

Optimiertes Abschriftenmanagement bei Ernsting's family

Der Textileinzelhändler beschleunigt mit künstlicher Intelligenz den Abverkauf und steigert die Handelsspanne



BlueYonder
Best decisions, delivered daily



Mit künstlicher Intelligenz managt Ernsting's family kurze Kollektionszyklen in seinen Filialen

Blue Yonder konnte den Textileinzelhändler Ernsting's family während einer fünfmonatigen Testphase von seiner Lösung zur Preisoptimierung überzeugen. Im Mai 2018 startet der offizielle Roll-out für das Kinderbekleidungssortiment Topolino, ein Kernsortiment des Unternehmens, über alle 1.800 Filialen in Deutschland und Österreich sowie über alle Absatzkanäle hinweg.

Ernsting's family stellt sich aktiv dem digitalen Wandel. Im Zuge des digitalen Transformationsprozesses prüfte der Textileinzelhändler in unterschiedlichen Fachbereichen Möglichkeiten der Optimierung. Im Bereich Merchandise Planning & Allocation startete Ernsting's family Mitte 2017 gemeinsam mit Blue Yonder einen Piloten zur Optimierung des Abschriftenmanagements. Dabei kam die KI-Lösung Blue Yonder Price Optimization zum Einsatz.

Ziel der fünfmonatigen Testphase mit Blue Yonder war es, den ausgewählten Artikelbestand innerhalb einer definierten Anzahl an Tagen zu verkaufen. Mit der KI-Lösung von Blue Yonder erreichte Ernsting's family bei den jeweiligen Sortimenten eine deutliche Steigerung des Absatzes, des Umsatzes und zugleich der Handelsspanne.

„Mit Blue Yonder haben wir einen Partner gefunden, mit dem wir unsere Digitalisierungsstrategie in der Preisgestaltung umsetzen können: Die Handelsspanne ausgewählter Artikel hat sich bereits in einem fünfmonatigen Test erheblich gesteigert. Daher haben wir uns für eine langfristige Zusammenarbeit mit Blue Yonder entschieden.“

Horst Beeck

Chief Financial Officer, Ernsting's family Unternehmensgruppe



Über Ernsting's family

Ernsting's family ist mit mehr als 1.800 Filialen, einer mehrfach ausgezeichneten Online-Präsenz und rund 12.000 Mitarbeitern einer der größten Cross-Channel-Anbieter im deutschen Textileinzelhandel. Im Geschäftsjahr 2016/2017 erwirtschaftete das Unternehmen mit Hauptsitz in Coesfeld-Lette (Westfalen) einen Umsatz von 1,120 Milliarden Euro brutto. Ernsting's family bietet Mode und Accessoires für die ganze Familie mit Schwerpunkt auf Damenober- und Kinderbekleidung. Großer Wert wird bei allen Artikeln auf hochwertige Qualität zu günstigen Preisen gelegt. Mit sozialer, gesellschaftlicher und ökologischer Verantwortung setzt Ernsting's family die Erschließung neuer Vertriebswege und Verkaufsstandorte kontinuierlich fort. Jedes Jahr eröffnen weitere Filialen in Deutschland und Österreich.



Das Projekt im Überblick

Land

Deutschland

Branche

Stationärer und Online-Textilhandel

Herausforderungen

Extrem kurze Kollektionszyklen und damit hohe Anforderungen an den schnellen Abverkauf der Ware

Zielsetzung

- Optimierung des Abschriftenmanagements
- Abverkauf neuer Kollektionen innerhalb einer definierten Zeitspanne
- Steigerung der Handelsspanne

Blue Yonder Lösung

Price Optimization

Ergebnisse (nach der Testphase)

Über
90 %

Abverkauf eines Artikels nach einem festgelegten Zeitraum



Steigerung des Absatzes



Steigerung der Handelsspanne

Abschriftenmanagement als wichtiges strategisches Instrument

Im Modehandel haben sich im Zuge des Online-Handels und der Digitalisierung die Marktanforderungen in den vergangenen Jahren enorm verändert. Die klassischen Saisonzyklen mit den üblichen Winter- und Sommerschlussverkäufen am Ende der Saison sind schnelleren Trends und kurzlebigeren Kollektionszyklen gewichen.

Auch bei Ernsting's family liegt die Herausforderung bei der Preisgestaltung in einem schnelllebigen Produktlebenszyklus. Das Unternehmen unterhält in rund 1.800 Filialen in Deutschland und Österreich diverse Sortimentsbereiche (Damenoberbekleidung, Damenwäsche, Kindermode, Accessoires, Spielzeug, Deko etc.) mit Einzelteilen im fünfstelligen Bereich. Für den Einzelhändler ist es wichtig, einen permanenten Absatz in seinen Filialen sicherzustellen, denn die Filialen werden alle zwei Tage mit neuer Ware aus wechselnden Monatskollektionen beliefert.

Somit ist der Push-Anteil bei Ernsting's family sehr hoch und der Abverkauf der Produkte muss in den durchschnittlich 160 m² großen Filialen möglichst schnell erfolgen, um Platz für neue Ware zu schaffen. Das stellt hohe Anforderungen nicht nur an die Warendisposition, sondern auch an die Preisgestaltung. Das Abschriftenmanagement ist deshalb für das Unternehmen ein sehr wichtiges Instrument, um den Abverkauf in den Filialen bis zur Anlieferung neuer Ware permanent sicherzustellen.



Preisreduzierungen beleben den Produktlebenszyklus

Durch Preisreduzierungen lässt sich der Produktlebenszyklus in jeder Phase steuern. Wird beispielsweise ein Produkt zum Schwarzpreis in einem großen Teil der Filialen von den Kunden nicht angenommen, muss das Unternehmen früh agieren und den Artikel auf einen Rotpreis reduzieren. Wenn der Artikel auch zu diesem Preis nicht verkauft wird, muss es eine weitere Preissenkung geben, bis der Artikel von der Verkaufsfläche verschwunden ist.

Ziel des Projekts mit Blue Yonder

Um das Abschriftenmanagement, das eine entscheidende Rolle bei Ernsting's family spielt, zu optimieren, initiierte das Textilunternehmen einen Testpiloten mit Blue Yonder, mit dem Ziel, den Produktlebenszyklus in zwei Testsortimenten (Damensortiment Gina Benotti und Kinderbekleidungssortiment Topolino) zu verkürzen. Klare Vorgabe war, für die Monatskollektionen innerhalb eines festgelegten Zeitraums eine Abverkaufsquote von 90 % zu erreichen.



„Den richtigen Preis zur richtigen Zeit am richtigen Ort – mit Blue Yonder ist uns das gelungen! Die KI-Lösung hat uns die optimalen Preise für unsere Abverkaufsstrategie geliefert.“

Claudia Metz

Head of Merchandise Planning & Allocation,
Ernsting's family

Die fünfmonatige Pilotphase

Für die Testphase wurden zunächst 50 stationäre Testfilialen in Deutschland bestimmt, in denen ausgewählte Sortimente durch den Blue Yonder Algorithmus bepreist wurden. Den Testfilialen standen 50 Referenzfilialen gegenüber, um die Ergebnisse vergleichen zu können.

Im direkten Vergleich mit den 50 Referenzfilialen zeigte sich, dass mithilfe von Blue Yonder Price Optimization die Kollektionen wesentlich schneller abverkauft wurden und so Platz für neue Ware geschaffen werden konnte.

Unter Berücksichtigung der Auslastung in den Filialen und der Kosten für Preisänderungen gelang es durch den Einsatz der Blue Yonder Lösung, die Abverkaufsquote und die Handelsspanne in den Testfilialen erheblich zu steigern. Dazu analysierte Blue Yonder täglich umfangreiche Datenmengen sowohl auf Filial- als auch auf Artikelebene sowie Bestands- und Bestelldaten und lieferte auf dieser Basis automatisierte Preisentscheidungen: Die Lösung kann beispielsweise erkennen, ob bestimmte Größen oder Farben eines Artikels besser oder schlechter verkauft werden. Im Rahmen des Tests wurden Preisreduzierungen innerhalb des Produktlebenszyklus zwar häufiger und früher vorgenommen, die Höhe der Reduzierungen war jedoch im Durchschnitt geringer.

Tatsächlich wurde das Ziel, 90 % eines Artikels nach einem festgelegten Zeitraum abzuverkaufen, nicht nur erreicht, sondern konnte sogar noch übertroffen werden. Hinzu kam außerdem eine deutliche Steigerung der Handelsspanne – ein Ergebnis, das Ernsting's family davon überzeugte, die Blue Yonder Price Optimization Lösung ab Mai 2018 für sein gesamtes Sortiment in allen deutschen und österreichischen Filialen sowie im Online-Shop einzusetzen.



Roll-out in allen Filialen und im Online-Shop

Im Mai 2018 startet der offizielle Roll-out der Blue Yonder Price Optimization Lösung in allen 1.800 Filialen in Deutschland und Österreich sowie online – im ersten Schritt zunächst mit dem Kernsortiment Topolino Kinderbekleidung, danach mit dem gesamten Damenoberbekleidungs Sortiment. Anschließend sollen sukzessive weitere Sortimentsbereiche folgen.

Auswirkungen und Ausblick

Die Ergebnisse von Blue Yonder Price Optimization werden künftig Einfluss auf die quantitative Sortimentsplanung und -entwicklung haben. Die neue Art der Reduzierung und der schnellere Abverkauf der Ware tragen zur Steigerung des Absatzes bei, was sich auf die künftigen Bestellmengen auswirken wird, die Ernsting's family plant und steuert.

Change Management

Wenn neue Technologien, insbesondere künstliche Intelligenz, konkreten Einsatz im Arbeitsleben finden, sind zu Beginn Skepsis und Ängste der Mitarbeiter kaum zu vermeiden. Bei Ernsting's family war ein großer Teil der Mitarbeiter, die sich mit dem Thema Abschriftenmanagement beschäftigen, von Anfang an in das Blue Yonder Projekt involviert. Durch die kollegiale Teamarbeit im Projekt konnten viele Bedenken sehr schnell abgebaut werden. Die Mitarbeiter sahen schnell, welche neuen Möglichkeiten und Chancen es durch den Einsatz von KI gibt, und konnten erkennen, dass Blue Yonder mithilfe von KI auf viel tieferen Ebenen Zahlen und Erkenntnisse zur Verfügung stellen kann, als es bislang möglich gewesen war. Ernsting's family plant, die Mitarbeiter mit gezieltem Change Management bei der künftigen Neuaufstellung des Abschriftenmanagements auch weiterhin einzubeziehen.



Über Blue Yonder

Blue Yonder, ein Unternehmen von JDA, ist ein führender Anbieter von Lösungen für künstliche Intelligenz (KI) und maschinelles Lernen (ML). Es ermöglicht Einzelhändlern sowie Konsumgüter- und anderen Unternehmen, ihre Geschäftsabläufe zu transformieren und rentablere, automatisierte Geschäftsentscheidungen zu treffen. Dadurch lassen sich deutlich höhere Gewinne und optimierte Kundenerlebnisse erzielen.

Durch die Integration von KI und ML in die Supply Chain und Merchandising-Prozesse können Unternehmen wesentlich schneller auf dynamische Marktbedingungen und Kundenpräferenzen reagieren.

Entwickelt von einem der größten Teams von promovierten und auf den Handel sowie Supply Chain spezialisierten Data Scientists und Software Engineers, liefern Blue Yonders KI und ML-Lösungen täglich mehr als 600 Millionen intelligente, automatisierte Entscheidungen.

Blue Yonder wurde 2008 in Karlsruhe vom ehemaligen CERN-Wissenschaftler Professor Michael Feindt gegründet und 2018 von JDA Software übernommen. Das Unternehmen hat bereits zahlreiche Auszeichnungen erhalten, darunter den Experten Big Data Leader Award 2016, den BT Retail Week Technology Award, dem Deutschen Innovationspreis 2015, den IGD Award 2017 für Supply Chain Innovation und als Top-100-Innovator 2017.

Blue Yonder stellt seine Lösungen über Microsoft Azure bereit und wurde 2018 als Finalist des Microsoft Partner of the Year Awards in der Kategorie Retail ausgezeichnet.

Blue Yonder

Best decisions, delivered daily

Blue Yonder GmbH

Ohiostraße 8
76149 Karlsruhe
Germany

+49 721 383117 0

Blue Yonder Software Limited

19 Eastbourne Terrace
London, W2 6LG
United Kingdom

+44 20 3626 0360

JDA Software

15059 N. Scottsdale Road,
Suite 400, Scottsdale, AZ 85254-2666
United States

+1 833.JDA.4ROI

+1 833.532.4764

info@blue-yonder.com

blueyonder.ai

jda.com

info@jda.com

BlueYonder
a **jda.** company