

Branchen-Know-how trifft Künstliche Intelligenz

Hachmeister + Partner über den aktuellen Fashionmarkt und neue Projekte

Der Benchmarking-Spezialist verfügt über spannende Daten zur Entwicklung der Branche. Auch intern hat sich bei der Bielefelder Unternehmensberatung einiges getan. Die mb-Redaktion sprach mit Frank Ganzasch, einem der Geschäftsführenden Gesellschafter.



Frank Ganzasch, Geschäftsführender Gesellschafter bei h+p: „Wir analysieren und prognostizieren inzwischen bis auf Artikel-Ebene.“

mb: Herr Ganzasch, Corona scheint als Motor für Innovation zu wirken. Können Sie das bestätigen?

Frank Ganzasch: Eindeutig ja. Insbesondere die unternehmergeführten Handelsbetriebe und Marken werden mutiger, kreativer, fokussierter. Für uns selbst gilt das auch.

mb: Inwiefern?

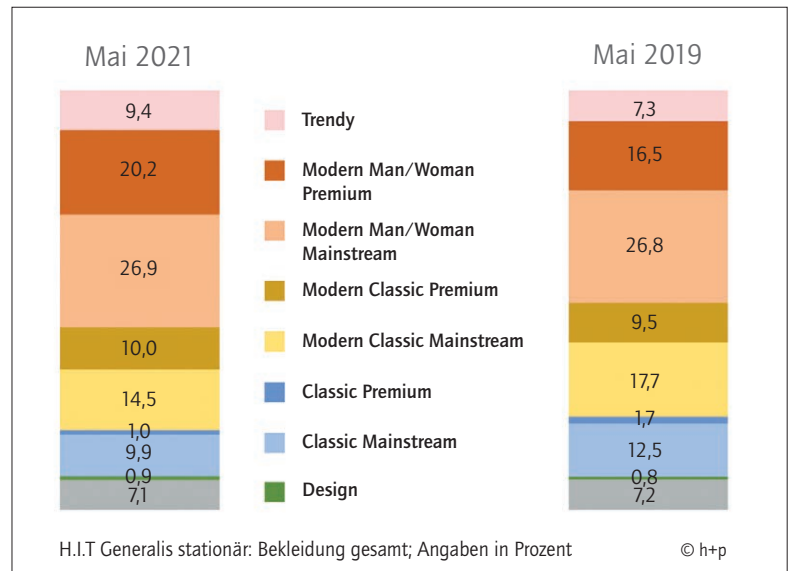
Frank Ganzasch: Wir setzen zahlreiche neue Projekte auf und um. Unter anderem stellen wir unseren Mandanten zunehmend mehr Analysen zur Verfügung, die sich auf Online-Umsätze, -Kosten und die -Profitabilität beziehen. Unser Panel, in das Daten eigener Online-Shops der Händler, aber auch Plattformgeschäfte einfließen, bildet inzwischen mehr als eine halbe Milliarde Euro Jahresumsatz ab und ist somit bereits sehr aussagekräftig. Wir stellen die Daten – wie Bestseller auf Articlebene, Markenanteile, Sortimentsstrukturen – den stationären gegenüber. Das bringt dem Handel einen hohen Nutzwert: Beispielsweise, indem er die stationären Bestseller eher nicht online anbietet, da zeitraubende Retouren sonst möglicherweise sichere Umsätze verhindern.

mb: Können Sie uns noch konkreter über die derzeitige Situation berichten?

Frank Ganzasch: Die Männer zeigten in den letzten zwölf Monaten insgesamt eine höhere Kaufzurückhaltung als die Frauen und kehrten bisher auch weniger stark an die POS zurück. Die meisten HAKA-Sortimente lagen im Mai noch deutlich unter Vorjahr, mit Ausnahme der Sweatshirts mit plus 13,1 Prozent. Sowohl stationär als auch online starten derzeit in DOB und HAKA die Stilgruppen Modern und Trendy durch, Premium performt deutlich besser als Mainstream.

mb: Zurück zu Ihren Projekten. Für die Orderunde und das In-Season-Management bieten Sie ebenfalls erweiterte Services ...

Frank Ganzasch: Wir setzen verstärkt auf den Einsatz von Business Rules und Künstlicher Intelligenz (KI), wobei unsere Tools mandantenspezifische Rahmenparameter



Die Modern- und Premium-Segmente werden immer wichtiger.

Immerhin wurden zwischen Mai 2020 und April 2021 46,4 Prozent aller verschickten DOB-Teile wieder retourniert, in der HAKA waren es 31,6 Prozent.

mit dem Machine-Learning-Ansatz und teils auch unseren Benchmarks verbinden. So können wir künftig Trends und Entwicklungen, darunter die Bestseller der Saison, schnell identifizieren. Das eröffnet eine Chance für Handel und Industrie, ebenfalls früh gegen bzw. nachzusteuern. Es gibt aktuell zwei Einsatzbereiche von KI in bereits bestehenden h+p-Services: Zum einen den 'NOS Optimizer', in den eine Forecast-Funktion einfließt, die den zu erwartenden Absatz je Artikel ermittelt und die Wiederbeschaffungszeit berücksichtigt. Potenzial ist da, denn noch immer bewegen sich die Stockouts im deutschen Einzelhandel zwischen sieben und zehn Prozent! Und auch dem Thema 'Dynamic Pricing' widmen wir uns kanalübergreifend mit KI-Unterstützung: Hier werden Abschriftenempfehlungen berechnet, um Absatz und Rentabilität im Handel deutlich zu steigern – alles natürlich mit Rückintegration in das operative ERP-System. SH

Diesen und weitere Artikel der BTE KompetenzPartner finden Sie unter Praxistipps auf der Website www.bte-kompetenzpartner.de.