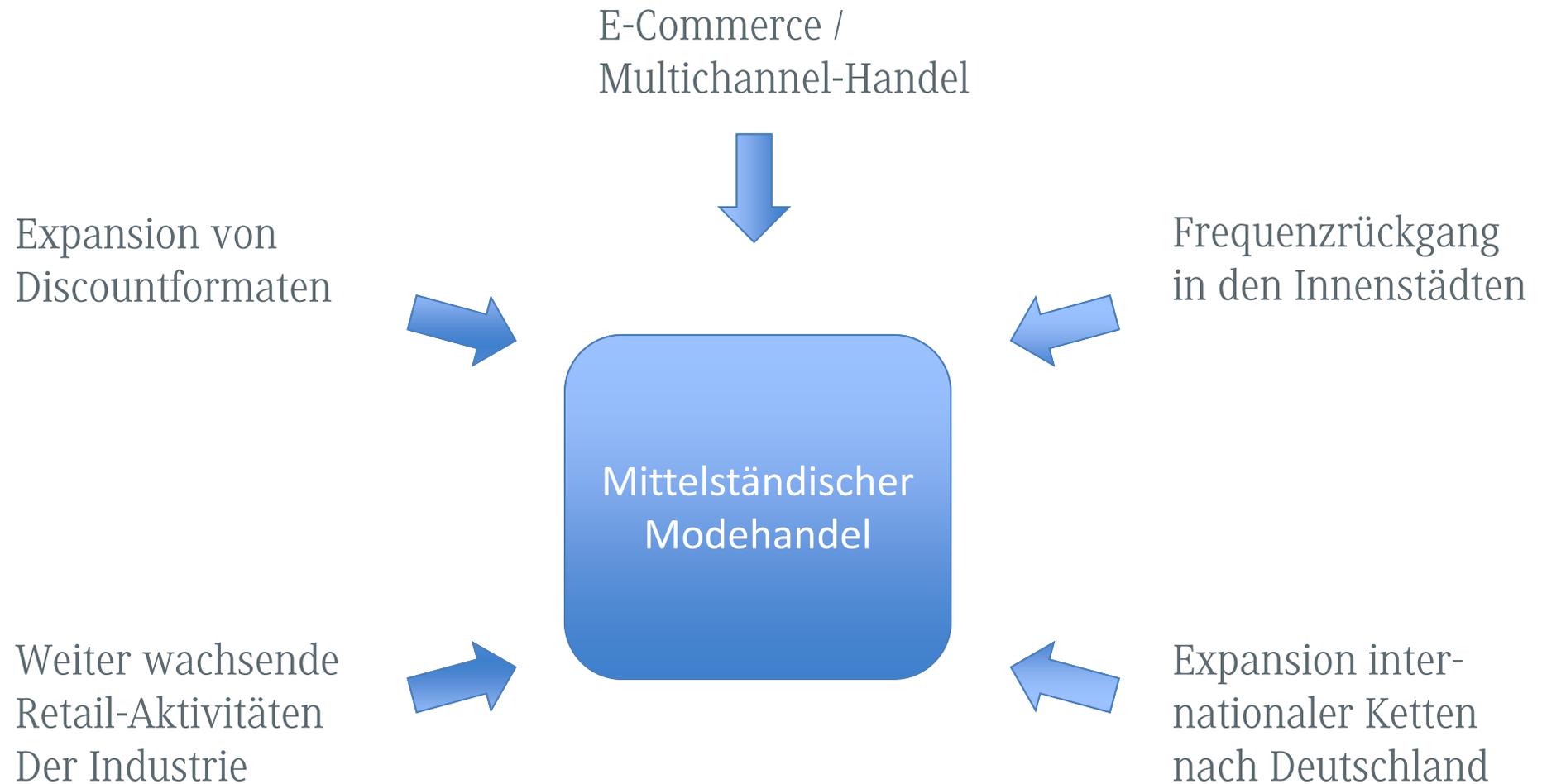


Duale Hochschule Baden-Württemberg
Heilbronn

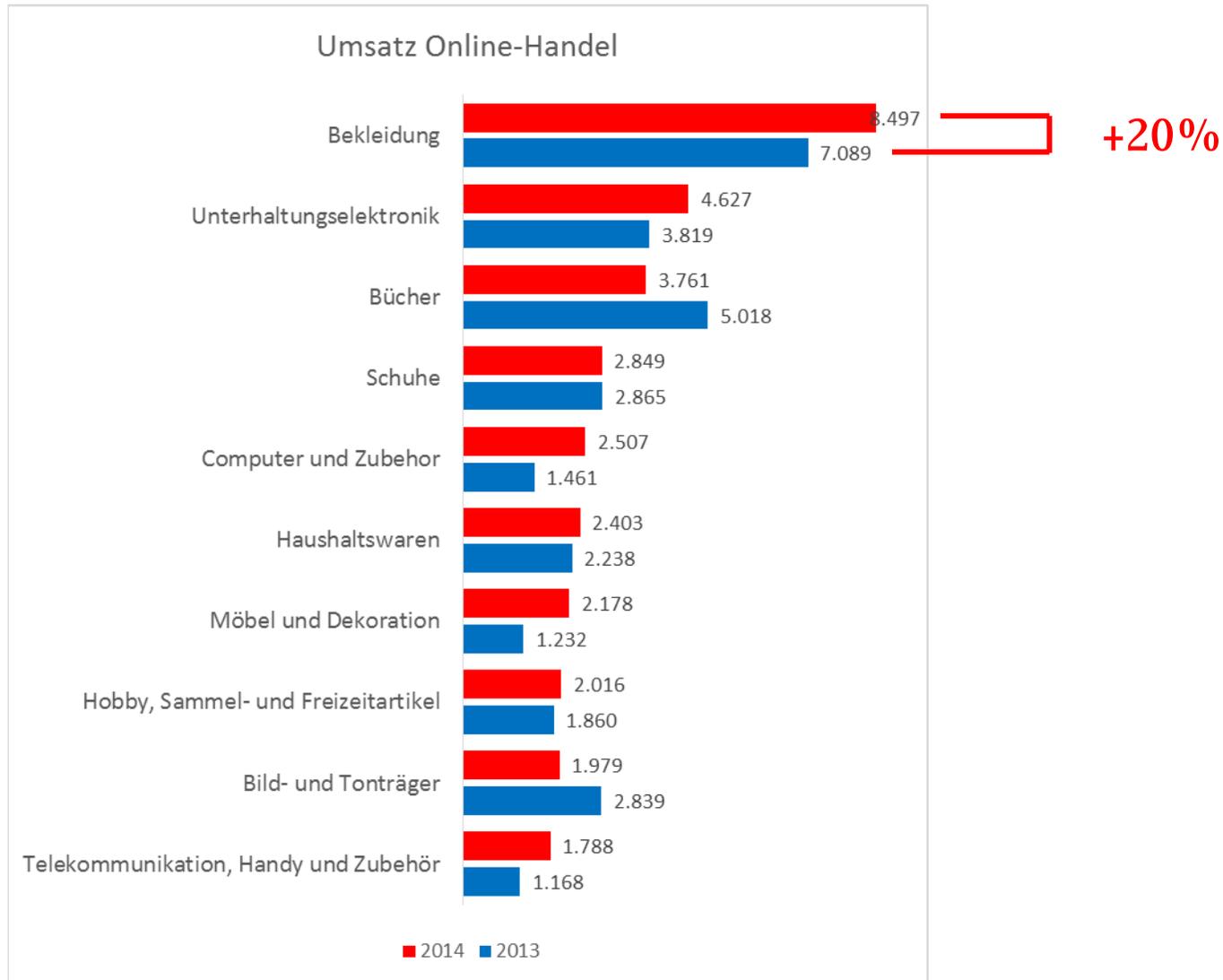
**Modehandel im Umbruch –
Chancen für den Mittelstand**

Prof. Dr. Oliver Janz
Heilbronn, 29. April 2015

Marktentwicklung



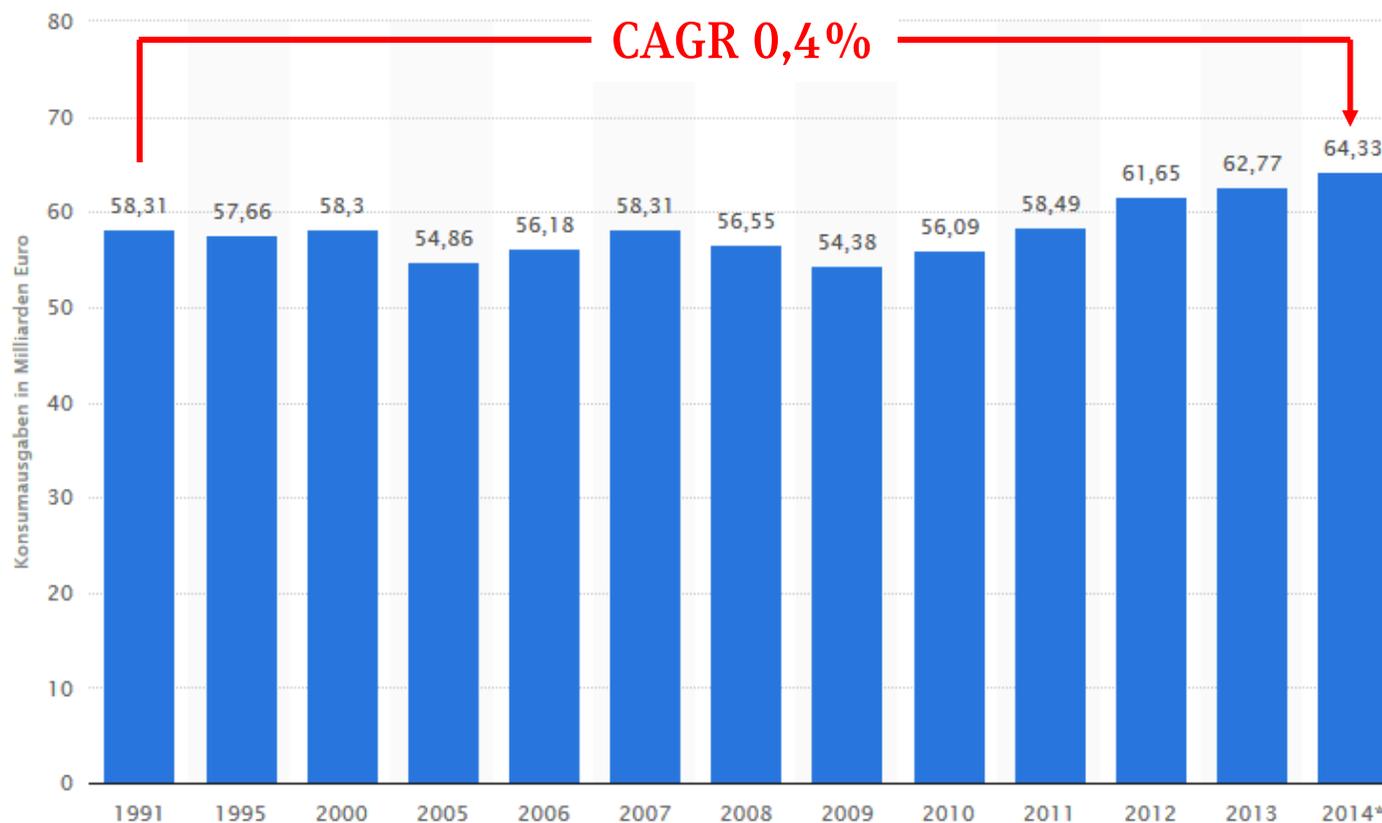
Noch immer starkes Wachstum im Online-Handel



Behv / Statista 2015

Konsumausgaben für Bekleidung stagnieren seit Jahrzehnten

Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland für Bekleidung in den Jahren 1991 bis 2014 (in Milliarden Euro)



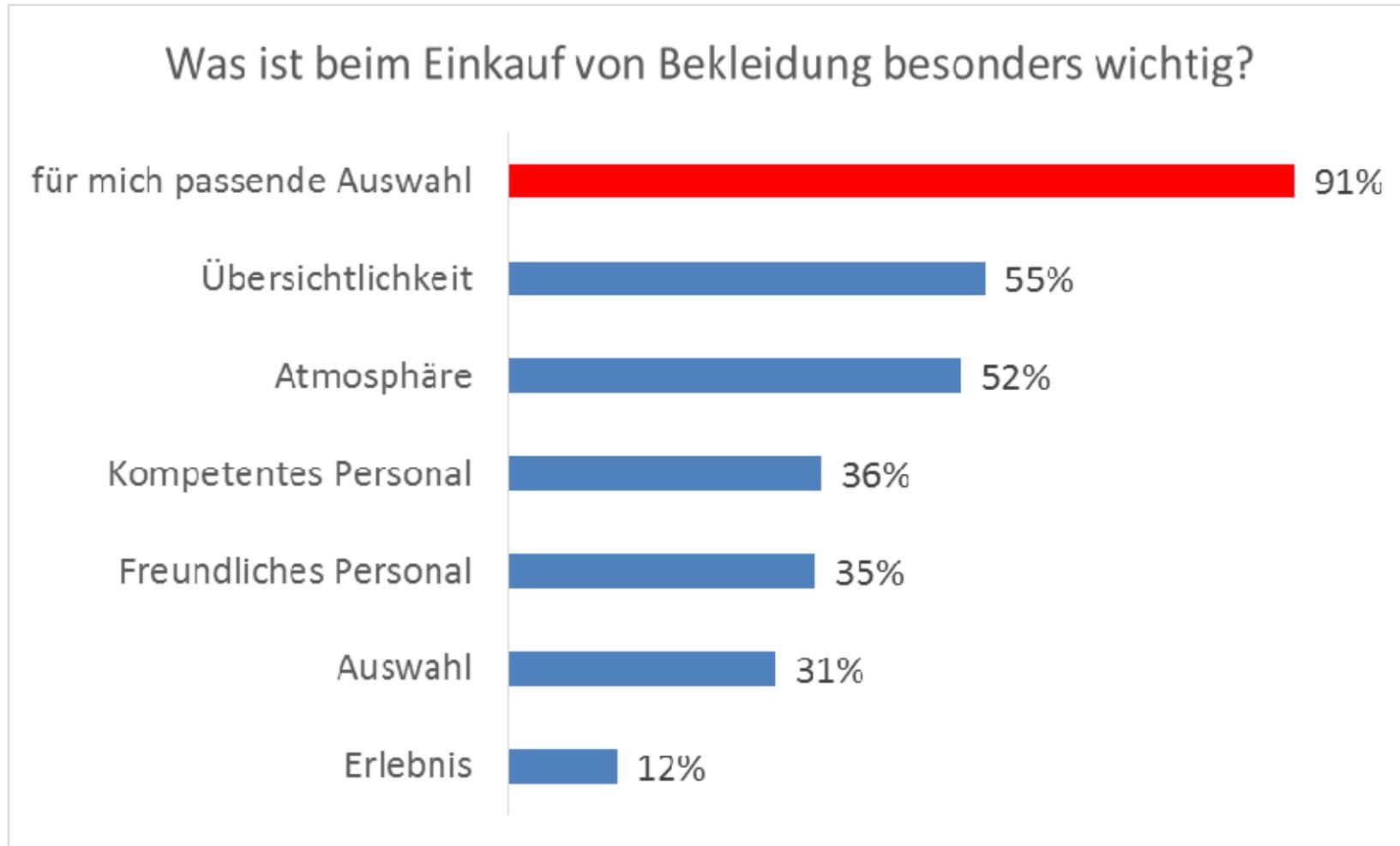
Weitere Informationen:
Deutschland; Angaben in jeweiligen Preisen; in Inland

Quelle:
Statistisches Bundesamt
© Statista 2015

Verändertes Konsumentenverhalten

- Konsumenten geben anteilig weniger für Bekleidung aus
- Höhere Preissensitivität
- Recherche im Netz vor dem Kauf
- Shopping als Freizeitbeschäftigung
- Gewöhnung an unendliche Auswahl zu jeder Zeit und überall

Noch wichtiger als eine große Auswahl ist eine auf die Zielgruppe zugeschnittene Auswahl!



Wettbewerbsvorteile des mittelständischen Modehandels

Präsenz vor Ort

Die Kunden noch besser kennenlernen

- Shopper Analytics
- CRM

Kenntnis regionaler Besonderheiten

Sortimente noch stärker am Kunden ausrichten

- BI-Tools zur Sortimentsplanung

Bedienung und Beratung

Die Kunden noch stärker binden

- Hohe Service-Standards
- Clienteling
- CRM

Persönlicher Kontakt

Schaffung von Einkaufserlebnissen

Wohlfühl- und Erlebnisatmosphäre schaffen

- Exzellentes VM
- Events

Trends im Online- und Multichannel-Handel

Präsenz vor Ort

— Eröffnung von Läden

Kenntnis regionaler Besonderheiten

— Location Based Services
— Geo-Targeting
— Web-Analytics

Bedienung und Beratung

— Curated Shopping

Persönlicher Kontakt

Schaffung von Einkaufserlebnissen

— Integration von Editorials,
Spielen, Videos, Interaktion

E-Commerce

E-Commerce, eine Chance für den Mittelstand?

Was kann man tun ohne gleich einen Onlineshop aufzubauen?

Image-Seite im Netz

Looks präsentieren

E-Mail-Marketing

Social Media

Groupon, Amazon Local etc.

SEO, SEM, Affiliate Marketing

bringt das was?

Das Sortiment muss ins Netz!

Chancen

- Gewinnung neuer Zielgruppen
- Rückgewinnung verlorener Kunden
- Im Bewusstsein der Kunden bleiben (evoked set)
- Begehrlichkeiten Wecken und in Umsatz transformieren
- Search Engine Optimization
- Erster Schritt in Richtung Online-Handel

Hürden

Aufbau von Know-how

Generierung von Traffic

Generierung erweiterter Stammdaten

- Fotos
- Produktbeschreibung
- Produktzusammensetzung
- Pflegehinweise
- Hinweise zu den Größen

Aufbau von Know-how und Generierung von Kostenvorteilen

... über Kooperationen und Nutzung von Dienstleistern

Beispiele



Generierung der erweiterten Stammdaten

Von anderen Branchen lernen und die Lieferanten in die Pflicht nehmen

Nutzung und Weiterentwicklung von Standards (z. B. ecl@ss und BME-Cat)

Einschalten von Verbänden und neutralen Organisationen

Beteiligung von Softwareanbietern

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!