

## Ernsting's family steigert mit Blue Yonder durch ein optimiertes Abschriftenmanagement seine Handelsspanne in ausgewählten Testsortimenten

Karlsruhe, 15. Januar 2018: [Blue Yonder](#), Spezialist für künstliche Intelligenz und führender Anbieter von Machine-Learning-Lösungen für den Handel, hat [Ernsting's family](#), einen der größten Cross-Channel-Anbieter im deutschen Textileinzelhandel, während der fünfmonatigen Pilotphase von seiner Lösung zur Preisoptimierung überzeugt. Ab April startet nun der offizielle Roll-Out für ein Bekleidungssortiment über alle 1.800 Filialen in Deutschland und Österreich sowie über alle Absatzkanäle hinweg.

Der Textileinzelhändler Ernsting's family stellt sich aktiv der digitalen Transformation. Für eine automatisierte Optimierung der Abschriften entlang des gesamten Produktlebenszyklus nutzt Ernsting's family ab April 2018 Blue Yonder Price Optimization: Die KI-Lösung ermittelt für Ernsting's family automatisch die optimale Preisreduzierung für jedes einzelne Produkt - in jeder Größe und Farbe. Die Lösung setzt dabei die Strategie des Einzelhändlers unter Berücksichtigung der Kundennachfrage und der Bestandssituation genau um.

„Mit Blue Yonder haben wir einen Partner gefunden, mit dem wir unsere Digitalisierungsstrategie in der Preisgestaltung umsetzen können: Unsere Handelsspanne ausgewählter Artikel hat sich bereits in einem fünfmonatigen Test erheblich gesteigert. Daher haben wir uns für eine langfristige Zusammenarbeit mit Blue Yonder entschieden“, so Horst Beck, Chief Financial Officer der Ernsting's family Unternehmensgruppe.

Die Herausforderung bei Ernsting's family liegt in dem schnelllebigen und saisonabhängigen Produktlebenszyklus: Alle zwei Tage erhalten die 1.800 Stores neue Produkte aus den zwölf Monatskollektionen. Somit ist der Push-Anteil bei Ernsting's family sehr hoch und der Abverkauf der Produkte muss in den durchschnittlich 160 qm<sup>2</sup> großen Stores möglichst schnell erfolgen. Ziel der fünfmonatigen Testphase mit Blue Yonder war es, den Test-Artikelbestand innerhalb einer definierten Anzahl an Tagen zu verkaufen. Mit der KI-Lösung von Blue Yonder erreichte Ernsting's family im Rahmen der Testsortimente eine deutliche Steigerung des Umsatzes und zugleich der Handelsspanne.

Im Testzeitraum wurden Bekleidungssortimente aus den Bereichen Damen und Kinder herangezogen. Von Juli bis November 2017 legte Ernsting's family die Preise dieser Sortimente in 50 deutschen Testfilialen mithilfe von Blue Yonder fest. Im direkten

Vergleich mit 50 Referenzfilialen zeigte sich, dass mithilfe von Blue Yonder Price Optimization die Kollektionen wesentlich schneller abverkauft und so Platz für neue Ware geschaffen werden konnte. Blue Yonder analysierte dafür umfangreiche Kennzahlen wie Bestände, Verkaufs- und Promotionsdaten, Klima- und Wetterbedingungen sowie Produktinformationen aller Artikel.

„Mit unserer KI-basierten Lösung unterstützen wir Ernsting's family ihre Artikel in der gewünschten Zeitspanne bestmöglich abzuverkaufen. Wir konnten unter Berücksichtigung der Auslastung in den Filialen und der Kosten für Preisänderungen die Abverkaufsquoten und Handelsspannen erheblich steigern. Dazu analysieren wir täglich große Datenmengen und erstellen auf dieser Basis automatisierte Preisentscheidungen: Beispielsweise sehen wir, ob bestimmte Größen oder Farben eines Artikels besser oder schlechter verkauft werden. Im Rahmen des Tests wurden Preisreduzierungen innerhalb des Produktlebenszyklus häufiger vorgenommen, die Höhe der Reduktion war jedoch im Durchschnitt geringer“, so Uwe Weiss, CEO von Blue Yonder.

„Den richtigen Preis zur richtigen Zeit am richtigen Ort – mit Blue Yonder ist uns das gelungen. Die KI-Lösung hat uns die optimalen Preise für unsere Abverkaufsstrategie geliefert“, so Claudia Metz, Head of Merchandise Planning & Allocation von Ernsting's family.

Ab April 2018 startet der offizielle Roll-Out in allen 1.800 Filialen in Deutschland und Österreich sowie Online für ein Bekleidungsassortiment. In den kommenden drei Jahren sollen sukzessive weitere Sortimentsbereiche folgen.

## Über Blue Yonder

Blue Yonder ermöglicht es Handelsunternehmen, ihre Kernprozesse grundlegend umzugestalten. Durch die Automatisierung komplexer Entscheidungen auf Basis von künstlicher Intelligenz (KI) lassen sich der Gewinn und der Kundennutzen deutlich steigern.

Durch die Integration von KI in die Supply Chain und Merchandisingprozesse können Händler wesentlich schneller auf die Herausforderungen des dynamischen Marktes reagieren und dadurch sowohl ihren Umsatz als auch ihre Margen erhöhen.

Unsere Lösungen, die von unseren hoch qualifizierten Data Scientists speziell für den Handel entwickelt wurden, liefern unseren Kunden aus dem Lebensmittel- und Modehandel sowie weiteren Handelsbereichen täglich 600 Millionen Entscheidungen.

Blue Yonder wurde 2008 vom ehemaligen CERN-Forscher Prof. Dr. Michael Feindt in Karlsruhe gegründet und seither vielfach ausgezeichnet, unter anderem mit dem Gartner Cool Vendor Award 2015, dem Experton Big Data Leader Award 2016, dem BT Retail Week Technology Award, dem Deutschen Innovationspreis 2015 und als Top-100-Innovator 2017.

**Blue Yonder stellt seine Lösungen über Microsoft Azure bereit.**

Blue Yonder. Best Decisions, Delivered Daily.

### Unternehmenskontakt

Dunja Riehemann

Blue Yonder Director Marketing

T +49 721 383117 36

E [Dunja.riehemann@blue-yonder.com](mailto:Dunja.riehemann@blue-yonder.com)

### Medienkontakt

Franziska Müller / Sebastian Weinstock

Schwartz Public Relations

T +49 89 211 871 70 / 72

E [blueyonder@schwartzpr.de](mailto:blueyonder@schwartzpr.de)