

multichannel



Ole Grave, Holger Wellner und Matti Schulze (v.l.n.r.) bilden die Geschäftsführung von Modehaus.de.

Modehaus.de: Horizontales Kooperationsystem

■ Holger Wellner, Geschäftsführer des Modehauses Wellner in Hameln, hat früh erkannt, welche Bedeutung der Digitalisierung für den Fashionhandel zukommt. „Wir haben aber auch schnell gemerkt, wie schwierig es ist, das alleine zu stemmen.“ Diese Erkenntnis gab 2011 den Anstoß zur Gründung von Modehaus.de, einem horizontalen Kooperationsystem für Modehändler, bei dem der Netzwerkgedanke im Vordergrund steht. Die Gründer Ole Grave und Holger Wellner bilden heute gemeinsam mit Matti Schulze die Geschäftsführung des Unternehmens. Letzterer, Katag-Bereichsleiter für Digitalisierung, ist mit Einstieg der Katag AG bei Modehaus.de Anfang 2019 hinzugestoßen.

Derzeit sind 63 Unternehmen (mit 341 POS und 1,6 Mrd. Euro Jahresumsatz) Partner mit Kooperationsvertrag. Geboten werden drei Formen der Zusammenarbeit: Für 190 Euro/Monat gibt es ein Lizenzgebiet, Webinare und Erfa-Tagungen. Für 390 Euro/Monat kommt der Zugriff auf digitale Tools zu Sonderkonditionen hinzu. Das größte Paket kostet 790 Euro/Monat sowie 14.900 Euro einmalig – das Shopsystem ist inkludiert.

Die Motivation einer Teilnahme bei Modehaus.de ist unterschiedlich: „Da gibt es zum einen diejenigen, die über das Internet zusätzliche Umsätze generieren möchten, zum anderen solche, die die Digitalisierung vor allem als Servicethema für ihre Kunden sehen.“ Besonderes Interesse stellt Holger Wellner für den „ressourcensparenden“ Online-Shop und für die App, die sowohl als digitale Kundenkarte, aber auch als Unterstützung für den Verkauf (Stichwort: digitale Regalverlängerung) fungiert, fest. „Eine wichtige Rolle spielt auch der Know-how-Transfer im Rahmen unserer Erfa-Tagungen und Workshops. Die hohe Nachfrage hat uns veranlasst, eine eigene Academy zu gründen, die Anfang August an den Start gegangen ist“, so Wellner. Ganz frisch sind außerdem die B-to-B-Warenbörse sowie die Kooperation mit Zalando: Mitglieder von Modehaus.de können den Marktplatz als Verkaufsplattform nutzen.

Holger Wellner betont: „Uns geht es nicht darum, aus stationären Online-Händler zu machen, sondern darum, den POS zu stärken.“ UAK