

Preis

Bestellung

EDI IM TEXTILFACH EIN

249.99



ESSENTIAL

Bereits 1998 erkannte Leo Faltsmann die Notwendigkeit, im Textil-einzelhandel Geschäftsprozesse neu zu organisieren. Nach der technologischen Basisanbindung der Firma Faltsmann Damen & Herren Mode in Nottuln lag der konzeptionelle Schwerpunkt darauf, möglichst schnell möglichst viele EDI-Partner zu gewinnen. Durch die Einführung von EDI konnten im Bereich Personaladministration bereits nach einem Jahr ca. 30.000 Euro eingespart werden.

GESCHÄFT – PRAXISBEISPIEL



*Leo Faltmann,
fashionconsult*

Efficient Consumer Response (ECR) ist in der Bekleidungsbranche ein vergleichsweise junges Thema. Erklärtes Ziel ist es inzwischen, dem Textileinzelhandel Möglichkeiten zu eröffnen, schneller und gezielter auf Kundennachfragen reagieren zu können.

Die neuen Herausforderungen für den Textileinzelhandel, die der CCG-Arbeitskreis „eBusiness in der Bekleidungsbranche“ in dem gleich-

namigen Managementleitfaden formuliert hat (Seite 8), verlangen nicht nur einen unternehmerischen Strukturwandel, sondern vor allem eine Optimierung der Abläufe zwischen Handel und Industrie und eine daraus resultierende Vertiefung des gegenseitigen Vertrauens.

Bevor ein ECR-Konzept umgesetzt werden kann, müssen zuerst die Grundvoraussetzungen wie eindeutige Identifikationssysteme und die

Möglichkeiten des elektronischen Datenaustausches geschaffen werden.

Denn erst der kombinierte Einsatz von EAN-Nummernsystemen, EAN-Barcodes und EANCOM® ermöglicht u.a.:

- Das Tracking & Tracing der Waren,
- die Optimierung des Wareneingangs,
- die automatische Ermittlung der Abverkaufszahlen sowie
- eine Optimierung der Lagerbestände.



Inzwischen gibt es Praxiserfahrungen, die beweisen, dass elektronischer Datenaustausch auch in kleineren Unternehmen sinnvoll eingesetzt und der Realisierung von ECR auch hier keine Grenzen gesetzt sind.

Das Unternehmen

Die Firma Faltmann Damen & Herren Mode in Nottuln beschäftigt auf einer Verkaufsfläche von 400 m² insgesamt zehn Mitarbeiter bzw. sechs auf Vollzeit gerechnet. Ziel des Einsatzes der neuen ECR-Strategien war es, die bestehenden Abläufe zu optimieren, Kosten zu senken und somit mehr Zeit für den Kunden zu haben.

Faltmann ist eines der ersten Textil-einzelhandelsunternehmen, das mit einem voll EDI-fähigen Warenwirtschaftssystem arbeitet. Bereits 1998 erkannte Leo Faltmann die Notwendigkeit, Geschäftsprozesse neu zu organisieren. Nach der technologischen Basisanbindung lag der konzeptionelle Schwerpunkt darauf, möglichst schnell möglichst viele EDI-Partner zu gewinnen, um über NOS-Systeme (Never-out-of-stock) ein breites Basisangebot permanent zu gewährleisten. Um gleichzeitig den Nachschub bei trendgerechten Kollektionen sicherzustellen, vertraute man auf das Konzept der Flächenbewirtschaftung, wobei Verkaufsflächen herstellergesteuert nachbestückt werden.

Gemeinsam mit EDI-fähigen Lieferanten erstellt Leo Faltmann eine Jahresplanung, die im laufenden Jahr regelmäßig mit den Abverkaufszahlen verglichen wird. Durch den Austausch dieser Daten ist der Lieferant schnell in der Lage, auf sich verändernde Marktsituationen zu reagieren und dem Händler Hilfestellung zu geben.

Der heute erreichte 85%ige Anteil an EDI-fähigen Lieferanten gibt dem Konzept von Faltmann recht. Den Erfolg von ECR erreicht man hier mit dem Einsatz der standardisierten EANCOM®-Nachrichtenarten.

Momentan wird die Nachlieferung von NOS-Artikeln über Abverkaufsberichte z.B. mit den Firmen Street One, Cecil, MAC durchgeführt. In einem Pilotprojekt mit der Triumph-International AG erfolgt die Sortimentssteuerung zukünftig mithilfe des Bestandsberichts, d.h. Triumph bewirtschaftet die Fläche mithilfe eines Schattenbestandes.

Die Sortimentsstruktur

Aufgrund der im Rahmen seiner Tätigkeit als Berater bei fashionconsult gesammelten Erfahrungen hat Leo Faltmann sein Sortimentsprofil, angepasst an den allgemeinen Trend in dieser Branche, zu 85% mit „Mainstream“-Artikeln bestückt. Sie dienen als „Grundversorgung“ und beinhaltet die Waren von Herstellern wie Street One, Esprit, Cecil, MAC, Triumph, Schiesser, Kunert, Hudson und Olymp.

Die verbleibenden 15% setzen sich zusammen aus einem Individual-Sortiment von Anbietern wie Strenesse Blue, Jackpot, Cottonfield und Caspar David. Da dieser Sortimentsanteil der Positionierung am Markt dient, vertraut man im Lieferantenprofil vor allem auf Individualität, einen hohen Imagefaktor bei hohem modischen Anspruch und dem großen Bekanntheitsgrad. Hierbei greift man auf das Standard-Warenwirtschaftssystem Hiltel 2000 zurück.



Das Einsparpotenzial

Durch die Einführung von EDI konnten im Bereich Personalverwaltung bereits nach einem Jahr ca. 30.000 Euro eingespart werden. Dieser hohe Betrag lässt sich vor allem am Wegfall der manuellen Erfassung und Bearbeitung des Wareneingangs festmachen. Konsequenterweise wurden 50% des Einsparvolumens für zusätzliches Personal und Schulungen bzw. Trainingsveranstaltungen im Verkauf investiert.

Was viele Großunternehmen verschiedenster Branchen mit EDI (Electronic Data Interchange) bereits erfolgreich praktizieren, soll in naher Zukunft auch die Strukturen des Textileinzelhandels deutlich verändern. Durch diese Prozessoptimierung entstehen riesige Rationalisierungspotenziale, besonders im Wegfall der Wareneingangsroutinen, weitgehender Lagerentlastung und Generierung großer Umsatzreserven durch ein optimales NOS-System.

Leo Faltmann ist ebenfalls Inhaber der Beratungsfirma „fashionconsult“, die Hersteller und Händler aus der Bekleidungsbranche bei der Umsetzung von ECR-Prozessen berät.

Weitere Informationen:
www.fashionconsult.de

