



# SCHIESSER

## Case Study

### Challenge

Gesucht war eine Lösung für eine schnelle und effiziente Erfassung von Aufträgen. Ein etabliertes Tool, das schnell und sicher weltweit aktuelle Informationen für die mobile Auftragserfassung bereit stellt. Eine optisch hochwertige Darstellung mit einer optimalen Bestellbündelung. Eingebunden in eine Plattform, die transparent, übersichtlich und selbsterklärend ist.

### Lösung

Der Außendienst kommt bei der Auftragserfassung schnell und einfach ans Ziel: MobiMedia bietet eine visuell hochwertige Unterstützung der täglichen Arbeit weltweit. Umfangreiche Informationen zu Artikeln, Kunden, Orders, Lieferterminen etc. sind einfach auf Knopfdruck verfügbar. Eingebunden in ein selbsterklärendes userfreundliches Tool, dessen Einlernzeiten denkbar schnell sind.

### Flexibilität in Zeiten des Umbruchs

Corona als Chance für die weitere Digitalisierung. Die Corona - Pandemie stellt viele Hersteller und Händler vor neue Herausforderungen mit vielen Unwägbarkeiten. Alle Prozesse in der Kette sind involviert - auch die Vororderplanung. Kommen Einkäufer überhaupt noch in den Showroom? Wie wird sich das Verbraucherverhalten entwickeln? Wie entwickelt sich die Vororderquote und die Nachfrage auf längere Sicht?

Umsteuern ist angesagt. Viele Veranstaltungen werden in die digitale Welt verlagert. Auch die Ansprache ist emotionaler als sonst. In den Monaten, in denen das Business weitestgehend zum Stillstand kam, nutzten viele Unternehmen die Zeit, ihr Geschäftsmodell hinsichtlich der neuen Situation zu hinterfragen und sich Themen intensiv zu widmen. So wurde Corona für viele zum Treiber der Digitalisierung.

Die neuen virtuellen Vertriebsprozesse, digitale Treffen und Schulungen funktionieren besser als gedacht. Eindeutiger Tenor bei allen, mit denen wir sprachen:

- Stärke und Präsenz zeigen
- Sortimente genau prüfen
- die Kunden an das Digitale heranzuführen und fokussierte Kollektionen. Vermutlich befeuert durch das Homeoffice: Casual bekommt den Vortritt - der Schwerpunkt liegt auf Komfort, entspannten Silhouetten und von Lounge- und Freizeit inspirierten Styles. Das bestätigen viele unserer Kunden.

Wir sprachen mit Engelbert Fleischmann, Vice President IT & Digitalization der SCHIESSER AG aus Radolfzell über Corona als Treiber der Digitalisierung und wie Tools von MobiMedia dabei unterstützen.



# SCHIESSER

## Case Study



Webinare mit Online-Modenschauen auf einer virtuellen Plattform und Videokonferenzen mit individuellen Kundengesprächen - so konnte der neue Technologieansatz der innovativen Plattform in den letzten Wochen ihren praktischen Nutzen unter Beweis stellen. Hinzu kommen Kostenvorteile und schnellere Prozesse.

### Wie schätzen Sie Ihren Projektverlauf mit MobiMedia ein?

“Im Zusammenhang mit den Einschränkungen für Geschäftsreisen bzw. Kundenbesuche haben wir nach einer Lösung gesucht, wie wir unsere Handelspartner adäquat erreichen können. Zudem sind gedruckte Kataloge nicht nachhaltig.



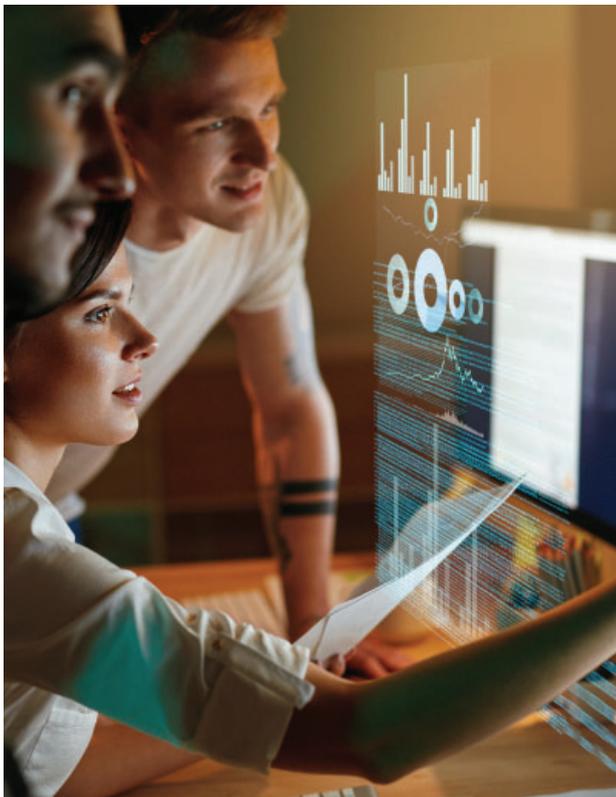
Es erfordert natürlich Zeit die Systemlandschaft so zu gestalten, dass alle Tools miteinander harmonieren und den Nutzern auch einen echten Mehrwert bieten – was dann wiederum sehr hilfreich ist, um sie von der Notwendigkeit des digitalen Wandels zu überzeugen. Wie lange haben Versender gebraucht, um ihre Printkataloge abzuschaffen? Nach anfänglichem Aufschrei hat sich alles bestens eingespielt. Kataloge in der Zusammenarbeit mit Handelspartnern bedeuten ja auch, gedruckte Vertriebsunterlagen für die neue Kollektion zur Verfügung zu stellen.

Überlegungen hinsichtlich Digitalisierung der Printkataloge haben wir bereits vor 2020 angestellt. Die Pandemie hat uns die finale Entscheidung in Bezug auf die Dringlichkeit des Projektes quasi abgenommen.

Außerdem wussten wir auch nicht, wann wieder “normale” Bedingungen herrschen würden. Der Corona-Lockdown war ja nicht begrenzt. Das waren weitere Treiber Anfang des vergangenen Jahres.



Dann mussten die Voraussetzungen für die Umsetzung wie Systemeinkauf etc. geschaffen werden. Zum gleichen Zeitpunkt kam auch von den verschiedenen Herstellern das Signal, dass sie die Digitalisierung weiter vorantreiben - auch von MobiMedia, dass sie Quintet auf ein Portal bringen mit Quintet24 und die Workbooks anbieten und erweitern.”



1

## Was hat Sie in Ihrer Entscheidung bestärkt?

“Mit MobiMedia nutzen wir ja schon vieles - u.a. die Vororder- und die Nachordererfassung. Ein optimaler Grundstock. Zudem waren damit auch die erforderlichen Schnittstellen schon parat.

Zu diesem Zeitpunkt war das Tool noch ganz „frisch“ - und wir standen mit unserer diesbezüglichen Digitalisierungsstrategie noch am Anfang. Was natürlich in den ersten vier bis fünf Wochen erst einmal Koordination und Überzeugung gefordert hat, dass das eine integrierte Umgebung werden wird.

Bei der ersten digitalen Verkaufsrunde für unsere eigenen Leute haben wir Neuland betreten. Bis dahin sind die Vertriebsmitarbeiter im Außendienst zweimal im Jahr in die Zentrale von Schiesser nach Radolfzell zu den mehrtägigen Kollektionsübergabetagungen gereist. Mit der Pandemie war das nicht mehr möglich und natürlich auch nicht sinnvoll. Neben den faktischen Informationen zu den neuen Produkten, Vertriebsstrategie etc. gab es auch einen weiteren Punkt zu berücksichtigen: das zur Einstimmung der neuen Verkaufsrunde wichtige emotionale Erlebnis hinsichtlich Kollektion und Marke zu transportieren.

Auf Quintet24 haben wir einen Katalog aufgebaut und diesen in Echtzeit präsentiert und für unsere angemeldeten User gestreamt. Selbstverständlich auch in verschiedenen Sprachen. Das kam bei allen sehr gut an.”

## Wie war das Feedback vom Vertrieb beim Einsatz der neuen Tools?

“Anpassungen im Sinne von Optimierungen stehen natürlich immer weiter an. Momentan allerdings ist die größte Herausforderung, die Kunden zu überzeugen digital einzukaufen.

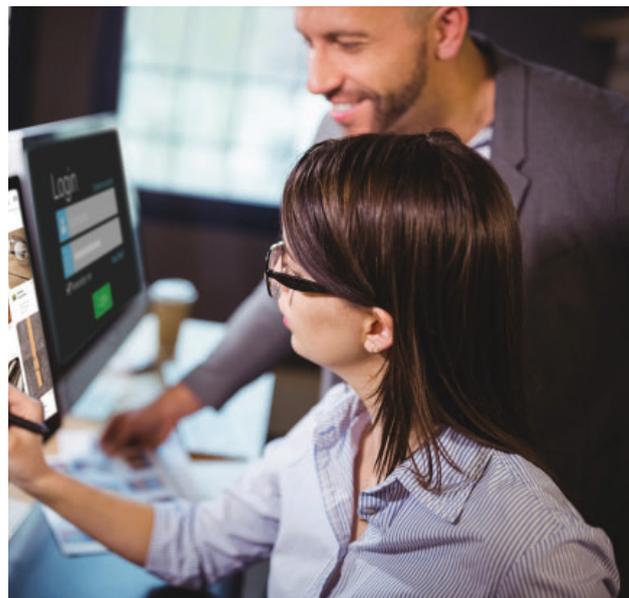
Parallel dazu reduzieren wir die Musterkollektionen. Damit können Kosten und Ressourcen eingespart werden.

Insgesamt wird noch ein wenig Gewöhnungszeit notwendig sein, was völlig normal bei derartig umfangreichen Projekten ist.

Unabhängig von der Pandemie, werden wir bei Schiesser diesen Weg auch in der Zukunft weiter so beschreiten.

Viele Einkäufer unserer Handelspartner sind ohnehin sehr digital affin.”

2



3

## Wie ist das Feedback des Handels auf das digitale Angebot?

“Es ist eine Frage des Vertrauens. Eine gute Marke, die für Qualität und Zuverlässigkeit steht, kann ich blind online kaufen. Das bestätigt sich einmal mehr in unserem Fall: unsere Ziele im Verkauf der letzten Monate haben wir erreicht. Corona hat letztendlich dazu geführt, dass die Händler auch dieses Mindset bekommen. Ohne Corona hätte das viel länger gedauert. Das Vertrauen in unsere Marke ist ein Bonus. Bei Produktneuheiten wird es natürlich auch immer wieder Muster zum Anfassen geben müssen. Das gleiche gilt für Neuheiten - mit neuen Formen, Schnitten, Materialien wird das nicht ausschließlich digital möglich sein. Hier wird es einen Mittelweg geben, um bei neuen Serien auch die Stoffqualitäten usw. vermitteln zu können.”



## Wie geht es weiter? Was sind die nächsten Meilensteine mit MobiMedia?

“Die Quintet24 Workbooks, existieren ja auch in Quintet.

Wir gehen jetzt dazu über, dass wir in Quintet24 unsere Shows präsentieren und der Außendienst dann parallel in Quintet den Auftrag für den Kunden schreibt. Wir justieren an unseren Vertriebsprozessen, um optimale Ergebnisse für alle zu ermöglichen.

Bei der Digitalisierung im Bekleidungssektor gibt es sehr große Unterschiede. Wie gesagt, haben wir bereits viel digitalisiert und integriert - auch schon vor Corona.

Das was wir machen, machen wir real.”



4



5

## Was heißt das genau?

“Wir arbeiten mit dem Team von MobiMedia sehr gut zusammen, vor allem auch in der Geschwindigkeit, in der wir das Projekt umgesetzt haben. Wir haben großes Vertrauen, aber wir fordern auch. Es muss alles zusammenspielen, man braucht eine vernünftige Struktur, in der wirklich alle digitalen Prozesse integriert ablaufen. Digitalisierung muss einen echten Mehrwert haben.

Was wir jetzt mehr und mehr machen - das spricht auch für Quintet selbst - unser Retail-Team steuert unsere Aufträge gleich in Quintet ein. Diese Art der Auftragseingabe ist schneller und benötigt weniger Ressourcen, als die Dateneingabe ins ERP. Und unsere Key Accounts nutzen Quintet ebenso für kundenbezogene Prognosen.

Wir sind hier noch lange nicht am Ende - und wir haben noch weitere Ideen, die wir mit MobiMedia umsetzen werden. Ich sage nur: intelligente Kundenprognosen neben der normalen Forecast-Planung. Wir wollen dem Außendienst ein richtig cleveres Tool an die Hand geben.

Für 2022 steht mit dem MobiMedia Team noch einiges auf der Agenda.”

## SCHIESSER AG

Die Firma wurde 1875 vom damals 27-jährigen Schweizer Fabrikanten Jacques Schiesser in Radolfzell gegründet.

Seit 2012 gehört Schiesser zum weltweit agierenden Wäsche- und Strumpfkonzern Delta Galil Industries mit Sitz in Tel Aviv.

Dieser erwirtschaftete zuletzt einen Umsatz von 1,5 Milliarden Dollar (1,33 Milliarden Euro).

Die Schiesser Gruppe beschäftigt weltweit rund 2000 Mitarbeiter, davon rund 450 in der Zentrale in Radolfzell.

Insgesamt hat Schiesser 4000 Artikel jährlich in den Kollektionen im Angebot. Dazu zählen neben Tag- und Nachtwäsche für Damen, Herren und Kinder auch Bademode, Sportwäsche, Bettwäsche, Frottierwaren und Socken.

