

Teil 1

<i>Inhaltsverzeichnis</i>	4
1 Einleitung	8
2 Fashion-Branche	11
2.1 Definition der Fashion-Branche	11
2.2 Anforderungen und Ziele der Fashion-Branche	12
3 Fashion-Logistik	17
3.1 Fashion-Supply-Chain	17
3.1.1 Verlauf der Transportkette	17
3.1.2 Vernetzung der Teilnehmer	18
3.2 Fashion-Sourcing	23
3.2.1 Aufgaben und Wandel der Beschaffung	23
3.2.2 Bedeutung des Global Sourcings	24
3.3 Fashion-Logistikzentren	26
3.3.1 Definition und Aufbau von Logistikzentren	27
3.3.2 Prozesse von Hängewaren	27
3.3.3 Prozesse von Liegewaren	31
3.4 Integrierte Supply-Chain-Ansätze	36
3.4.1 Lieferanten- und kundenseitige Managementansätze	37
3.4.2 Einsatz von IT-Systemen	39
3.4.3 Konzepte zur Supply-Chain-Kooperation	40
3.5 Aktuelle Situation und zukünftige Trends	41
Literaturverzeichnis	47

Teil 2

1 Logistics meets Fashion

Supply-Chain-Excellence als Weg zur maximalen Kundenbefriedigung	50
1.1 Meyer & Meyer – From Sheep to Shop	50
1.1.1 Die Entwicklung zur Fashion-Dienstleistung	50
1.1.2 Vom Transport zum Supply Chain Management	51
1.1.3 Das „From-Sheep-to-Shop-Prinzip“	52
1.1.4 Ausblick: Multichannel-Marketing	56
1.2 MOTEX – Betrieb eines Textillogistikzentrums	57
1.2.1 Flexibilität mit Größe	57
1.2.2 Logistikdienstleistungen für Bekleidungstextilien	58
1.2.3 Leistungsspektrum im Logistikzentrum	59
1.2.4 Informationstechnologie zur kundengerechten Auftragsbearbeitung	63
1.2.5 Anforderungen und Aufgaben der Zukunft	64
1.3 Rudolf Wöhrl – Filialmanagement	65
1.3.1 Vereinigung von Tradition und Moderne	65
1.3.2 Filialmanagement im Fokus	65
1.3.3 Logistikabwicklung vom Lieferanten bis in die Filiale	67

2 Fashionspezifika

Management von Sonderprozessen entlang der Supply Chain	72
2.1 H.S. FASHION logistics – Artikelaufbereitung und VAS	72
2.1.1 Dienstleistung auf Wunsch	72
2.1.2 Spezielle Anforderungen prägen den Textillogistiker	72
2.1.3 Kundenanforderungen führen zu vielfältigen Aufbereitungstechniken	74
2.1.4 Value added Services prägen die Branche	76
2.2 Alba Moda – Auftragsabwicklung im E-Commerce	78
2.2.1 Das Unternehmen hinter der Website	78
2.2.2 Allgemeines zum E-Commerce	79

Inhalt

2.2.3	E-Commerce und Retouren	79
2.2.4	Serviceoptimierung in Sicht	85
2.3	NETRADA - Maßgeschneiderte Online-Shops mit integrierter Retourenabwicklung	86
2.3.1	Service im Online-Shop	86
2.3.2	Vom stationären Einzelhandel zum Fashion-Lifestyle-Anbieter	87
2.3.3	Retourenmanagement als Bestandteil des Online-Shops	89
2.3.4	Automatische Auftragsabwicklung erhöht den Kundenservice	92

3 ERP, WMS, PLM, SCM & Co.

Essenzielle Akronyme mit Tiefgang	94	
3.1	Gerber Technology - Product Lifecycle Management	94
3.1.1	Zauberwort Automatisierung	94
3.1.2	Einblick in das Product Lifecycle Management	95
3.1.3	Modularer Aufbau der PLM-Software	97
3.2	Setlog – Supply Chain Management: Schneller am POS	99
3.2.1	Vernetzung macht den Unterschied	99
3.2.2	Zeit- und Kostendruck in der Fashion-Branche	100
3.2.3	Managen von kritischen Zeitpfaden entlang der Supply Chain	101
3.2.4	Moderne SCM-Systeme können mehr	104
3.2.5	Professionelle Implementierung für einen schnellen Erfolg	105
3.3	SIC Software Industrie Consult – Enterprise Resource Planning	106
3.3.1	Frisches Know-how aus Dortmund	106
3.3.2	ERP-Systeme in der Fashion-Branche	106
3.3.3	Projektreview von der MARC AUREL Textil GmbH	107
3.4	inconso – Warehouse Management Systeme	110
3.4.1	Hightech fürs Lager	110
3.4.2	Spezielle Anforderungen der Fashion-Branche	111
3.4.3	WMS in der Fashion-Branche	112
3.4.4	Praxisbericht: WMS-Einführung in der neckermann.de Gruppe	113
<i>Das Fraunhofer IML – Kontakte</i>	117	