



Einzelhandel

Marc O'Polo

Perfekt zugeschnitten: WLAN im textilen Einzelhandel

Verkaufsprozesse, Kunden-Hotspot, Omnichannel & mehr bei MARC O'POLO: die digitale Zukunft des Premium Retail

Mit nur einem Knopfdruck erfasst der Filial-Mitarbeiter mit dem Handscanner mehrere Hemden, ohne diese aus ihren Fächern zu nehmen und Sichtkontakt zu den Etiketten zu haben. Drahtlos werden die Daten direkt mit dem RFID-System abgeglichen und verkürzen beispielsweise die Inventur wesentlich. Zeitgleich verbindet sich eine Kundin, die die Filiale soeben betreten hat, über den WLAN-Hotspot mit dem Internet und informiert sich über aktuelle Aktionen und Rabatte. Im Beratungsgespräch nutzt ein weiterer Mitarbeiter ein Tablet, um direkt interessante Artikel in die Filiale zu bestellen – schnell und einfach über das Drahtlosnetzwerk. MARC O'POLO setzt auf Agilität in seinen Filialen, um die Verkaufsprozesse für die Mitarbeiter und das Einkaufserlebnis für den Kunden zu optimieren. Die Basis für alle Anwendungen schafft ein professionelles WLAN, das den verschiedenen Ansprüchen in Verlässlichkeit und Sicherheit optimal gewachsen ist.

RFID und WLAN in 111 Filialen

„RFID“ hieß das Schlagwort beim Mode-Label MARC O'POLO, mit dem das „drahtlose Zeitalter“ in den Filialen eingeläutet wurde. „Ein Ziel mit der Einführung der Radio-Frequency Identification war es, die Prozesseffizienz in den Filialen zu erhöhen“, erklärt Richard Bürger, Head of IT Retail bei MARC O'POLO. „Damit die erfassten

Daten von mobilen Clients direkt in das RFID-System fließen, stand bei uns relativ schnell auch das Thema WLAN auf dem Zettel.“ Für die Implementierung der RFID-Lösung und des Drahtlosnetzwerks in den 111 Filialen in insgesamt sechs Ländern fiel die Wahl auf den IT-Dienstleister meco IT AG aus Weingarten. „Bei der Hardware waren wir uns schnell einig, dass

wir die WLAN-Produkte des deutschen Herstellers LANCOM Systems einsetzen wollten“, erklärt Richard Bürger. „Die grundsätzlichen Anforderungen konnten wir damit bestens abdecken und es sollte sich zeigen, dass wir auch mit Blick auf die Zukunft auf das richtige Pferd gesetzt hatten.“

Eine WLAN-Infrastruktur für mehrere Anwendungen

Abhängig von der Größe der Filiale versorgen zwischen ein bis dreizehn Access Points die Räumlichkeiten flächendeckend mit WLAN. Bei den Access Points wurden Modelle gewählt, die gleichzeitig im 2,4 und 5 GHz-Frequenzbereich funken. Damit ist gewährleistet, dass neben neueren Smartphones, Tablets und Laptops, die den leistungsstärkeren 5 GHz-Frequenzbereich bevorzugen, gleichzeitig auch ältere Clients, die nur die 2,4 GHz-Frequenz unterstützen, in das WLAN eingebunden werden. Pro Filiale ist jeweils ein WLAN Controller, der für das zentrale Management und die Konfiguration des Drahtlosnetzwerks zuständig ist, im Einsatz.

„Bald kamen weitere Ideen auf, wie wir das WLAN nutzen konnten“, sagt Richard Bürger. „Schnell wurde dann über ein WLAN für unsere



„Wir haben die Hardware mit Weitblick und in Verbindung mit einem Projekt angeschafft und nutzen das WLAN mittlerweile auch erfolgreich für eine ganze Reihe weiterer Anwendungen.“

Richard Bürger, Head of IT Retail bei MARC O'POLO

Kunden nachgedacht.“ Kurzerhand machten die Verantwortlichen bei MARC O'POLO gemeinsam mit ihrem IT-Dienstleister Nägel mit Köpfen: Neben dem Netz für RFID wurden zusätzlich sowohl ein Kunden- als auch ein internes WLAN in ausgewählten Filialen integriert. Der Vorteil der Lösung des Systemhauses: Die neuen Anwendungen nutzen die bestehende Infrastruktur, so musste nicht in neue Hardware investiert werden. Die Netze werden in unterschiedlichen SSIDs, dem Namen des Drahtlosnetzwerks bzw. der Anwendung, ausgegeben und die Daten über VLANs (virtuelle Teilnetze) logisch voneinander getrennt. „Beim Gäste-WLAN gehen wir noch weiter, wir greifen den gesamten Datenverkehr am WLAN-Controller ab und routen diesen über eine separate Leitung ins Web“, erklärt Norbert Hofmann, Vorstand der meco IT AG. „So kommt der Kunden-Hotspot garantiert nicht mit der restlichen Netzwerkinfrastruktur in Kontakt.“

RFID – RADIO-FREQUENCY IDENTIFICATION

RFID ist die Abkürzung für Radio-Frequency Identification – eine Funktechnik, die sämtliche Verkaufsprozesse in der Warenwirtschaft unterstützt. Sie macht es möglich, berührungslos, ohne Sichtkontakt und auf größere Entfernung viele Artikel in kürzester Zeit zu identifizieren.



Um das Kunden-WLAN zu nutzen, wird im Web auf einer Anmelde-seite ein Haken gesetzt, mit dem der Kunde den AGB von MARC O'POLO zustimmt. Danach ist der Weg ins Internet frei. „Die Authentifizierung für den Kunden ist so einfach wie möglich gehalten, damit er schnell ins Internet gelangt“, sagt Richard Bürger.

Das Kunden-WLAN ist offen, beim RFID-Netz wird eine WPA2-Verschlüsselung eingesetzt, das interne Drahtlosnetzwerk wird über eine LEPS (LANCOM Enhanced Passphrase Security) gesichert. „So lässt sich für jede MAC-Adresse ein eigenes Kennwort vergeben und wir stellen sicher, dass nur ausgewählte Clients Zugang zum Netz erhalten“, so Kai Scholz, Projektverantwortlicher bei der meco IT AG.

Zufriedene Kunden dank optimierter Verkaufsprozesse und WLAN-Hotspot

Das WLAN in den Filialen hat sich bewährt, wie Richard Bürger bestätigt: „Wir haben die Hardware mit Weitblick und in Verbindung mit einem Projekt angeschafft und nutzen das WLAN mittlerweile auch erfolgreich für eine ganze Reihe weiterer Anwendungen.“ Mit der Synthese aus der RFID und einem stabilen WLAN als Anschlusspunkt wurde eine Mobilität in die

PCI – PAYMENT CARD INDUSTRY DATA SECURITY STANDARD

PCI steht für Payment Card Industry Data Security Standard und bezeichnet Regeln und Standards im Zahlungsverkehr, die bei Kreditkarten-Transaktionen angewendet werden. Händler und Dienstleister, die Kreditkarten-Transaktionen ermöglichen und die dazugehörigen Daten übermitteln, abrufen und speichern, sind verpflichtet, diese Regeln und Standards zu erfüllen.



Filialen gebracht, die den Verkaufsprozess unterstützt und Aufgaben, wie Inventuren, erleichtert. So bleibt den Mitarbeitern mehr Zeit, um sich der Kunden-Beratung zu widmen. Der Kunden-Hotspot kommt dem Wunsch der Filial-Besucher nach, immer und überall einfachen und schnellen Zugriff auf das Internet zu haben. „Wir steigern so auch das Einkaufserlebnis für den Kunden, damit bleiben wir in positiver Erinnerung“, so Richard Bürger. Das interne Drahtlosnetzwerk ist die Basis, um das Omnichannel-Angebot des Filialisten abzurunden. Mitarbeiter in den Filialen können beispielsweise

über Tablets Ware ordern, die in der Filiale vergriffen und im Online-Shop noch verfügbar ist.

Für die Zukunft sind bereits neue Anwendungen geplant. „Wir wollen zum Beispiel Zahlungsterminals drahtlos anbinden. Das setzt natürlich eine PCI-konforme WLAN-Infrastruktur voraus. Die eingesetzten Geräte unterstützen dies“, so Norbert Hofmann.

„Unterm Strich kann ich sagen, dass wir ein zukunftsfähiges WLAN-Netzwerk betreiben, das bisher allen Anforderungen und Erwartungen gerecht wurde“, stellt Richard Bürger zufrieden fest.

Der Kunde: MARC O'POLO steht für einen lässigen Lifestyle mit gehobenem Anspruch. Charakteristisch für die Marke mit schwedischen Wurzeln ist die Vorliebe für natürliche Materialien. MARC O'POLOs liberale Philosophie steht bereits seit 1967 für den Anspruch, sich selbst treu zu bleiben, bei allem, was man tut.

1967 in Stockholm gegründet, ist MARC O'POLO heute eine der international führenden Premium Modern Casual Marken. Die MARC O'POLO Welt umfasst die Kollektionen MARC O'POLO Modern Casual, MARC O'POLO Pure, MARC O'POLO DENIM, MARC O'POLO Mr. und MARC O'POLO Shoes & Accessories, die Lizenzen Beachwear, Bodywear, Eyewear, Home, Junior und Legwear.

Der Hauptsitz der MARC O'POLO AG befindet sich südlich von München in Stephanskirchen. Von dort werden international rund 2.476 Stores und Handelspartner beliefert. Dabei handelt es sich aktuell um 111 eigene Stores, 181 Franchise-Stores, 2.184 Handelspartner. MARC O'POLO ist zurzeit in etwa 30 Ländern erhältlich, darunter in Deutschland, Österreich, der Schweiz, den Niederlanden, Belgien, Schweden, Finnland, Norwegen, Irland, Frankreich sowie in China, Polen, Russland und im osteuropäischen Raum. Zudem werden die MARC O'POLO Kollektionen über die eigenen eShops in Deutschland, Österreich, Belgien, Frankreich, Schweiz, Schweden und den Niederlanden verkauft unter: www.marc-o-polo.com (Stand: November 2015).

Der Partner: Als international etablierter IT-Dienstleister und Systemhaus sind bei der meco IT AG kundenorientiertes Handeln und die langjährigen und partnerschaftlichen Beziehungen zu ihren Kunden die Basis ihrer Unternehmensstrategie. Die Kunden der meco schätzen das Unternehmen für die Qualität seiner Leistungen. Der Einsatz leistungsstarker und lösungsorientierter Hardware rundet das Portfolio der meco IT AG ab.

Auf einen Blick

Der Kunde

MARC O'POLO Einzelhandels GmbH

Hofgartenstraße 1
83071 Stephanskirchen
Deutschland

Tel.: +49 (0)8036 - 90 0

Fax: +49 (0)8036 - 90 1890

E-Mail: info@marc-o-polo.de

Web: www.marc-o-polo.com

Produkte und Leistungen:

Mode-Label mit hochwertiger
Premium Modern Casual Wear

Anforderungen

- Implementierung eines stabilen und zukunftsfähigen WLANs in den Filialen
- Anbindung mobiler RFID-fähiger Lesegeräte über WLAN an das RFID-System
- Integration verschiedener Anwendungen in das Drahtlosnetzwerk (Kunden-WLAN, internes Netz)

Systemintegrator

meco IT AG

Liebfrauenstraße 8
88250 Weingarten

Tel.: +49 (0)751 79132-0

Fax: +49 (0)751 79132-31

E-Mail: info@meco-gruppe.com

Web: www.meco-gruppe.com



Eingesetzte Geräte

- circa 130 x WLAN Controller LANCOM WLC-4006+
- circa 300 x WLAN Access Point LANCOM L-322agn dual Wireless