



Bei den zu Ende gegangenen Retail Innovation Days der Dualen Hochschule Baden-Württemberg in Heilbronn gewann das startup fashion.cloud den Innovationspreis - meiner Ansicht nach auch vollkommen zu Recht. Nicht, dass die anderen Startups nicht auch gute Konzepte vorgelegt hätten, die fashion.cloud erleichtert jedoch das Leben der Fashionhändler erheblich.

Content ist Online Key

Allen Beteiligten in der Modebranche ist bewusst, wie wichtig Content für den Einzelhändler im Prozess der Digitalisierung ist:

Um von Digitalisierung, E-Commerce und Omnichannel zu profitieren, braucht man qualitativ hochwertiges, optisch ansprechendes Bildmaterial und genaue Produktinformationen. Dieses bedeutet großen Aufwand für den Einzelhändler, ganz abgesehen von dem weiteren Aufwand, den es bedarf einen eigenen Onlineshop aufzubauen

und zu betreiben. Und dieser ganze Aufwand, ohne im Vorhinein sicher zu sein, ob sich die Investition jemals rentieren wird - und das neben dem normalen Tagesgeschäft.

Fashion muss online gute Darstellung haben

Kleidung ist ein hoch emotionales Produkt, das online umso besser verkauft wird, je besser die Kleidung fotografiert und bereitgestellt wird. Selbst wenn man als kleiner Händler noch so digital-affin ist und hochkreative Blogs betreibt, stellen wirklich gute Fotografien Fashion Einzelhändler vor sehr große Herausforderungen. Das ist einer der Hauptgründe, warum Zalando fast alle Kleidungsstücke selbst fotografiert und beschreibt. Und wenn man bei Amazon oder auch bei ebay nach Kleidung stöbert, so vermisst man schöne hochwertige Fotos. Ehrlich gesagt bezweifle ich, ob die Art der Darstellung der Kleidung bei Amazon den Markenherstellern wirklich gefällt.

Was also tun?

Man gehe auf die fashion.cloud und klicke durch die Markenprofile, Produktdaten und Marketingbilder der gewünschten Hersteller-Brands. Die Suchfilter erleichtern die Suche nach bestimmten Bildern. Alle Details zum Bild sind am selben Ort. Content für eine Kampagne gibt es gleich mit dazu.

Eine gemeinsame Plattform für Fashion Bildmaterial

Einfach eine Plattform für Hersteller und Händler zum Austausch von Bilddaten nur für Fashion anzubieten, ist ziemlich genial!

Wir kennen das bereits von GS1, diese bietet mit OneWorldsync eine Plattform zum Austausch für Produktinformationen für Konsumgüterhersteller und Händler. Wobei Bilder von Konsumgütern nicht ansatzweise so anspruchsvoll sein müssen wie bei Kleidung. Die Modeindustrie ist deutlich schnelllebiger als die Konsumgüterindustrie, ausserdem interessieren mich Fotos vom neuesten Frosch Waschmittel nur bedingt im Onlineshop: Nämlich nur um schnell mal zu wissen, ob ich das richtige Produkt ausgewählt habe. In meinen Lieblingsshops für Mode erwarte ich gute Fotos, am besten aus allen Richtungen, damit ich sehe wie das Kleid fällt. Eine hervorragende Auflösung hilft mir eruieren, ob das Material gefällt; alles Informationen darüber, wodurch ich letztlich zum Kauf bewegt werde.

Nicht nur für Händler gut!

Auch den Herstellern dürfte das gefallen, wenn die Teile ganz im Stil der jeweils aktuellen Kampagne den Weg in die Onlineshops ihrer Wholesale Händler findet. Und richtig spannend wird es für die Hersteller, mit dem sogenannten „erweiterten Regal“, denn mittels APIs kann man das Warenwirtschaftssystem des Händlers an den Hersteller anbinden. Dieses ermöglicht den Fachhändlern, bei Herstellern auf die Lagerbestände online zuzugreifen. Der Verkäufer im Geschäft kann direkt nachbestellen und seine Ladenbestände mit dem Hersteller teilen. Mit der fashion.cloud besteht daher sowohl für Wholesale Hersteller als auch Händler die Möglichkeit, On- und Offline stärker zu wachsen und so das gegenseitige Vertrauen zu stärken.



Unsere Gastautorin: Daniela Schneider

[Hier geht es zu ihrem LinkedIn Profil](#)