

# SOLUTIONS



## IT-Lösungen und Systemintegration für den Handel

### Inhalt

- Leitartikel: Nutzen auf der Fläche – RFID im Handel **01**
- Editorial ▪ Kommentar: Potenziale nicht ausgeschöpft **02**
- RFID Data Warehouse: Jonglieren mit Daten ▪ Gastbeitrag: RFID bringt Schwung **03**
- EuroCIS 2009 ▪ Neues Leistungsangebot Handel ▪ Gerry Weber Open 2009 ▪ Termine ▪ Impressum **04**

**[SO:it]**<sup>®</sup>  
SALT SOLUTIONS

100 %  
[April 2009]

## RFID im Handel Nutzen auf der Fläche

**Radio Frequency Identification oder kurz RFID markiert sich zur neuen Schlüsseltechnologie in der Logistik. Prozesse werden beschleunigt und Fehler in der Übertragung von Wareninformationen minimiert. Aber was steckt für den Handel in der neuen Technik?**

Logistische Prozesse sind gerade im Groß- als auch im Einzelhandel höchst komplex und unterliegen einem starken Erfolgsdruck. Lückenlose Verfolgbarkeit, reibungsloser Warenfluss und erhöhte Bestandstransparenz sind wichtige Kriterien für ein erfolgreiches Management der gesamten Wertschöpfungskette des Unternehmens. Die neue Schlüsseltechnologie dafür ist die RFID-Technologie. Hierbei werden zur Warenauszeichnung als Alternative zu Barcode-Etiketten kleine Computerchips, RFID-Tags oder auch Transponder genannt, verwendet. Sie besitzen gegenüber der herkömmlichen Auszeichnung mit Barcodes zwei wesentliche Vorteile. Zum einen sind die elektronischen Etiketten wesentlich robuster, zum anderen ermöglicht die Technologie, Daten mittels Radiowellen berührungslos und ohne direkten Sichtkontakt zu übertragen.

Jeder RFID-Tag hat in der Regel einen eigenen eindeutigen Nummerncode, den sogenannten EPC (Electronical Product Code) gespeichert. Ware, die mit einem RFID-Tag ausgezeichnet wird, ist immer eindeutig identifizierbar, sei es ein Transportbehälter, ein Autoteil oder aber ein Kleidungsstück.

### Akkurate Verfolgung des Prozessfortschritts

Mit der eindeutigen Kenntnis des Warenstücks lassen sich logistische Abläufe und damit verbundene Bestandsinformationen aktuell, transparent und sicher abbilden. So wird der komplette Lebenszyklus eines Artikels von der Auslieferung des Herstellers an den Großhändler oder Retailer, bis hin zum Verkauf an Endkunden nachvollziehbar. Das macht den Prozess der Planbarkeit des Wareneinsatzes und der Rückverfolgbarkeit wesentlich einfacher. Durch den standardisierten Aufbau von RFID-Tags, welcher unter anderem innerhalb der EPCglobal international geregelt wird, entsteht innerhalb der Lieferkette ein offenes System, in dem alle Beteiligten auf der gleichen Basis Daten und Informationen austauschen können.

### Bestandstransparenz und Bestandssicherheit

Im Shop verspricht RFID verbesserte Warenversorgung, leichtere Inventuraufnahmen, vereinfachte Kassiervorgänge und erhöhte Warensicherheit. Voraussetzung für eine höhere Bestandstransparenz in der Filiale ist eine durchgängige Prozessunterstützung durch die RFID-Technologie. Diese beginnt bereits mit der Komplettauszeichnung der Ware mit RFID-Tags. Nur so ist es möglich, jederzeit in der Filiale die notwendigen Artikelinformationen zu erhalten. Erstmals wird eine sichere und transparente Trennung der Warenbestände zwischen Verkaufsraum und Handlager, ja sogar bis hin zum einzelnen Warenträger praktikabel. Das führt nachweisbar zu einer besseren Warenverfügbarkeit auf der Fläche. Gezielte Erstbestückung und Nachsortierung gehen Hand in Hand mit optimierten Bestellvorgängen, gerade bei Replenishment-Artikeln. Je größer die Filiale ist, desto größer sind die Potenziale durch die Ausweisung von getrennten Beständen.

Zusätzlichen Nutzen bietet der RFID-Technologie bei der Bildung von Preischargen wie etwa für A- und B-Ware

*Liebe Lesenden  
und Leser,*

der Hype um die Radio Frequency Identification hat sich gelegt. Was 1999 mit der Gründung des Auto-ID-Centers am MIT zur Entwicklung eines globalen Standards zur Warenidentifikation begann, ist aber nicht wieder eingeschlafen. Im Gegenteil: RFID hat eine neue Stufe der Entwicklung genommen und heute eine Reife erreicht, die einen wirtschaftlichen Einsatz nicht nur erlaubt, sondern zukünftig sogar erzwingt. Die Beispiele in dieser SOLUTIONS zeigen, wie Vorreiter der Branche mit ID-Chips Ihre Ware vor Diebstahl sichern, logistische Prozesse optimieren und Ihre Marken vor Nachahmung schützen. RFID wird zunehmend auch für bessere Bestandstransparenz eingesetzt, beschleunigt die Abwicklung des Wareneingangs und senkt wirksam die Inventurzeiten.

#### Technologie ausgeschöpft?

Doch während die Technik langsam die Fläche erobert, wird klar: Die Potenziale von RFID sind noch lange nicht ausgeschöpft. Neue Chancen ergeben sich vor allem für das Marketing. Lesen Sie dazu den Kommentar von Dr. Hans Christoph Dönges, unserem RFID-Spezialisten und anerkannten Fachmann in der Szene. Der Wechsel von Dr. Dönges (bisher Dematic GmbH) zu SALT Solutions verstärkt unsere Expertise in diesem innovativen Bereich. Ein weiterer Schritt ist die Einführung von RFID-basierten Lösungen bei unseren Retail-Kunden. Dabei können Erkenntnisse, die wir mit dieser Technologie in der Industrie gemacht haben, als Basis für funktionierende Lösungen im Handel dienen.

#### Kräfte sammeln

Die eingetrübte wirtschaftliche Lage sollte niemand dazu verleiten, den Kopf in den Sand zu stecken. Vielmehr ist jetzt die Zeit des Aufräumens und der Vorbereitung für den Aufschwung. Gelegenheiten dafür gibt es genügend: Nutzen Sie das IMB-Forum (21. bis 24. April in Köln) und den B.I.D.T.-Kongress (28. Mai ebenfalls in Köln) und diskutieren Sie mit unseren Experten über alle Themen des Handels und natürlich auch über RFID. Und sollten Sie Fan sportlicher Extraklasse sein, dann freuen Sie sich auf einen VIP-Tag auf der Gerry Weber Open im Juni in Halle/Westfalen. Unsere Einladung versenden wir an Sie in den nächsten Tagen.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen nun

Ihr

*B. Blüthner*



**AUTOR**  
Dr. Bernhard Blüthner  
Geschäftsführender Gesellschafter  
bernhard.bluetner@salt-solutions.de

eines Artikels, der klaren Unterscheidung der Doppelplatzierung von Artikeln und der detaillierten Kontrolle der Aktionsware.

#### Schnellere Abwicklung des Wareneingangs auf der Fläche

Im Wareneingang ermöglicht die mit RFID-Tags ausgezeichnete Ware einen effektiveren Prozessablauf. Das mühsame Einscannen von Barcodes kann nun entfallen, da die gleichzeitige Erkennung vieler im Lesebereich des Lesegerätes befindlicher RFID-Tags durchgeführt werden kann („Pulkerfassung“). Wurden im Vorfeld die EPC-Nummern der Einzelstücke im elektronischen Lieferavis übermittelt, reicht ein einfacher Abgleich der Daten mit den gelesenen EPC's. Die notwendige Arbeitszeit verkürzt sich bei gleichzeitiger Erhöhung der Qualität im Wareneingang.

Ein weiteres Einsatzgebiet in der Filiale ist die Warenträgerbewirtschaftung. Sind die Warenträger über die RFID-Technologie eindeutig identifizierbar, lässt sich die Zuordnung der Ware zu Warenträgern sehr einfach bewerkstelligen. Auch die Kontrolle der richtigen Platzierung der Ware innerhalb der Filiale ist dadurch möglich. Eine gezielte Bestandsaufnahme der Warenträger in der Filiale zeigt umgehend auf, welche Ware falsch platziert wurde oder nachsortiert werden muss. So wird während der gesamten Öffnungszeit das optimale Erscheinungsbild und der gewünschte Sortimentsaufbau in der Filiale sichergestellt. Eine große Bedeutung kommt dem Einsatz von RFID bei der Durchführung von Inventuren zu. Hier lassen sich bei entsprechender Prozessgestaltung eine gute Datenqualität und große Einsparpotenziale erreichen. Sind die Grundvoraussetzungen geschaffen – die komplette Ware ist mit RFID ausgezeichnet, alle internen Prozesse basieren auf EPC-Daten – ist eine Komplettinventur in sehr kurzer Zeit durchführbar. Auch hier wird sich wieder die „Pulkerfassung“ zu Nutzen gemacht. In nur einem Arbeitsschritt wird ein kompletter Warenträger gescannt.

Als Ergebnis werden die Artikel- und Mengenangaben aller im Regal befindlichen Warenstücke zurückgeliefert und die Inventurergebnisse ermittelt.

#### Herausforderungen von RFID-Projekten

In der Planung von RFID-Projekten kommt es nicht selten vor, dass Besonderheiten der neuen Technologie nicht beachtet oder falsch eingeschätzt werden. So sollte beim Einsatz von mobilen RFID-Geräten berücksichtigt werden, dass diese in der Regel nicht nur in einer Richtung sondern im gesamten Sendee- und Empfangsradius des RFID-Scanners die Transponder erkennen.

Hier sind räumliches Denken und vorausschauendes Arbeiten erforderlich, um nicht in Abgrenzungsprobleme der Bestände auf der Fläche hineinzugeraten. Wichtig für die Optimierung der Arbeitsabläufe in der Filiale ist zudem, ob RFID-Lesegeräte im Online-Zugriff (zum Beispiel per WLAN) oder als reine Offline-Varianten arbeiten. In Abhängigkeit von der gewählten technischen Ausstattung müssen Prozessabläufe teilweise angepasst oder gar verändert werden.

Daher gilt es mit Blick auf das Kosten-Nutzenverhältnis, eine auch preislich attraktive Umsetzung eines RFID-Einführungsprojektes mit wenigen und klar abgegrenzten Eingriffen in bestehende IT-Landschaften zu ermöglichen. Zusätzliche Herausforderungen sind naturgemäß nicht nur IT-technische Probleme sondern auch das mangelnde Vertrauen der Anwender in die neue Technik und die daraus resultierende Unsicherheit im täglichen Umgang.



**AUTOR**  
Dr. Jörg Binder,  
Geschäftsbereichsleiter  
Warenwirtschaftssysteme  
der SALT Solutions  
joerg.binder@salt-solutions.de

## Stand der Technik

# Potenziale nicht ausgeschöpft

Dreh- und Angelpunkt im Textilhandel ist das RFID-Etikett. Mittlerweile sind EPC-konforme UHF-Tags zum Industriestandard geworden. Das Etikett enthält die Artikelinformation in Klarschrift und zusammen mit einer Seriennummer elektronisch codiert auf dem RFID-Tag. Das ermöglicht ein gleichzeitiges sicheres Lesen einer großen Zahl von Bekleidungsstücken. Die wirtschaftlichste Lösung zur Anbringung am Kleidungsstück bieten direkt in das Warenetikett integrierte RFID-Tags. Der Aufpreis für die RFID-Technologie wird ständig kleiner. Mittlerweile gibt es auch Möglichkeiten das RFID-Tag direkt zur Warensicherung zu nutzen. Damit integriert ein Etikett alle Funktionen, die in der Filiale erforderlich sind.

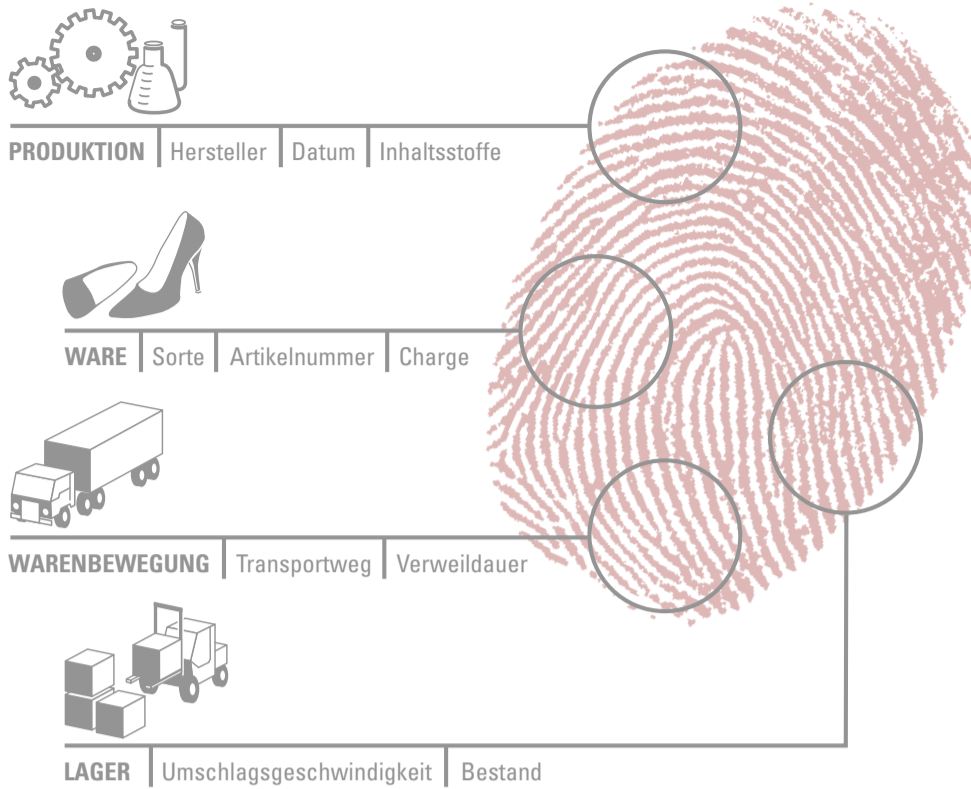
Um die Ware mit RFID-Tags zu erfassen, können unterschiedliche Geräte zum Einsatz kommen. Während beim Wareneingang oder -ausgang im Lager oder in der Filiale häufig stationäre Lesegeräte im Einsatz sind, kann auf der Verkaufsfläche nur mit mobilen Handgeräten sinnvoll gearbeitet werden. Inzwischen haben fast alle namhaften Hersteller kombinierte Scanner- und RFID-Lesegeräte im Angebot. Sie basieren meist auf Windows als Betriebssystem und können daher leicht in Anwendungen integriert werden. Die schnelle Erfassung der RFID-Tags durch die Handgeräte „im Vorbeigehen“ verkürzt die Inventurzeiten auf nur wenige Minuten. Somit wird es möglich, mehrmals täglich den genauen Bestand im Laden zu ermitteln.

#### Selbstverpflichtung zum Datenschutz

Im Boulevard wird der RFID-Tag gerne als „Schnüffelchip“ bezeichnet. Um Vorurteilen entgegenzuwirken und die Privatsphäre des Konsumenten zu schützen, haben sich beispielsweise die Mitglieder der fashiongroup RFID – einer Interessenvereinigung von Textilherstellern und Händlern – selbst verpflichtet, die mit RFID ausgezeichneten Warenstücke leicht sichtbar mit einem Logo zu kennzeichnen. Die Etiketten werden nach dem Kauf der Ware entweder an der Kasse entfernt oder unlesbar gemacht. Es gibt aber auch eine Annäherung der Konsumenten an RFID: Durch sogenannte NFC-fähige (near field communication) Mobiltelefone können RFID-Tags direkt vom Käufer gelesen werden. Diese Anwendung erfordert zwar zeitweilig noch RFID-Tags einer anderen Bauart, als die oben beschriebenen RFID-Etiketten, sie ermöglichen aber einen einzigartigen Dialog der Kunden untereinander über die „berührten“ Produkte. Web-Plattformen, in denen Lieblingsprodukte vorgestellt und diskutiert werden können, sind seit einigen Monaten verfügbar und wurden in Tests vor allem vom jungen Publikum gut angenommen. Und während im Web die Diskussionen geführt werden, entstehen im Hintergrund wertvolle Informationen für die Marketingabteilungen der Hersteller, die zur Erhöhung der Kundenbindung und zur Produktoptimierung nutzbar sind.



**AUTOR**  
Dr. Hans-Christoph Dönges,  
Geschäftsbereichsleiter  
SALT Solutions  
christoph.doenges@salt-solutions.de



## RFID-Data Warehouse Jonglieren mit Daten

**Der Einsatz der RFID-Technologie führt zu einem vielfach höheren Datenaufkommen im Vergleich zur herkömmlichen Barcode-Technologie. Um Daten sinnvoll zu bearbeiten und in Wissen umzuwandeln, ist ein RFID-Data Warehouse notwendig.**

RFID bietet die eindeutige Identifizierung jedes Einzelstückes innerhalb seines Lebenszyklus. Aufgrund der neuen, einfachen und sicheren Art der Datenerfassung wird die Wertschöpfungskette mit deutlich mehr Scanpunkten nahezu komplett abgedeckt. Die Prozesskette wird durch RFID genauer definiert, sie wird nachprüfbarer und bietet dadurch Möglichkeiten der Optimierung. Die Nachprüfbarkeit schnell, effektiv und automatisiert sowie darüber hinaus Analysen für zukünftige Prozessoptimierungen zu ermöglichen, ist Aufgabe eines RFID-Data Warehouses.

### Hohes Datenaufkommen

EPC-Daten einer RFID-Scannung stellen meist noch keine sinnvoll geschäftlich verwertbaren Informationen dar. Im Rahmen eines Datenübertragungsprozesses werden die Ergebnisse der RFID-Scans aus den operativen Systemen extrahiert, mit weiteren Daten angereichert und für Auswertungen und Analysen bereitgestellt. Bei der zugrunde liegenden Datenmodellierung muss darauf geachtet werden, dass angesichts des hohen Datenaufkommens der Abruf der Informationen am Ende schnell und einfach gelingt. In der Regel erfolgt der Datenzugriff der Anwender über webbasierte Business Intelligence Tools (BI-Suiten).

RFID liefert genaue Aussagen über den Lagerort, die Warenbewegung und die Verweildauer eines Artikels. Damit kann Prozesskette detailliert überprüft werden. Track & Trace erreicht eine völlig neue Qualität, von der allgemeinen Performanceanalyse der logistischen Abwicklung bis hinunter zu Aussagen zum konkreten Einzelstück. Tauchen beispielsweise Artikel unerwartet auf, ohne vorher definierte Orte erreicht zu haben, ist die Prozesskette lückenhaft und muss nachjustiert werden. Lagerbestände können reduziert werden, wenn die logistische Abwicklung transparenter und schneller erfolgen kann. Durch eindeutige Identifizierung des Einzelstücks werden Qualitätsmängel oder Fehllagerungen auch auf der Filialfläche schneller erkannt.

### Eindeutige Warenverfolgbarkeit

Im Verkauf profitiert der Händler von der eindeutigen Warenverfolgbarkeit, da der Einsatz der RFID-Technologie eine klare Trennung bei Paralleleinsatz und Mehrfachplatzierung ermöglicht. Analysen zur Optimierung der Warenpräsentation und eine ausgefeilte Werbeerfolgskontrolle helfen, neben dem Umsatz auch den Gewinn zu steigern. Wird im Rahmen des In-Season-Managements gezielt preisreduzierte Ware nachgeschoben, liefert der Einsatz von RFID die Möglichkeit der Preischargenbildung und ihrer kaufmännischen Bewertung.

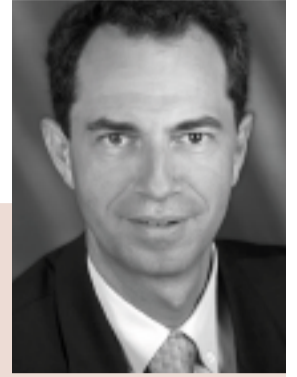
Auf Seiten des Verkaufs-Controllings stehen völlig neue Recherchemöglichkeiten im Rahmen des Loss-Prevention zur Verfügung. Verbleibt nach dem Abverkauf der RFID-Tag am Kleidungsstück, wäre eine bessere Reklamations- und Retourenbearbeitung möglich, bis hin zur Reklamation ohne Kassenbon. Damit einher gehen verbesserte Analysemöglichkeiten.

Die Einführung von RFID in einem Unternehmen ist somit eine technische, fachliche und prozessorientierte Herausforderung. Die neuen Recherchemöglichkeiten dienen der Verbesserung aller Prozessschritte in der Wertschöpfungskette eines Unternehmens.

**AUTOR**  
Marko Klimpel  
Teamleiter BI der SALT Solutions  
marko.klimpel@salt-solutions.de



DI Dominik Berger (RF-iT Solutions, Austria Data-Warehouse) über erfolgreiche Beispiele aus dem Textil- und Bekleidungssektor



## RFID bringt Schwung

Konsumenten suchen heute Werte, für die sie dann auch bereit sind, einen guten Gegenwert zu zahlen. Dabei geht es weniger um Qualität und Preis. Ausschlaggebend sind Faktoren wie Verlässlichkeit, Leistung, Prestige, Herkunft, Sicherheit oder Unverwechselbarkeit. Dieses Verhalten kann durch die Optimierung interner Strukturen und Mitarbeiterfähigkeiten unterstützt werden.

Der Nutzen in der Supply-Chain, den Hersteller und Händler durch die Einführung von RFID erwarten, ist die bessere Steuerung der Warenflüsse, eine höhere Transparenz in der Lieferkette. Die Vorteile münden in geringere Personalkosten und verkürzte Lieferzeiten, aber auch eine verbesserte Warensicherung und niedrige Warenbestände. Karstadt konzentriert sich im wohl bekanntesten RFID-Projekt im Fashion-Segment in seiner Düsseldorfer Filiale auf die Optimierung des Verkaufsprozesses. In der Logistik wird die Kommissionierung und Warenbewegungen deutlich beschleunigt. Mithilfe von RFID erfasste „Echtzeitdaten“ steuern die Versorgung und bieten maximale Transparenz der Lagerorte.

„Wie und wo beginnen“ – steht nach der Zielformulierung am Anfang der Umsetzung eines RFID/EPC-Projektes. Sehr pragmatisch gilt hier: Erlaubt ist, was gefällt, solange es auf den individuellen Fall zugeschnitten ist. Egal ob ein Projekt mit einem oder mehreren Handelspartnern, in der unternehmensinternen Prozesskette oder für eine oder mehrere Warengruppen geplant wird, der optimale Ansatz ergibt sich aus den besonderen Anforderungen und Zielsetzungen.

### RFID bei Northland legt Dieben das Handwerk

Seit Kurzem setzt Northland, Experte für Outdoor-Bekleidung und -Ausrüstung auf RFID zur Sicherung seiner Waren. Der Hersteller von Extremsporttextilien hat seinem Grazer Shop zu Inventurzwecken bereits zu Jahresbeginn 2008 rund 1300 verschiedene Outdoor-Produkte wie Jacken, Hosen, Pullover bis hin zu Rucksäcken und Thermoskannen mit RFID-Tags ausgestattet. Seit August kombinieren die Datenträger erstmals die Artikelinformation und eine Diebstahlsicherung auf einem Hang-Tag. Damit ist die Anwendung wesentlich kostengünstiger als getrennte Systeme. Am Kassenschildschirm wird angezeigt, wenn ein Diebstahl auftritt. Dazu kann ein optischer oder akustischer Alarm am Gate ergänzt werden. Die RFID Diebstahlsicherung meldet nicht nur, dass ein Produkt gestohlen wurde, sondern auch welches und wann. Mit dieser Information kann besonderes Augenmerk auf diebstahlgefährdete Produktgruppen und Zeiten gelegt werden.

### RFID bei Seidensticker optimiert Logistik

Seit Kurzem setzt auch die deutsche Seidensticker Gruppe, Markenhersteller von Blusen und Hemden, auf die Vorteile von RFID. Die berührungslose Funktechnologie wird zur Unterstützung logistischer Prozesse eingesetzt. In das Projekt sind die Produktionsbetriebe in Asien und Osteuropa, die Vorkommissionierung in den Produktionsbetrieben und der Warenumschlag im Zentrallager eingebunden. In einem zweiten Schritt prüft Seidensticker, ob für das Unternehmen RFID zur Flächensteuerung im Handel geeignet ist. Erwartet wird neben der verbesserten Kostentransparenz Vereinfachungen im Ablauf und eine höhere Transparenz, vermehrte Bestandssicherheit und letztendlich eine verbesserte Kundenzufriedenheit.

### RFID bei Van Laack zur Produktionssteuerung

Van Laack ist auf die Produktion von Hemden und Blusen spezialisiert. Während das Design und die Produktentwicklung in Deutschland erfolgen, wird in Ländern wie Tunesien oder Vietnam gefertigt. Untypisch für den Textil- und Bekleidungssektor hat Van Laack eine lange Wertschöpfungskette aufgebaut und sich entschlossen, seine Prozesse mittels RFID effizienter zu gestalten. Der RFID-Einsatz bei der Identifizierung der Liegware wird seit einigen Jahren getestet. Derzeit läuft die Identifizierung der Einzelteile über Barcodierung, mittelfristig ist die Umstellung auf RFID unter Nutzung des EPC-Codes zur Produktkennzeichnung geplant. Die Kombination des teileunabhängigen EAN-Codes aus der Barcodierung mit dem teileabhängigen EPC-Code würde eine lückenlose Nachvollziehbarkeit der Produkte gewährleisten. Mit der stufenweisen Einführung der RFID-Identifizierung soll in der Produktionssteuerung begonnen werden, da dort der größte Nachholbedarf im Bereich der Identifizierung geortet wurde: Derzeit werden auf rund 200 Arbeitsplätzen pro Produktionseinheit die Waren mit Hilfe manueller Listen manipuliert.

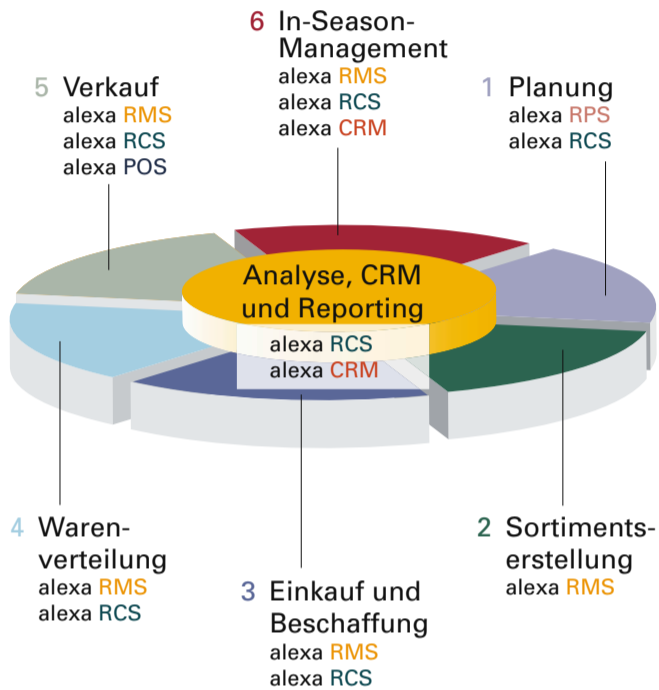
RFID eröffnet nicht nur theoretische Lösungspotenziale, sondern verknüpft in Projekten die technische Machbarkeit mit ökonomischen Vorteilen. In Sachen Effizienz und Transparenz ist RFID den herkömmlichen Anwendungen bereits um Längen voraus. Künftige Anwendungen in der Fashion Branche tendieren vermehrt in den Bereich der Flächenbewirtschaftung und werden den vertikalen Handel durchdringen, wo Händler mit Eigenmarken auch für ihre Beschaffung und die Logistik selbst verantwortlich zeichnen. Sie sind in der Implementierung neuer Technologien flexibler und erreichen dadurch größere Schnelligkeit und Aktualität als der klassische Fachhandel.



alexa Retail System for  
Fashion & Lifestyle

## SALT strukturiert sein Leistungsangebot für den Handel neu

SALT Solutions strukturiert sein Leistungsangebot für den Modehandel um und präsentiert mit alexa Retail System for Fashion & Lifestyle ein komplettes ERP-System für Einzelhändler der Branche.



Der Leistungsumfang von alexa deckt heute sämtliche Aufgaben eines modernen, modeorientierten Handelssystems ab. Es integriert Warenwirtschaft, Kasse, Retail-Planung und -Controlling in einer Lösung. Ergänzt wird das Komplettsystem durch operative Module wie die mobile Datenerfassung, die Warenaufbereitung und der elektronische Warenaustausch. Die Schnittstelle zum Marketing bildet alexa CRM – ein Customer Relationship Management System für die zielgerichtete Kommunikation mit dem Kunden.

**[SO:it]**<sup>®</sup>  
SALT SOLUTIONS

### IMPRESSUM

HERAUSGEBER  
SALT Solutions GmbH  
Argelsrieder Feld 1A  
82234 Oberpfaffenhofen

VERANTWORTLICH FÜR DEN INHALT  
Jörn Ballhaus

KONTAKT  
SALT Solutions GmbH  
Jörn Ballhaus  
Presse & Öffentlichkeitsarbeit  
Wörthstrasse 15  
97082 Würzburg

TELEFON +49.931.3573-427 FAX +49.931.3573-409

handel@salt-solutions.de www.salt-solutions.de

GERRY WEBER OPEN 2009

## Tennis der Spitzenklasse

Vom 06. bis zum 14. Juni finden die GERRY WEBER OPEN 2009 bereits zum 17. Mal im ostwestfälischen Halle statt. Die Tennis-Elite bei den Herren trifft sich auf Gras zur Vorbereitung auf das Grand-Slam-Turnier in Wimbledon. Die GERRY WEBER OPEN sind mit einem Preisgeld von 713.000 Euro dotiert und zählt auf der ATP-Tour zur International Series. Wie schon in den vergangenen Jahren, ist SALT Solutions wieder Partner der Veranstaltung und bietet seinen Kunden und Interessenten die Gelegenheit, dieses Event live mitzuerleben. An jedem Spieltag der Finalrunde hält die SALT-VIP-Lounge sechs exklusive Sitzplätze bereit.

Wir freuen uns schon jetzt, gemeinsam mit Ihnen spannende Spiele und ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm zu erleben.

EuroCIS 2009

## Branche trotz der Wirtschaftskrise

Die Befürchtung, die Wirtschaftskrise könnte die EuroCIS 2009 ungünstig beeinflussen, ist deutlich widerlegt. Mehr als 5.300 Fachbesucher haben sich intensiv über Neuerungen und Altbewährtes informiert. Themen wie Self-Checkout und digitale POS-Medien standen dabei genauso auf der Agenda wie Warenwirtschafts-, Planungs- und Controllingsysteme. Die gute Stimmung beim Handel und seinen Partnern über die drei Tage der Messe lässt den Eindruck zu: Die Branche trotz der aktuellen Wirtschaftskrise. Der Handel plant umfangreiche Investitionen in seine IT. Dies war in allen Gesprächen zu spüren.

An der diesjährigen EuroCIS nahmen insgesamt 216 Aussteller aus 18 Ländern teil. Mit 6.000 Quadratmetern netto verzeichnete die EuroCIS 2009 einen Flächenzuwachs von 20 Prozent gegenüber der letzten Veranstaltung.



### TERMINE

**IMB (21. – 24. April 2009, Köln)**



Die IMB – World of Textile Processing – in Köln ist die globale Leitmesse für Bekleidungstechnik und Textilverarbeitung. Damit ist sie Beschaffungs-, Service- und Informationsplattform für alle Technologien und Dienstleistungen zur Verarbeitung von flexiblen Materialien mit Teilnahme aller relevanten Anbieter und Nachfrager weltweit. Daneben bietet das hochkarätige Rahmenprogramm mit dem IMB Forum, den Ausstellerpräsentationen im Speaker's Corner, der Diskussionsrunde im IMB Forum Future Talk sowie dem IMB Innovation Award 2009 einen spannenden Mix aus Information, Event und Kommunikation. Mehr Informationen unter: [www.imb.de](http://www.imb.de)

**BIDT-Kongress (28. Mai 2009, Köln)**

Der Kongress steht diesmal unter der Überschrift „Ertrags- und Kostenmanagement im Modehandel“. Viele hochkarätige Referenten aus Praxis und Beratung halten Vorträge über „Ertragsorientierte Warensteuerung und Flächenbewirtschaftung“, „effiziente Prozessgestaltung“ oder über die „Nutzung von Ertragsreserven beim Mitarbeiterinsatz“.

Mehr Informationen unter: [www.bte.de/veranstaltungen/BIDT\\_2009/BIDT-Kongress\\_2009.htm](http://www.bte.de/veranstaltungen/BIDT_2009/BIDT-Kongress_2009.htm)