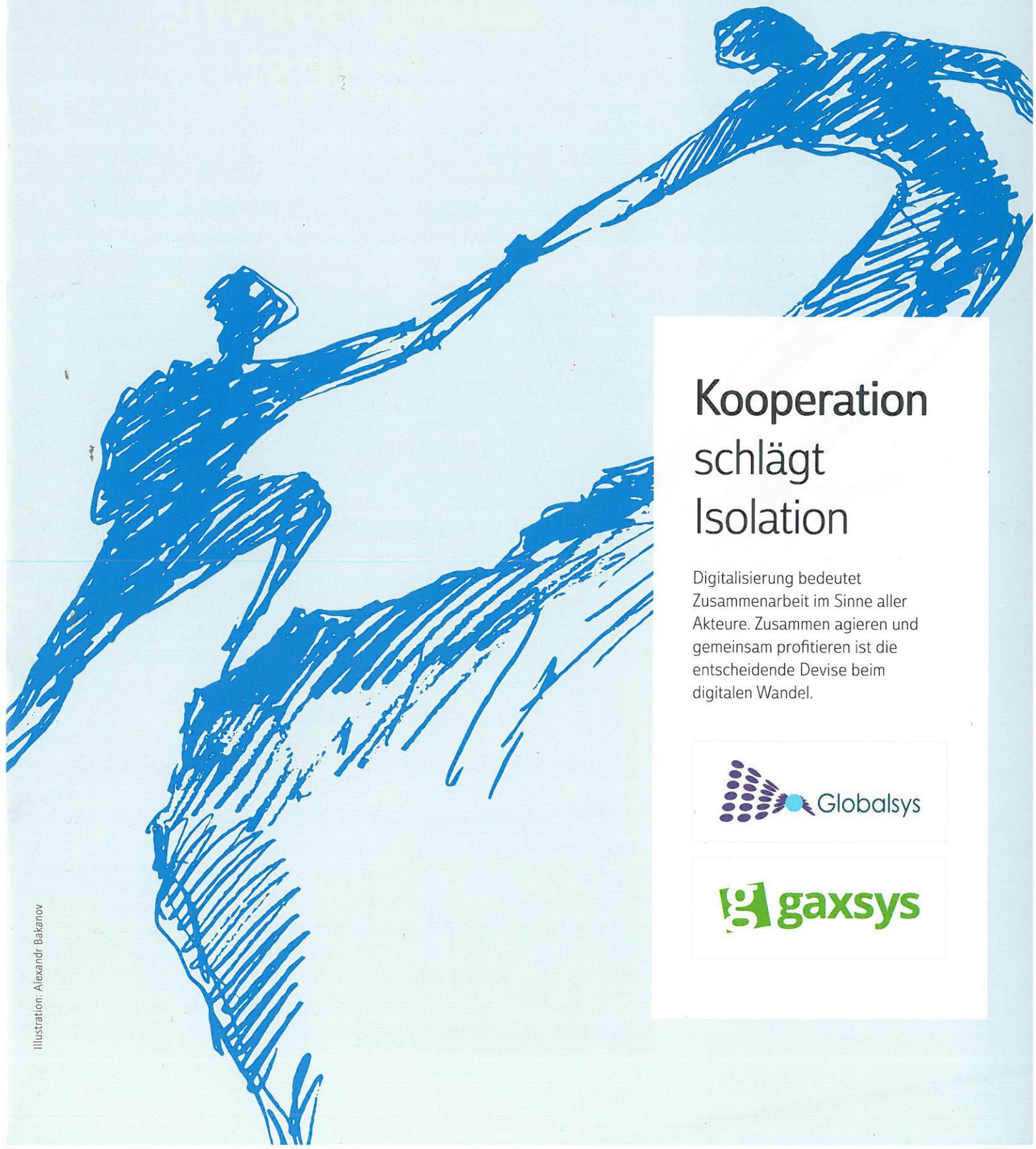


marketing berater



# BTE-Magazin für den Modehandel



## Kooperation schlägt Isolation

Digitalisierung bedeutet Zusammenarbeit im Sinne aller Akteure. Zusammen agieren und gemeinsam profitieren ist die entscheidende Devise beim digitalen Wandel.



# Total 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,



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



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



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

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 KI, 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 Nutzeffekten von KI beschäftigen. Weitere wichtige Technologiethemata beim Platzhirsch in Ostwestfalen:

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

### Mitarbeiter- & 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 Roll-out soll in 2019 folgen.

Wichtig: Die Wellner-App ist Beacon-fähig. Geplant sind deshalb auch die vollautomatische Auspielung von 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, Filialquerverschiebungen und sogar Lieferantenretouren erleichtert – sämtliche Vorgänge sind über ein Firmensmartphone steuerbar, das ein Mitarbeiter bei seiner Arbeit nutzt“, berichtet IT-Leiter Guido Raddatz.

Interessantes Detail: Das Preisetikett ist auch bei 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.

### 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 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.“

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. Bislang 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



Die EuroCIS bietet dem Modehandel eine kompakte Übersicht über die neuesten Entwicklungen im Bereich Handelstechnik.

## IT-News

■ EuroCIS: Vom 19. bis 21. Februar findet in Düsseldorf die führende Fachmesse für Handelstechnologie statt. Mit 460 Ausstellern auf 14.000 qm wird in diesem Jahr die Rekordmarke aus 2018 geknackt. Ein wichtiger Schwerpunkt sind alle Lösungen, die die Handelsunternehmen dabei unterstützen, Omnichannel-Strategien erfolgreich zu implementieren. Dazu gehören vor allem Mobile Solutions. Groß im Kommen sind auch die Themen IoT, AI und Robotics.

■ SEAK: Der Software-Spezialist für Personaleinsatzplanung und Zeitwirtschaft im Handel, zeigt auf der EuroCIS unter anderem Tools wie den mobilen Dienstplan, mit dem Unternehmen die Einsatzpläne auf die Smartphones der Mitarbeiter bringen können. Außerdem mit dabei: der 'Team Performance Monitor' zur Leistungsanalyse – zu jeder Zeit und an jedem Ort. (EuroCIS: Halle 10/A72)

■ Intelligix: Cloud-Lösungen werden vom Modehandel immer stärker genutzt. Bei Intelligix IT-Services in Föhren arbeiten bereits 90 Prozent der Kunden über die Private-Cloud. Um der wachsenden Nachfrage nach diesen Lösungen auch in Zukunft gerecht zu werden, werden die Kapazitäten des firmeneigenen Rechenzentrums weiter ausgebaut, kündigt Geschäftsführer Ralf Wintrich an. Interessenten können sich auf der EuroCIS (Halle 9/A39) informieren.

■ Höltl Retail Solutions: Der Warenwirtschaftsanbieter aus Bad Hersfeld macht das Bezahlen mit der chinesischen Alipay-App möglich. In der 'höltl Suite 9', deren Pilotbetrieb im Frühjahr 2019 geplant ist, werden die Kassensysteme über eine entsprechende Schnittstelle verfügen. Höltl-Geschäftsführer Johannes Schick: „Für Händler, die viele chinesische Kunden haben, ist dies eine wichtige Option.“ (EuroCIS: Halle 9/F04)

■ Zucchetti: Die italienische Zucchetti-Gruppe möchte seine Präsenz als IT-Anbieter auf dem deutschen Markt verstärken und ist erstmalig mit einem eigenen Stand auf der EuroCIS vertreten. Das Unternehmen mit deutschem Firmensitz in Völklingen bietet unter anderem Lösungen für Warenwirtschaft, E-Commerce und Workforce Management an. Präsentiert werden auch die für den Retail vollständig integrierten Lösungen der zur Firmengruppe gehörigen Unternehmen TCPOS, DataConnect und RewaSoft. (EuroCIS: Halle 9/Stand E22) BR



bezeichnen Insider dieses Retail-Format, das das Unternehmen GK Software, Schöneck, auf der diesjährigen Messe EuroCIS (19. bis 21. Februar in Düsseldorf) zum Thema machen wird. Auch wenn dies Zukunftsmusik und in serviceorientierten 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 unter anderem darauf, neue strategisch wichtige Einsichten zu gewinnen und neue Wege der Interaktion mit den Kunden zu erschließen.

Dank der neuen Pia-App sind die Mitarbeiter/innen des norddeutschen Modefilialisten Ramelow immer auf dem Laufenden.