

Klittich Fashion House, Pforzheim

Konzept Klittich:

Verkaufsfläche:	Stammhaus 350 qm Filiale 200 qm
Sortiment:	DOB, HAKA, Wäsche
Warenwirtschaft:	FuturERS von Topfashion
Einkaufsverband:	Unitex

"Kontinuierliche Weiterentwicklung." So lautet das Erfolgsrezept des Modehauses Klittich, das sich bereits seit 70 Jahren im Markt behauptet. Im Pforzheimer Vorort Brötzingen betreiben die Inhaber ein 350 m² großes Stammhaus und eine 200 m² große Filiale. Beide Geschäfte wurden im Sommer 2003 modernisiert. Neueste Technologien kommen seitdem zum Einsatz.

Mit Hilfe eines Unternehmensberaters arbeitete man am Konzept und an einer neuen Ladengestaltung. Aus dem Modehaus Klittich wurde das „Klittich Fashion House“. Zum Sortiment gehören die Marken Gerry Weber, Taifun, Carlo Colucci, Samoon, Einhorn und L.O.X., das Label des Unitex-Einkaufsverbandes, dem das Unternehmen seit vielen Jahren angehört. Neu aufgenommen wurden Mexx bei den Herren und Esprit im DOB-Bereich. Die Filiale, die früher Wäschegalerie hieß, firmiert jetzt unter „Klittich Fashion & More“. Das Wäscheangebot wurde komprimiert und verjüngt, zudem umfasst es seit 2004 einen Schiesser- und einen S.Oliver-Shop.

Geschäftsführer Jörg Augenstein sah in den umfangreichen Umbaumaßnahmen und der neuen Flächenbewirtschaftung eine gute Gelegenheit, auch die EDV umzustellen. Von einer nicht-EDI-fähigen Warenwirtschaft wurde zu „FuturERS“ von Topfashion gewechselt. Die vorhandenen Artikeldaten und die Kundendatei wurden übernommen. Durch den Einsatz von Touchscreen-Flachbildschirmen sind moderne Kassensarbeitsplätze mit minimalem Platzbedarf entstanden. Bestandsaufnahmen und Retourenabwicklung werden mit einem mobilen Datenerfassungsgerät durchgeführt. Die EDI-Integration wurde über das BTE Clearing-Center hergestellt. „Ich bin sowohl mit Topfashion als auch dem BTE Clearing-Center sehr zufrieden. Alles funktioniert absolut unproblematisch. “Auftragsbestätigungen, Lieferscheine, Nachorders und Abverkaufsmeldungen werden inzwischen mit den Lieferanten

Esprit, S.Oliver, Mexx, Gerry Weber, Taifun, Samoon und Schiesser auf elektronischem Wege ausgetauscht. Jörg Augenstein ist begeistert von dem schnellen Ablauf und würde es begrüßen, wenn mehr Lieferanten die EDI-Voraussetzungen erfüllen würden. Spätestens innerhalb einer Stunde stehe eingehende Ware verkaufsfertig zur Verfügung. Durch die Lieferanten-Auszeichnung entfallen Kosten für die Etikettierung. Nachbestellungen erfolgen reibungslos und ohne anfallende Personalkosten. Die Mitarbeiterinnen im Verkauf stehen den Kunden zur Verfügung und sind nicht mit Nebentätigkeiten beschäftigt. Last but not least ermöglichen es die schnellen und umfangreichen Informationen aus seinem neuen Warenwirtschaftssystem dem Geschäftsführer, auf Trends schnell zu reagieren und richtungsweisende Maßnahmen zu ergreifen.

Quelle: BTE marketing berater 03/2004, S. 32, sowie aktuelle Ergänzungen