

Warenwirtschaft in der Modebranche optimieren

Wesentliche Erfolgsfaktoren im Modehandel sind zweifelsfrei die richtigen (also auf die Zielgruppe abgestimmten) Sortimente, qualifiziertes Verkaufspersonal, eine stimmige Warenpräsentation sowie eine den Kunden emotional ansprechende Marketingstrategie. Doch sind es darüber hinaus heute mehr denn je auch die warenwirtschaftlichen Prozesse, die über Erfolg und Misserfolg im Handel entscheiden.

Unter „Warenwirtschaft“ versteht man die Steuerung von Ware entlang der Wertschöpfungskette des Einzelhandels. Sie beginnt mit der Planung von Flächen und Sortimenten sowie mit dem Einkaufsprozess, führt über Beschaffung, Logistik, Lieferantenmanagement und Warensteuerung bis hin zum Verkaufsprozess und wird flankiert von übergreifenden Themen und Prozessen wie z. B. dem Berichtswesen, der Inventur, der Finanzbuchhaltung oder auch angebundenen Online-Shops. Jeder warenwirtschaftliche Prozessschritt kann in sich optimiert werden und sollte zudem nahtlos in das Prozessmodell integriert sein, um eine reibungslose Abwicklung des Tagesgeschäfts zu ermöglichen. Moderne Warenwirtschafts- und ERP-Systeme können dabei wesentlich zur Unterstützung des Händlers beitragen, indem sie z. B. die Limitplanung nachhalten, die Flächenplanung erleichtern und Kennzahlen zur Bewertung von Lieferanten aufzeigen.

Die BTE-Fachdokumentation „Warenwirtschaft in der Modebranche – Prozesse, IT-Systeme, Anbietersauswahl“ beschäftigt sich auf gut 200 Seiten intensiv mit allen Prozessen der Warenwirtschaft und vermittelt dem Leser auf Basis einer eigens für diese Dokumentation durchgeführten Studie (unter Beteiligung von 20 Anbietern von WWS-Systemen) einen Überblick, inwieweit die aktuell gebräuchlichen Softwaresysteme diese Prozesse abdecken. Die Ergebnisse dieser Anbieterbefragung zeigen einerseits deutlich, dass die heute verfügbaren Systeme ein sehr großes Spektrum an Funktionalitäten bieten, die den Anwender in jedem erdenklichen Geschäftsprozess unterstützen können. Andererseits zeigt sich aber auch, dass nicht jede Software über die Standardfunktionalitäten hinaus „alles“ können muss, da die Spezialanforderungen von Kleinstunternehmen, Platzhirschen, Filialunternehmen, Warenhausketten oder vertikalen Anbietern höchst unterschiedlich sind. Daher wird in der Publikation auch eine Hilfestellung für die Auswahl geeigneter Systeme gegeben, denn wenn Geschäftsmodelle, Prozesse und Systeme nicht optimal aufeinander abgestimmt sind, entstehen vermeidbare Ineffizienzen. Die Publikation wird abgerundet durch ein umfangreiches Glossar. Autor ist Dennis Hodel von der Unternehmensberatung IM+C, Mannheim.

Hinweis: Das detaillierte Inhaltsverzeichnis ist im Internet unter www.bte.de einsehbar. Die Publikation ist zum Preis von 34 EUR für EHV-Mitglieder, sonst 42 EUR (jeweils zzgl. Versand und MwSt.) erhältlich beim ITE-Verlag, Fax: 0221/92150910, Email: itebestellungen@bte.de.

INHALTSVERZEICHNIS

1. Einführung	1
2. Warenwirtschaftliche Kernprozesse und Systeme im Bekleidungseinzelhandel	5
2.1 Der „Retail-Loop“	5
2.2 ERP- und Warenwirtschaftssysteme	12
3. Ergebnisse der IM+C-Warenwirtschaftsstudie: Befragung von Anbietern und Anwendern	18
3.1 Vorgehensweise und Rahmenparameter	18
3.2 Übersicht der befragten Softwareanbieter	20
4. Warenwirtschaftliche Kernprozesse in der Modebranche und Abdeckungsgrad der Systemunterstützung	42
4.1 Der Einkaufsprozess	42
4.1.1 Warenwirtschaftliche Planung	42
4.1.1.1 Strategische Planung	46
4.1.1.2 Marketingplanung	48
4.1.1.3 Flächenplanung	49
4.1.1.4 Limitplanung	51
4.1.1.5 Sortimentsplanung	52
4.1.2 Einkauf und Musterung	55
4.1.3 Exkurs: Listung und Stammdatenmanagement	57
4.1.4 Produktdesign und -entwicklung	61
4.2 Der Beschaffungs- und Logistikprozess	62
4.2.1 Lieferantenmanagement	62
4.2.2 Orderwesen	65
4.2.3 Liefercontrolling	68
4.2.4 Qualitätsmanagement, Transport und Verzollung	69
4.2.5 Wareneingang Distributionszentrum (DZ)/Lager	70
4.2.6 Filialverteilung und -logistik	72
4.3 Der Warensteuerungsprozess	72
4.3.1 Slowseller- und Bestseller-/Trend-Management	74
4.3.2 Open-to-Buy-Controlling (Limitsteuerung)	76
4.3.3 Open-to-Ship-Controlling (Verteilersteuerung)	76

4.3.4	Abschriftenmanagement	77
4.3.5	Filialumlagerungen	79
4.3.6	NOS-Management	80
4.4	Der Verkaufsprozess	83
4.4.1	Kundenanalysen und Customer Relationship Management (CRM)	83
4.4.2	Point-of-Sale und Backoffice	85
4.4.3	Aktionsmanagement	86
4.4.4	Flächenmanagement	88
4.5	Flankierende und übergreifende Prozesse	88
4.5.1	Bestandsverwaltung und Inventur	89
4.5.2	Berichtswesen/Auswertungstools	95
4.5.3	Rechnungsprüfung	104
4.5.4	Finanzbuchhaltung	107
4.5.5	Controlling	107
4.5.6	Lagerverwaltung	107
4.5.7	Onlineshops	108
4.6	Ergebnisse der Anbieter- und Anwenderbefragungen	111
5.	Vertikale Zusammenarbeit in der textilen Kette	120
5.1	Die Bedeutung von Kooperationen in der Modebranche	120
5.2	Kooperative Formen der Flächenbewirtschaftung	123
5.3	Kennzahlen in der vertikalen Flächensteuerung	126
5.4	Electronic Data Interchange (EDI)	135
6.	Innovationen im WWS-Umfeld	144
6.1	Auswirkungen von Innovationen auf den Geschäftserfolg	144
6.2	Anbieterübergreifende Trends im WWS-Umfeld	145
6.3	Die RFID-Technologie	147
7.	Anbieter- und Systemauswahl	159
7.1	Make or Buy - Eigenentwicklungen versus Standardsoftware	159
7.2	Vorgehensweise bei der Anbieter- und Systemauswahl	159
8.	Fazit	165
9.	Literatur- und Quellenverzeichnis	167

Anhang 1: Autor	170
Anhang 2: Firmenprofile der befragten Softwareanbieter	171
Anhang 3: Kriterienkatalog zur WWS-Auswahl	182
Anhang 4: Warenwirtschaftliches Glossar (Quelle: IM+C AG)	