

## **Modehaus Blumenthal, Bornheim**

### ***Konzept Blumenthal:***

Verkaufsfläche: 220 qm  
Sortiment: DOB  
Warenwirtschaft: Fee Software

Wenn überhaupt, dann hätte das Ehepaar Blumenthal, Geschäftsführer des 220 m<sup>2</sup> großen DOB-Hauses Mode Blumenthal, rückblickend nur eines anders machen wollen: „Wir hätten EDI schon eher einführen sollen!“ 2002 schlugen die Bornheimer Einzelhändler erfolgreich gleich mehrere neue Wege ein:

Am Anfang stand ein Umbau. Dabei wurde sowohl ladenbaulich modernisiert als auch das Sortiment – zum Beispiel mit den Marken Street One und Cecil – verjüngt. Wolfgang Blumenthal gibt zu, seine angestammten Kunden mit dem neuen Sortimentskonzept zunächst verprellt zu haben. Einige Damen seien regelrecht erbost über das neue Angebot gewesen. Doch: „Sie waren ja auch vorher nicht gerade konsumfreudig“. Inzwischen kämen einige sogar wieder. Zudem haben - wie erhofft - die Jüngeren das Geschäft entdeckt, so dass Maja und Wolfgang Blumenthal mit der Geschäftsentwicklung zufrieden sind.

Seit Juli 2002 setzen sie auf den elektronischen Geschäftsverkehr mit ihren Lieferanten. Im ersten Schritt wurde die Fee-Warenwirtschaft auf DOS-Basis durch die neue Windows-Lösung ersetzt, die auch eine Schnittstelle zum BTE Clearing-Center hat. Mode Blumenthal wurde Teilnehmer eines Dienstleistungssystems, über das gerade kleine und mittelständische Unternehmen kostengünstig und mit leicht zu handhabender Technik EDI betreiben können. „Der Datenaustausch klappt reibungslos, wir können es jedem nur empfehlen. Die Vorteile sind enorm und die Kosten niedrig. Im Januar haben wir netto nur 35,40 EUR für alle Übertragungen inklusive Grundgebühr bezahlt“.

Der EDI-Einstieg gelang den Blumenthals schnell: „Wir haben nur einen Tag Schulung durch Fee-Software benötigt. Dann schaffen es andere auch“, macht Maja Blumenthal ihren Einzelhandelskollegen Mut. Auch die Angestellten sind von den neuen Möglichkeiten überzeugt, wie eine Mitarbeiterin berichtet: „Wenn die Kartons

kommen, stehen sie nicht mehr lange herum“. Denn die Ware, die von EDI-Partnern geliefert wird, ist vorausgezeichnet. Bisher musste sie von der Verkaufs-Crew etikettiert werden. „Es gibt schönere Tätigkeiten“, freut sich Wolfgang Blumenthal. Dennoch gibt es Verbesserungspotenzial: „Mac beispielsweise scheint sich seiner Preise zu schämen. Sie sind innen am Hosenbund angebracht. Andere wiederum drucken ihre Preise so klein, dass man zum Lesen eine Lupe braucht.“

Was EDI angeht, sind die Eheleute mit Street One und Cecil besonders zufrieden: „Diese jüngeren Firmen gehen ganz selbstverständlich und unkompliziert mit dem elektronischen Geschäftsverkehr um. Es läuft hervorragend. Sie sind überhaupt näher am Markt und reagieren zügiger. Wegen der schnelleren Rhythmen haben wir auch kaum Altbestände mehr“. Maja und Wolfgang Blumenthal tauschen Daten mit Calida, Cecil, Falke, Frankenwälder, Mac, Olsen und Street One aus. Artikelstammdaten (PRICAT), Lieferscheine (DESADV) und Abverkaufsmeldungen (SLSRPT) nehmen den elektronischen Weg, bald werden es auch die Bestellbestätigungen (ORDERSP) sein, die sie von ihren Lieferanten erhalten und automatisch in ihr WWS-System einlesen.

Das BTE Clearing-Center hat zudem das Nachrichtenformat „Inventurbericht“ (INVRPT) eingerichtet, und auch der Rechnungsempfang (INVOIC) wird in Kürze möglich sein. „Es wäre toll, wenn die Rechnungen dann auch direkt an den Steuerberater gingen“, blickt der Geschäftsführer in die Zukunft. Doch auch bei den anderen Formaten gibt es bei einigen Lieferanten noch Arbeit: „Olsen verschickt die elektronischen Lieferscheine nur bei Vororderware, nicht bei Nachkäufen. Falke übermittelt die Artikelstammdaten aller Sortimentsbereiche, obwohl wir nur DOB-Kunden sind“.

Das Bornheimer Unternehmen gibt auch seine Abverkaufsdaten heraus. Eine Maßnahme, für die vielen Kollegen das Vertrauen fehlt: „Dabei erfahren die Lieferanten doch nur, zu welchen Preisen wir ihre Ware verkaufen. Und das können sie ruhig wissen. Wir halten Offenheit für wichtig.“ Leider kommen noch keine Rückmeldungen aus der Industrie. Die Begründung ist klar: „Sie haben noch so wenig Kunden, die ihre Zahlen mitteilen, dass der vorhandene Daten-Durchschnitt

nicht repräsentativ ist.“ Und doch sei bei Street One und Cecil zu merken, das die Abverkaufserfahrungen vom POS in die neuen Kollektionen einfließen.

Und welche weiteren Wünsche und Pläne hat Mode Blumenthal für die Zukunft? „Wir werden NOS-Artikel einrichten. Als weitere EDI-Partner wünschen wir uns Rabe, Tru und Zerres. Auch planen wir, EDI vom Backoffice-Platz zur Kasse zu verlagern. Dann genügen ein Knopfdruck und ein Arbeitsplatz für jeden Vorgang“, weiß Wolfgang Blumenthal. Ein entsprechendes Kassen-System mit BTE Clearing-Center-Schnittstelle hat Fee bereits entwickelt.

*Quelle: BTE marketing berater 03/2003, S. 36, sowie aktuelle Ergänzungen*