

## PRESSEMITTEILUNG

### **e-matters kreiert Omnichannel-Mix-Match für reclusion**

**Hamburg, 23.02.2017 – Das Hamburger Mode-Label reclusion wählt e-matters als Technologiepartner und die Agentur netshops als Konzeptionspartner für den Relaunch des Online-Shops und den Filialverkauf im Pop-up Store. Als junges Unternehmen mit klaren Ansprüchen fordert reclusion eine flexible Software, mit der es alle Prozesse von der Produkterstellung bis hin zur Click&Collect-Abholung im Store steuern kann. Der Online-Shop soll nicht nur Produkte im ansprechenden Design verkaufen, sondern diese mit Inhalten verknüpfen und Kunden zu einem ganzheitlichen Markenerlebnis einladen. Jetzt startet reclusion eine B2B-Offensive.**

Mit einer klaren Vision gründen zwei Nordlichter 2010 reclusion. Im Herbst 2016 zeigt der frisch eröffnete Pop-up-Store samt neuem Online-Shop, dass das Unternehmen längst den Kinderschuhen entwachsen ist. Im Februar 2017 geht der B2B-Shop online. Die Geschäftsführer Jan Thelen und Robert Diekmann ziehen Bilanz: „Wir wussten, was wir wollten und sind sehr froh, dass wir unsere Ziele mit e-matters und netshops umsetzen konnten und unsere Kunden über verschiedenste Kanäle mit einer Stimme ansprechen können.“

#### **Mehr als nur Mode - ein universeller Anspruch**

Kunden von reclusion tragen das Label nicht nur, weil es ihnen gefällt. Sie sind überzeugt von der verantwortungsvollen Herstellung und den öko-zertifizierten Materialien der Produkte. Content ist daher der Dreh- und Angelpunkt für den Online-Auftritt. Zu klassischen Produktinformationen gehören Geschichten, beispielsweise zu sozialen Projekten aus dem Blog. Mit Hilfe des Redaktionssystems von e-matters wird Content flexibel verzahnt auf allen Ebenen und durch diverse Filter für den Kunden übersichtlich dargestellt. Das schlichte und elegante Frontend-Design von Netshops transportiert die Markenwerte von reclusion und fördert den ganzheitlichen Auftritt.

#### **B2B-Shop im branchenspezifischen Look**

In Zukunft sollen die Vertriebskanäle von reclusion breiter aufgestellt werden. Neben dem klassischen Direktvertrieb via Online-Shop und Pop-up-Store, wird der indirekte Vertriebsweg über Händler gestärkt. Aufbauend auf dem e-matters Framework nutzt reclusion eine auf die Bedürfnisse von Fashion-Händlern abgestimmte Oberfläche als B2B-Shop. Bestellungen können die aktuell 120 Händler per Login selbst tätigen, auf einer angepassten Bestellmatrix, die beispielsweise Mengen, Größen und Styles geschickt bündelt.

Ein internes und externes Vertriebsteam unterstützt zukünftig die Verbreitung des Labels über Händler. Entsprechend der Vertriebsstrukturen arbeiten die Mitarbeiter mit kundenspezifischen Accounts und haben so per Login die für sie relevanten Kundeninformationen, Zuordnungen, Bestellvorlagen und mehr direkt abrufbar.

## **Tablet-Lösung für den POS: Kasse, Etikettendruck und mehr**

Im Laden selbst gehen die trendigen Stücke von recolution per Tablet-Kasse über den Tresen. Einfach nur mobil abkassieren wäre zu wenig. Die Kassenslösung greift live auf dieselben Daten zurück wie die Online-Shops, so dass dem Verkäufer vielfältige Handlungsmöglichkeiten zur Verfügung stehen. Informationen zur Warenverfügbarkeit und zu Beständen können in Echtzeit abgerufen werden. Der Verkäufer kann direkt vor Ort aus der eCommerce Suite heraus Etiketten und Hangtags für die Kleidungsstücke drucken, mit den aktuellen Preisen und Rabatten. Wie im Online-Shop kommen Gutscheine oder Rabatte für Studenten genauso an der Kasse zum tragen.

## **Ein Omnichannel-System über alle Prozesse und Kanäle hinweg**

So verantwortlich recolution mit Mensch und Natur im Herstellprozess umgeht, so wichtig ist den Hamburgern der Umgang mit Daten. „Unser Ansatz, alle Daten rund um die Produktion, Warenwirtschaft, Verkauf und Kundenbindung in einem eigenen System zu steuern, egal ob zuhause, im Store oder auf der Messe live abrufbar zu haben, entspricht genau dem, was recolution will“, erläutert Kevin Besthorn, Geschäftsführer von e-matters. „Ich bin erstaunt, wie effizient wir mit der eCommerce Suite umgehen können. Unsere Daten sind auf vielfältigste Art und Weise verknüpfbar, so dass den Einsatzmöglichkeiten keine Grenzen gesetzt sind. Darüber hinaus können wir Auswertungen über alle Kanäle hinweg fahren und entsprechende Folgeaktionen ableiten und starten“ folgert Robert Diekmann, Geschäftsführer von recolution.

## **Über recolution**

Recolution steht für nachhaltige, urbane Kleidung und eine Lebenseinstellung, die sie mit ihren Kunden teilt. Recolution.de bietet daher nicht nur besondere Produkte zum Verkauf, sondern öffnet die Tür zu einer recoworld, die das beschreibt, was hinter den Produkten steht: faire Produktion, Engagement für soziale Projekte, verantwortungsvoller Umgang mit der Natur. Mitten im Szene-Viertel Hamburgs kann sich der Kunde im Pop-up-Store von der hohen Qualität des Labels überzeugen. Die Ansprüche von recolution: ein klares Markenprofil auf allen Kanälen, eigenverantwortlicher und flexibler Umgang mit Daten von der Produkterstellung bis zur Click & Collect Abholung im Store oder zum Newsletter.

## **Über e-matters**

Die e-matters GmbH ist Softwarehersteller und Dienstleister für anspruchsvolle e-Commerce Projekte. Mit der *eCommerce Suite* bietet e-matters eine umfassende Omnichannel-Software, die den Händler – egal ob online und/oder stationär – entlang der gesamten Wertschöpfungskette unterstützt: vom Online Marketing und CRM, zur Lagerhaltung, Versand und Buchhaltung bis in die Filiale hinein. Tiefgehende Analysen und Reports über alle Kanäle hinweg ermöglichen die Steuerung und Planung des Omnichannel-Erfolgs.

**Pressekontakt e-matters:** Christiane Richters, e-matters GmbH, Holzbrücke 7, 20459 Hamburg, Tel: +49 40 209 33 90-0, Mail: [c.richters@e-matters.de](mailto:c.richters@e-matters.de), [www.e-matters.de](http://www.e-matters.de)