

FASHION CLOUD

We believe in the future of
the wholesale community!

- Presseinformation, Stand
06-2018

Das Unternehmen	1
Wer wir sind?	2
Wer steckt hinter dem Unternehmen?	2
Wer gehört zu FASHION CLOUD?	2
Die Content Plattform	3
Was kann die Content Plattform?	3
Was gibt es Neues?	3
Das Endlosregal	4
Was kann das Endlosregal?	4
Was gibt es Neues?	4
Die Clara App	4
Was kann die Clara App?	4
Was gibt es Neues?	5
Die Order-Plattform	5
Nächste Schritte	6
Das Endlosregal und der Aspekt Mensch	6
Eine höhere Datenqualität mit dem Digitalisierungsspass	6

Wir freuen uns auf Ihre Nachricht!
Ihr Kontakt:

Inessa Werland, Marketing Manager
press@fashion.cloud

Das Unternehmen

„We believe in the future of the wholesale community.“ - Essentiell für die Zukunft der Wholesale Community ist die unkomplizierte Zusammenarbeit und die gegenseitige Unterstützung aller Akteure. Daran arbeitet FASHION CLOUD mit seinen Produkten Tag für Tag.

FASHION CLOUD ist Europas führende Plattform, auf der sich Fashion Brands und Händler vernetzen, Content austauschen und Handel betreiben.

Wer wir sind?

FASHION CLOUD ist ein Hamburger Unternehmen, welches 2015 gegründet wurde. Wir sind stolz darauf, dass sich FASHION CLOUD innerhalb der letzten drei Jahre als **Europas führende B2B Plattform** der Modebranche etabliert hat.

Gestartet mit der Content Plattform zum Austausch von Marketingmaterialien sowie Produktbildern -und daten, folgte 2017 das Endlosregal und die Clara App, zur direkten Nachbestellung in Out of Stock-Situationen.

Mit unseren Produkten wollen wir die **Prozesse zwischen Industrie und Handel effizienter** gestalten und stellen dabei immer den Plattformgedanken, also die Lieferanten- sowie händlerübergreifende Vernetzung in den Vordergrund.

Wer steckt hinter dem Unternehmen?

Gegründet wurde das Unternehmen von René Schnellen, Martin Brücher und Florian Klemt. Mittlerweile besteht das Team aus **35 Mitarbeitern aus 11 verschiedenen Nationen**, die miteinander daran arbeiten die Vision von FASHION CLOUD voranzutreiben. Auch in 2018 stehen die Zeichen auf Wachstum, das Ziel ist eine **Verdoppelung der Teamgröße**. Unternehmensstandort ist Hamburg.

Wer gehört zu FASHION CLOUD?

Bereits über 3.500 Händler verteilt auf ca. 10.000 Point of Sales aus 50 Nationen und über 300 Brands sind Teil unserer Plattform:

- Brands aus allen Segmenten sind Teil von FASHION CLOUD Netzwerks z.B. Marc O’Polo, s. Oliver, Brax, die Betty Barclay Gruppe, Mey, Marc Cain, Tommy Hilfiger.
- Vor allem große lokale Händler, wie Reischmann, Leffers Oldenburg, Ramelow, Henschel, CJ Schmidt, engelhorn uvm. sind auf der Plattform zu finden. Mittlerweile nutzen jedoch auch Boutiquen, Department Stores und Pure E-commerce Händler unsere Plattform.

Die Content Plattform

*Teilen von Marketingmaterial,
Produktbildern und -daten*

Was kann die Content Plattform?

Über die Content Plattform laden Brands Kampagnen-Materialien, Produktbilder und -beschreibungen hoch. Händler können auf diesen Content einfach online zugreifen oder die Produktbilder und -attribute in **ihrem Webshop, im digitalen Schaufenster oder in ihrer Warenwirtschaft** integrieren. Letzteres ist dank unserer Schnittstelle zu vielen namhaften Herstellern, u.a. pro handel, Hiltel und Höltl möglich.

- **Vielfältiger Content:** Händler erhalten über eine zentrale Plattform Zugang zu Logos, Kampagnen-Material und Produktdaten ihrer Lieferanten.
- **Optimierte Prozesse:** Brands verbessern ihre Markenführung und verringern den administrativen Aufwand der Content-Distribution. Händler sparen Zeit und Geld indem sie eine lieferantenübergreifende Plattform verwenden.
- **Einfache Integration:** Produktdaten (Bilder und Beschreibungen) können automatisch in Warenwirtschaften, digitalen Schaufenster oder Webshops integriert werden.

Was gibt es Neues?

Zur Content Plattform gehören (Stand Mai 2018) 280 Brands, die ihren Content mit mehr als 3.500 Händler teilen. Händler wie Reischmann, Leffers und Ramelow, sowie Brands wie Falke, die Betty Barclay Gruppe und s. Oliver sind bereits Teil der Content Plattform.

Im letzten Jahr wurden neue **Partnerschaften** zur API-Integration in Webshops, Warenwirtschaften oder digitale Schaufenster etabliert. Darunter fällt auch die Kooperation mit Katag **myVeo-Web:** FASHION CLOUD stellt sämtliche Produktdaten bereit, die in den digitalen Schaufenstern der Händler angezeigt werden.

Zunehmend interessant wird auch der **Schuh-Sektor**. So duften wir mit der Ara- und Wortmann Gruppe die ersten Partner in diesem Segment auf der Plattform begrüßen.

Das Endlosregal

Lieferverfügbarkeiten der Brands in Echtzeit und direkte Nachbestellung

Was kann das Endlosregal?

Brands übertragen ihre Lieferverfügbarkeiten in nahezu Echtzeit an das Endlosregal von FASHION CLOUD. Fehlt ein Artikel, kann der Verkaufsmitarbeiter einfach nach dem fehlenden Artikel suchen, erfährt die Lieferverfügbarkeit und kann dann den Artikel direkt nachbestellen.

- **Einfacher Zugang:** Das Endlosregal kann entweder über die Clara App oder über Warenwirtschaften angewendet werden.
- **Zufriedene Kunden:** Die Nachbestellung fehlender Artikel schafft nicht nur ein einmaliges Einkaufserlebnis, sondern auch ein positives Markenerlebnis.
- **Zusätzliche Umsätze:** Beide Parteien steigern ihren Umsatz durch direkte Nachbestellung und zusätzliche Verkäufe.

Was gibt es Neues?

Die digitale Regalverlängerung, bei uns Endlosregal genannt, ist **das** Thema des Jahres. Auch wir sehen das Endlosregal als Chance für den stationären Handel, eine „**Waffengleichheit**“ mit dem E-Commerce im Punkte Verfügbarkeit herzustellen. Deshalb hat unser Team 2017 hart daran gearbeitet, eine Branchenlösung auf die Beine zu stellen, die den Anforderungen unserer Händler und Brands gerecht wird.

Nachdem Mitte 2017 mit ausgewählten Händler eine Testphase gestartet wurde, ist das Endlosregal **seit September 2017** für die breite Masse zugänglich. So nutzen beispielsweise Brax, Marc O'Polo, Mey, GANT und Falke unser Endlosregal. In den kommenden Wochen und Monaten werden etwa 30 weitere Lieferanten (u.A. Marc Cain, Lloyd, Gerry Weber, monari, Betty Barclay) angeschlossen.

Auf Seiten der Händler erfahren wir ebenfalls großes Interesse - vor allem für unsere eigene Lösung zur Nutzung des Endlosregals: der Clara App.

Die Clara App

Die Endlosregal App für die direkte Nachbestellung auf der Verkaufsfläche

Was kann die Clara App?

Mit der lieferantenübergreifenden App wird das Endlosregal für Verkaufsmitarbeiter einfach zugänglich. So können diese fehlende Artikel mit nur wenigen Klicks nachbestellt werden.

- **Direkte Nachbestellung:** Verkaufsmitarbeiter lösen über Tablets oder Smartphones direkt die Bestellung aus.
- **Intuitive Bedienung:** Mit nur wenigen Klicks kann die Bestellung über eine einfach verständliche Benutzeroberfläche ausgelöst werden.
- **Kostenfrei für den Handel:** Der Download und die Nutzung der App sind für den Handel kostenfrei.

Was gibt es Neues?

Mit der Clara App erhalten Händler eine einfache und intuitive Anwendungsoberfläche des Endlosregals, welche überdies kostenfrei eingesetzt werden kann. Die Anmeldung geht schnell und erfolgt über unsere Online Plattform.

Mehr als 125 Händler (Stand Mai 2018) wie Ramelow, L&T sowie Reischmann nutzen bereits die Clara App, über die Verkaufsmitarbeiter Lieferverfügbarkeiten erfahren und fehlende Artikel nachbestellen können. Tendenz stark steigend. Unsere **Partnerschaft mit der unitex**, die ihren Mitgliedern die Clara App empfiehlt und Schulungen hierzu anbietet, unterstützt das weitere Händler-Wachstum.

Selbstverständlich fördert FASHION CLOUD die teilnehmenden Händler. Fast wöchentlich ist unser Customer Success-Team bei Händlern vor Ort, richtet initiale Schulungen aus und sammelt Feedback zur App. Auf diesem Feedback aufbauend entwickeln wir die App ständig weiter: War es z.B. anfangs nur möglich einzelne Artikel zu bestellen, können nun mehrere Artikel mit einer Bestellung geordert werden. Vor allem für den Wäsche-Bereich ist dies interessant.

Die Order-Plattform

COMING SOON: Die Plattform für die Lieferantenübergreifende Order

Wir gehen noch einen Schritt weiter im Bereich Order: Nach dem Endlosregal, welches primär auf Out of Stock-Situationen und einen konkreten Kundenwunsch ausgerichtet ist, werden wir die klassische Nach-Order und perspektivisch auch die Vor-Order auf unserer Webplattform abbilden.

Deshalb entwickelt unser Team eine weitere Order-Lösung, über die Händler größere Artikelmenen online und lieferantenübergreifend nachbestellen können. Wir sind der festen Überzeugung, dass die Wholesale Community im Wettbewerb mit vertikalen Konzepten wie H&M oder Zara nur bestehen kann, wenn Orders über deutlich effizientere, digitale Plattformen abgewickelt werden.

Die erste Test-Phase mit ausgewählten Partnern beginnt bereits im Mai 2018. Voraussichtlich verfügbar wird die Lösung ab Herbst 2018 sein.

Nächste Schritte

Neben der Internationalisierung, der Durchdringung weiterer Bereiche (wie z.B. der Schuhbranche) sowie der Entwicklung der Order-Plattform, sehen wir vor allem zwei Herausforderungen:

- 1) Das Zusammenspiel von Mensch und Technik, vor allem im Order-Prozess*
- 2) Die Qualität der Daten, welche unseren Lösungen zugrunde liegen*

Das Endlosregal und der Aspekt Mensch

Auf Seiten der Verkaufsmitarbeiter gibt es große Befürworter zur Implementierung des Endlosregals. In einer großangelegten Studie, die wir gemeinsam mit der DHBW Heilbronn, der TW und dem BTE durchgeführt haben, ergab sich beispielsweise, dass 88% der Verkäufer die Regalverlängerung als wichtig für die Zukunft des Modehandels ansehen.

Allerdings liegt es immer noch in der Verantwortung des Managements, die Mitarbeiter an das Endlosregal heranzuführen, diese in der Anwendung zu schulen und für die Vorteile zu sensibilisieren. Mit der einmaligen Präsentation einer technischen Lösung ist es erfahrungsgemäß nicht getan.

Wir bei FASHION CLOUD versuchen täglich, die Händler hierbei zu unterstützen indem wir Schulungsangebote aufbauen und mit Rat und Tat zur Seite stehen.

Eine höhere Datenqualität mit dem Digitalisierungspass

Die Content Plattform wird tagtäglich mit neuen Marketingmaterialien und Produktdaten befüllt. Wir beobachten allerdings, dass die Produktdatenqualität einiger Brands noch ausbaufähig ist.

Die Anforderungen des Handels steigen sukzessive an, da immer mehr Händler auch E-Commerce Lösungen betreiben und hierfür hochwertigen Content benötigen.

Wir möchten deshalb sicherstellen, dass alle Daten einen Standard aufweisen. Gemeinsam mit dem BTE und GermanFashion bietet FASHION CLOUD mit dem **Digitalisierungspass** ein Instrument, mit dem die digitale Kooperationsfähigkeit einer Brand transparent dargestellt wird. So bewerten wir hierin beispielsweise den Zeitpunkt der Daten-Uploads, welche Daten genau bereitgestellt werden und wie diese aufbereitet sind.

In der Branche findet der halbjährlich veröffentlichte Pass hohe Beachtung und hat sich als bewährtes Mittel erwiesen, die Datenqualität unserer Partner besser einzuschätzen und kontinuierlich zu verbessern.

In Zukunft wird ebenfalls die Lieferanten-Performance im Bereich Endlosregal im Digitalisierungspass abgebildet.