

Christoph Berger (links) nimmt die Auszeichnung seines Unternehmens als 'Innovationsprojekt Klimaschutz' entgegen.



Fakten statt Bauchgefühl

Christoph Berger von Ebbers Modeerlebnis setzt auf innovative Lösungen, KI und wissenschaftliche Erkenntnisse

■ In Warendorf stehen Ampeln, die noch nie Rot gezeigt haben. Ihr permanentes Grünlicht signalisiert den Kunden, dass sie unbesorgt die Stores von Ebbers Modeerlebnis (Haupthaus, Kindermode, Young Fashion) betreten können. 'GoVivet' heißt die Ampel, die Christoph Berger, Inhaber des Modehauses Ebbers, zu Beginn der Corona-Krise in kürzester Zeit mit Partnern serienreif entwickelt hat. Inzwischen reguliert sie deutschlandweit vor vielen Geschäften und Behörden den Zutritt.

Berger leitet das Warendorfer Modehandelsunternehmen in vierter Generation und ist nach drei Frauen der erste Mann an der Unternehmensspitze seit Gründung vor 120 Jahren. Der studierte Betriebswirt und Informatiker ist nicht nur ein Technikfreak, sondern vor allem auch ein Fan von Ent-

scheidungen, die auf der gesicherten Basis von erhobenen Daten und ermittelten Korrelationen getroffen werden. In der Modehandelsbranche ist dies nach seinem Dafürhalten zu selten der Fall. Insbesondere beim Thema Abschriftenquote sieht er Optimierungsbedarf. „Der Rotstift wird bei uns viel zu massiv und vor allem viel zu undifferenziert eingesetzt. Da heißt es schnell '20 Prozent auf alles'. Ohne Rücksicht auf einzelne Faktoren, die die Kaufentscheidung vielleicht stärker beeinflussen als der Rabatt.“

Mit dem KI-Projekt 'Kiepo' will er etwas Licht ins Dunkel bringen und untersuchen, welchen Einfluss der Preis und die Produktplatzierung auf die Conversion Rate tatsächlich haben. Projektpartner sind Panther Solutions (Electronic Pricing), die EK/Servicegroup sowie die Universität Duisburg-Essen. Im Laufe des Oktobers wird hierzu die frequenzstärkste Fläche bei Ebbers im Eingangsbereich mit Shops von Tom Tailor Denim, Mavi und Street One sowie Multi-Label-Flächen und Präsentationspodesten zur Testfläche umgerüstet. Hierzu werden alle Artikel mit elektronischen Preisetiketten ausgestattet und die notwendige Infrastruktur installiert. Über diese kann dann die Positionierung auf der Fläche errechnet werden. „So können wir verschiedene Szenarien bzgl. Preissenkung und Platzierung der Ware durchspielen und hoffentlich Muster erkennen, aus denen sich Handlungsempfehlungen ableiten lassen“, erklärt Berger den Projektansatz. Im Idealfall lassen sich die Abschriftenquote senken und der Rohertrag steigern. Konkrete Zahlen sind dem Handelsprofil hierzu nicht zu entlocken.

Grün signalisiert den Kunden Sicherheit. Die Ampel hat Christoph Berger gemeinsam mit Partnern entwickelt.

Möglich ist die Umsetzung der Idee in Praxistest durch die Förderung des Landes NRW. Eine Jury hatte den Projektentwurf im letzten Jahr für die Unterstützung ausgewählt. Insofern freut sich Berger auf den Start und ist gespannt, ob die Ergebnisse verwertbar sein werden. Gedanklich ist er schon mit einem weiteren Projekt beschäftigt, das er ab Januar 2021 gemeinsam mit der Uni Saarbrücken durchführen wird. Bei 'Vicar' geht es darum, über Videostream Bewegungsprofile der Kunden datenschutzkonform zu generieren. Ziel ist es, Daten darüber zu gewinnen, wie die Kunden die verschiedenen Bereiche und Flächen in dem verwinkelten Modehaus erschließen, wo sie sich länger aufhalten und welche Bereiche vernachlässigt werden. „Wenn wir diese Daten dann noch mit den Erkenntnissen von Kiepo bezüglich Preis und Platzierung korrelieren, wird es erst richtig interessant.“ UL

Ausgezeichneter Klimaschutz

Im August 2020 wurde Ebbers Modeerlebnis für seine Maßnahmen in Sachen Energieeffizienz als 'Innovationsprojekt Klimaschutz' ausgezeichnet. Zu den Maßnahmen zählen u.a. ein Nahwärmenetz mit KWK, LED-Beleuchtung, Wärmerückgewinnung und Abwärmennutzung sowie ein begrüntes Dach. 100 Messpunkte kontrollieren permanent u.a. Energieströme, Temperaturen, CO₂-Werte und Luftfeuchtigkeit, damit die Klima- und Lüftungsanlage optimal arbeiten kann. Dies ist in der aktuellen Corona-Pandemie von besonderer Bedeutung und vermittelt den Kunden ein sicheres Gefühl.

