**Fashion-Logistik: Keine Alternativen zur Automatisierung**

* **Fashion Expert Days bei TGW zeigten, dass ein höheres Service-Level, eine zunehmend unvorhersehbare Nachfrage und die immer schwierigere Mitarbeitersuche die größten Investitionstreiber sind**
* **Mehr als 120 Besucher diskutierten Fashion-Trends und Branchenentwicklungen**

**(Marchtrenk, 16.10.2019) Ein höheres Service-Level, die zunehmend unvorhersehbare Nachfrage und die schwierige Mitarbeitersuche: Das sind die größten Treiber von Automatisierungsprojekten in der Fashion-Logistik. Daher werden Anbieter von Bekleidung, Schuhen & Co. nicht umhinkommen, in den kommenden Jahren in moderne Intralogistiklösungen zu investieren. So lautete die Quintessenz der ersten „Fashion Expert Days“ des Intralogistik-Spezialisten TGW Logistics Group.**

Mehr als 120 Fashion-Fachleute – darunter Vertreter von GAP, Puma und Urban Outfitters – waren der Einladung des Unternehmens am 9. und 10. Oktober in dessen Zentrale TGW Evolution Park nach Marchtrenk (Oberösterreich) gefolgt. Dort diskutierten sie mit Wissenschaftlern, Lösungsanbietern und Vertretern bekannter Fashion-Marken über logistische Trends und Herausforderungen in der Bekleidungsbranche. Zudem lernten die Gäste aus Europa, Asien und Nordamerika den interaktiven Showroom und das moderne TGW-Headquarter kennen.

**Höheres Service-Level als Treiber**

Supply Chain-Experten von Puma, GAP und Urban Outfitters betonten unisono, dass vor allem ein höheres Service-Level aufgrund gestiegener Kundenerwartungen sowie der Mitarbeitermangel die Treiber für Automatisierungsprojekte in ihren Unternehmen sind. Das bestätigte auch eine Blitzumfrage per App unter den Besuchern: Demnach rechnen 100 Prozent der Befragten damit, dass in den kommenden fünf Jahren das Service-Level so weit steigt, dass taggleiche Lieferungen oder die Sendungszustellung am nächsten Tag Branchen-Standard sein werden. Die Mehrheit der Befragten setzt zur Lösung dieser Herausforderungen auf hochautomatisierte Lösungen.

**Sich wandelnde Geschäftsmodelle**

Zum Thema unvorhersehbare Nachfrage betonte **Franziskos Kyriakopoulos**, CEO bei 7LYTIX, dass Big Data-Analysen und Methoden aus dem Bereich Predictive Analytics gut für kurzfristige Planungsszenarien genutzt werden können. Mittelfristige oder sehr langfristige Vorhersagen seien jedoch ungenau, da die Vorhersagen auf Daten aus der Vergangenheit beruhen und sich nur schwer fortschreiben lassen. Wie also wird sich das Verhältnis aus Retail, Großhandel und E-Commerce in Zukunft entwickeln?

In diese Kerbe schlug auch **Raffaele Destro**, Industry Manager für Fashion bei TGW. Er unterstrich die entscheidende Bedeutung von Flexibilität in der Supply Chain: „Unternehmen müssen in der Intralogistik auch darauf vorbereitet sein, dass sich Geschäftsmodelle, Artikelstrukturen oder das Verhältnis zwischen stationärem Handel und E-Commerce ungeplant und schnell ändern.“

Um Unternehmen gut auf die Zukunft vorzubereiten, bietet TGW hochautomatisierte Systeme. FlashPick® (für die automatisierte Einzelstück-Kommissionierung) und der Taschensorter OmniPick bilden das Herzstück der standardisierten Fashion-Lösungen von TGW: Dank ihrer Modularität und Flexibilität eignen sie sich für beinahe alle Kundenanforderungen. „Beide Lösungen wurden so designt, dass sie unabhängig vom jeweiligen Vertriebskanal funktionieren. Dementsprechend decken FlashPick® und OmniPick jede Kombination aus Retail, Großhandel und E-Commerce problemlos ab“, erklärt Destro.

**Künstliche Intelligenz**

Wie weit die Entwicklung inzwischen bei OmniPick geht, zeigte **Maximilian Beinhofer**, Head of Cognitive Systems Development bei TGW. Mithilfe Künstlicher Intelligenz entwickelten die Österreicher den Kommissionier-Roboter „Rovolution“, der Ware aus einem Behälter greift und sie vollautomatisch in einen Auftragskarton (FlashPick®) oder eine Tasche legt (OmniPick). In Verbindung mit einer automatischen Entleerung der Tasche wird daraus ein sogenanntes Zero-Touch-System. Das heißt: Kein Mitarbeiter muss manuell in den Prozess eingreifen.

Wer automatisiert, muss bereit sein, dafür Geld in die Hand zu nehmen. Das gilt heute noch genauso wie vor fünf Jahren. Der entscheidende Unterschied ist laut TGW jedoch, dass die beiden neuen Automatisierungslösungen FlashPick® und OmniPick aus standardisierten, vorgefertigten Modulen bestehen, die zügig auf verschiedene Geschäftsmodelle adaptiert werden können. „Die individuelle Anpassung einer Anlage für einen Kunden entfällt dadurch nicht, aber sie geht wesentlich schneller“, so **Christoph Wolkerstorfer**, CSO der TGW Logistics Group. Die Vorteile der Strategie: eine schnelle Implementierung der Technik, zügigeres Hochfahren der Anlage sowie einfachere Skalierung.

Der Schweizer **Marco di Pietro**, CEO von IdeaPura, sprach über die Vorteile der RFID-Technology, wenn diese von der Produktion bis zum Point-of-Sale eingesetzt wird. Der Italiener **Francesco Ponti**, CEO von CMC Machinery, referierte über die Funktionsweise von vollautomatischen Verpackungsmaschinen, die auf die Produktgröße angepasste Pakete erstellen.

**Standardisierte Module, schnelle Implementierung**

Ob Modernisierung oder Neubau: Die großen Bekleidungsanbieter auf den Fashion Expert Days betonten, dass ihre Automatisierungsreise weitergeht. GAP plant laut **Kevin Kuntz**, Senior Vice President of Global Logistics Fulfillment, sein inzwischen neuntes Shuttle-System – in einem Lager in Columbus im US-Bundesstaat Ohio. Und der deutsche Sportartikelspezialist PUMA treibt die Zentralisierung seines europäischen Distributionsnetzwerks voran. **Maximilian Molkenthin**, Senior Head of Logistics, berichtete, dass die neue europäische Logistikdrehscheibe im bayerischen Geiselwind im Frühjahr 2021 den Betrieb aufnehmen soll. Das Herzstück der Anlage ist ein FlashPick®-System von TGW für die automatisierte Einzelstück-Kommissionierung.

www.tgw-group.com

**Über die TGW Logistics Group:**

Die TGW Logistics Group ist ein international führender Anbieter von Intralogistik-Lösungen. Seit 50 Jahren realisiert der österreichische Spezialist automatisierte Anlagen für seine internationalen Kunden: von A wie Adidas bis Z wie Zalando. Als Systemintegrator übernimmt TGW dabei Planung, Produktion und Realisierung von komplexen Logistikzentren – von Mechatronik über Robotik bis hin zu Steuerung und Software.

Die TGW Logistics Group hat Niederlassungen in Europa, China und den USA und beschäftigt weltweit mehr als 3.500 Mitarbeiter. Im Wirtschaftsjahr 2018/2019 erzielte das Unternehmen einen Gesamtumsatz von 719 Millionen Euro.

**Bilder:**

Abdruck mit Quellangabe und zu Presseberichten, die sich vorwiegend mit der TGW Logistics Group GmbH befassen, honorarfrei. Kein honorarfreier Abdruck für werbliche Zwecke.

**Kontakt:**

TGW Logistics Group GmbH

A-4614 Marchtrenk, Ludwig Szinicz Straße 3

T: +43.(0)50.486-0

F: +43.(0)50.486-31

E-Mail: tgw@tgw-group.com

Alexander Tahedl

Marketing & Communications Specialist

T: +43.(0)50.486-2267

M: +43.(0)664.88459713

alexander.tahedl@tgw-group.com

Pressekontakt:

Martin Kirchmayr

Director Marketing & Communications

T: +43.(0)50.486-1382

M: +43.(0)664.8187423

martin.kirchmayr@tgw-group.com