

CASE STUDY  **Witt-Gruppe**

## **Automatisierte Outfit - und Produkttempfehlungen im E-Mail-Marketing**

Wie die Witt-Gruppe ihre Kunden DSGVO-konform  
und ohne zusätzliches Opt-in reaktiviert und ihre  
Online-Sales steigert

Von Lea Schilling



---

# Inhalt

- **Zusammenfassung** **3**
- **Die Witt-Gruppe** **4**
- **Picalike** **5**
- **Rechtliche Grundlage** **7**
- **Picalike Lösung** **8**
- **Funktion & Integration** **9**
- **Die Ergebnisse** **10**
- **Complete the Look mit Mailing-Integration** **11**
- **Quellen** **12**
- **Get in Touch** **13**

---

# Zusammenfassung

Die Witt-Gruppe ("Witt") zählt zu den führenden textilen Multichannel-Unternehmen für die Zielgruppe 50+. Durch hohe Investitionen in die IT hat es Witt erfolgreich geschafft die Digitalisierung des Geschäftsmodells voranzutreiben und sich vom klassischen Katalog- zum innovativen e-Commerce-Händler zu entwickeln.

Um das Kundenerlebnis im Shop weiter zu verbessern, arbeiten Witt und picalike seit 2018 zusammen. Durch Produkt- und Outfitempfehlungen im Online-Shop wird die Kundschaft beim Online-Shopping inspiriert, wodurch u.a. die Konversionsrate steigt.

Damit Witt Einmal-Kunden und „schlafende“ Kunden wieder reaktivieren kann und weitere Kaufanreize schafft, werden diese Empfehlungen auch als E-Mail an die Kunden versendet. Diese Produktempfehlungsmails können DSGVO-konform und ohne zusätzlichen Opt-In verschickt werden. Unsere Bilderkennung schlägt dabei aktuelle Produkte von Witt vor, die den Produkten von vergangenen Einkäufen des Kunden am ähnlichsten sind. Dadurch konnte Witt nicht nur den Empfängerkreis signifikant erweitern, sondern auch eine 13% höhere Konversionsrate im Vergleich zum regulären Newsletter erzielen. Wie das genau funktioniert, stellen wir euch auf den folgenden Seiten vor.

*„Mit picalike haben wir einen zuverlässigen Partner gefunden, der schnell und ergebnisorientiert unsere Wünsche umsetzt. Durch die stetige Weiterentwicklung ihrer Systeme und Prozesse profitieren wir als Witt-Gruppe und können – auch durch die super Zusammenarbeit – unser Mail-Portfolio stets erweitern.“*

– Florian Ziegler



Florian Ziegler, Senior E-Mail-Marketing Manager Witt-Gruppe

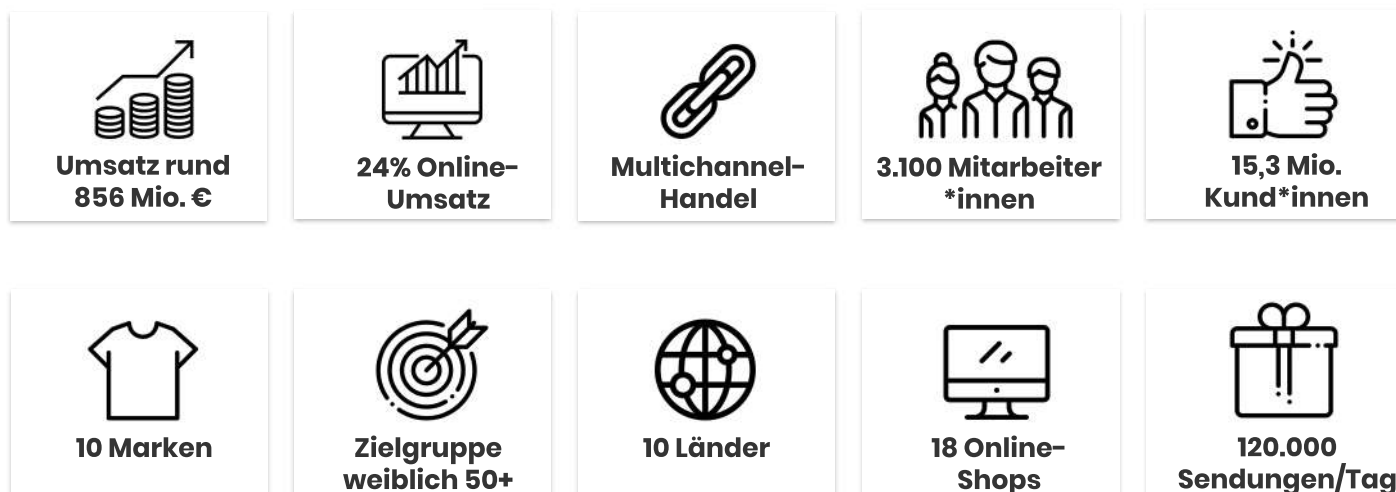
# Die Witt-Gruppe

Die Witt-Gruppe kann bereits auf eine über 110 Jahre alte Firmengeschichte zurückblicken. Als Ein-Mann-Betrieb im Jahre 1907 versandte der gelernte Zimmermann Josef Witt seine ersten Textilwaren aus dem oberpfälzischen Reuth bei Erbendorf. 1913 zog Witt dann ins benachbarte Weiden, das noch heute als Firmensitz des international tätigen Unternehmens mit rund 3100 Mitarbeitern dient und somit für die Namensgebung des bis heute bekannten Versandhauses „Witt Weiden“ verantwortlich ist.

Die Witt-Gruppe ist seit 1987 eine 100%-ige Konzerngesellschaft der Hamburger Otto Group und verzeichnete im Geschäftsjahr 2019/20 (28. Februar) ein Umsatzplus von 4,9% auf 856 Mio. Euro. Als führendes textiles Multichannel-Unternehmen für die Zielgruppe 50+ erreicht die Witt-Gruppe ihre vorwiegend weibliche Kundschaft über Onlineshops, Kataloge und einem Filialnetz von rund 130 Geschäften. Der Online-Anteil am Umsatz liegt laut Geschäftsbericht 2019/2020 bei ca. 24%.

Das Sortiment der Witt-Gruppe richtet sich an die Frau ab 50 und wird durch Herrenbekleidung und Schuhe ergänzt. Die Produkte zeichnen sich durch figurfreundliche und bequeme Schnitte mit hohen Ansprüchen an Qualität und Tragekomfort aus.

Die Witt-Gruppe erklärt den eigenen Anspruch „Best in Mode 50+“ weiterhin gerecht zu werden, konzentriert sich aber im Zuge der Digitalisierung des Unternehmens und des steigenden Durchschnittsalters ihrer Kund\*innen zunehmend auf neue und jüngere Zielgruppen. Dies erfordert den Eintritt in neue Marktsegmente mit stärkerem Wettbewerb und anderem Kundenverhalten. Ein Wandel mit Fokus auf die Verlagerung vom Katalog zum Onlinegeschäft, der nicht zuletzt durch Maßnahmen wie die E-Mail-Integration der picalike-Lösung unterstützt wird.



# Picalike

## Similarity

Picalike hat sich auf eine Form der künstlichen Intelligenz spezialisiert: Der sogenannten Computer Vision. Ein Algorithmus, der sich auf die Bilderkennung fokussiert. Ähnlich wie das menschliche Auge, scannt der Algorithmus die Bilder auf einer Website ab und erfasst Attribute wie Form, Farbe, Muster u.v.m. So ist die picalike-Technologie nicht nur in der Lage textliche Daten, wie z.B. Kategorie, Farbbenennung, Preis, etc. auszulesen, sondern kann diese Informationen zusätzlich mit Bilddaten anreichern.

Ein klassisches Beispiel ist hier die Ähnlichkeitserkennung, die bei Onlineshops oftmals unter "Ähnliche Artikel" oder "Mögliche Alternativen" angezeigt wird. Beim Klick auf eine geblümete Bluse werden weiter unten auf der Produktdetailseite ähnliche, geblümete Blusen angezeigt. So kann man als Onlinehändler die ganze Tiefe des Sortiments ausspielen, ohne aufwendige und kostspielige Marketing-Kampagnen zu fahren.

The screenshot displays a product detail page for a blue floral blouse. The main image shows a woman wearing the blouse. To the left, there are four smaller images of the blouse in different colors: blue, grey, pink, and green. To the right, the product name "Bluse" is shown, along with a 50% discount offer (from 20,00 € to 9,99 €). Below the price, there are dropdown menus for color (selected: blau-bedruckt) and size (Größe wählen). A red button "In den Warenkorb" is visible. Below the main image, there is a section titled "Mögliche Alternativen" showing six similar products with their respective prices: Bluse (ab 16,99 €), Hemdbluse (nur 20,00 €), Bluse (ab 29,99 €), Hemdbluse (nur 20,00 €), Bluse (ab 14,99 €), and Bluse (ab 34,99 €).

Beispiel für Similarity (hier: „Mögliche Alternativen“) auf der Produktdetailseite von witt-weiden.de

# Picalike

## Complete the Look

Diese Technologie lässt sich ebenfalls für den Bereich “Complete the Look” anwenden sowie für Cross-Selling-Möglichkeiten entlang der Customer Journey.

Mit wenigen Klicks lassen sich skalierbare Outfits im picalike-Backend anlegen. Diese Looks bzw. Outfits lassen sich leicht per Widget oder API in die Produktdetailseite integrieren.

Vorteil ist, dass sobald ein Produkt ausverkauft sein sollte, wird dieses durch ein nächst-ähnliches Produkt ersetzt. Wird ein ähnliches Produkt zu einem im Look ausgewählten Produkt aufgerufen, erhält man ebenfalls einen Look. Einfach gesagt: Besteht ein Look aus einem weißen T-Shirt, könnten alle weißen T-Shirts diesen Look vererbt bekommen. So bleiben einmal angelegte Looks immer am Leben und das gesamte Produktportfolio kann präsentiert werden.



Schaubild „Complete the Look“

# Rechtliche Grundlage



Im E-Mail-Marketing stellt sich oftmals die Frage: Darf ich meine Kund\*innen ohne eine Einwilligung zum Newsletter mit werblichen Inhalten anschreiben? Auch wenn diese ggf. erst ein einziges Mal vor langer Zeit im Onlineshop bestellt haben? Hier gibt die deutsche Gesetzgebung folgende Antwort:



## **Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) §7 Unzumutbare Belästigungen**

(3) Abweichend von Absatz 2 Nummer 3 ist eine unzumutbare Belästigung bei einer Werbung unter Verwendung elektronischer Post nicht anzunehmen, wenn

1. ein Unternehmer im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung von dem Kunden dessen elektronische Postadresse erhalten hat,
2. der Unternehmer die Adresse zur Direktwerbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen verwendet,
3. der Kunde der Verwendung nicht widersprochen hat und
4. der Kunde bei Erhebung der Adresse und bei jeder Verwendung klar und deutlich darauf hingewiesen wird, dass er der Verwendung jederzeit widersprechen kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.

## **Herausforderung:**

Häufig scheidet es an Punkt 2: Ähnlichkeit der Waren. Die Ähnlichkeit muss sich auf die bereits gekauften Waren beziehen und dem gleichen typischen Verwendungszweck oder Bedarf des Kunden entsprechen. Ggf. ist es noch zulässig Zubehör oder Ergänzungswaren zu bewerben.

# Picalike Lösung

Mit der picalike-Lösung im E-Mail-Marketing sind genau diese rechtlichen Vorgaben berücksichtigt und Kund\*innen können ohne viel Aufwand reaktiviert und inspiriert werden:



Kund\*innenansprache via E-Mail-Adresse ohne vorherige Einwilligung zum Newsletter.



Bestandskund\*innen mit konstanten Updates inspirieren.



Reaktivierung von „Schlafenden“ oder Einmalkund\*innen.



Komplett automatisiert und ressourcenschonend.

## Und was ist mit DSGVO?

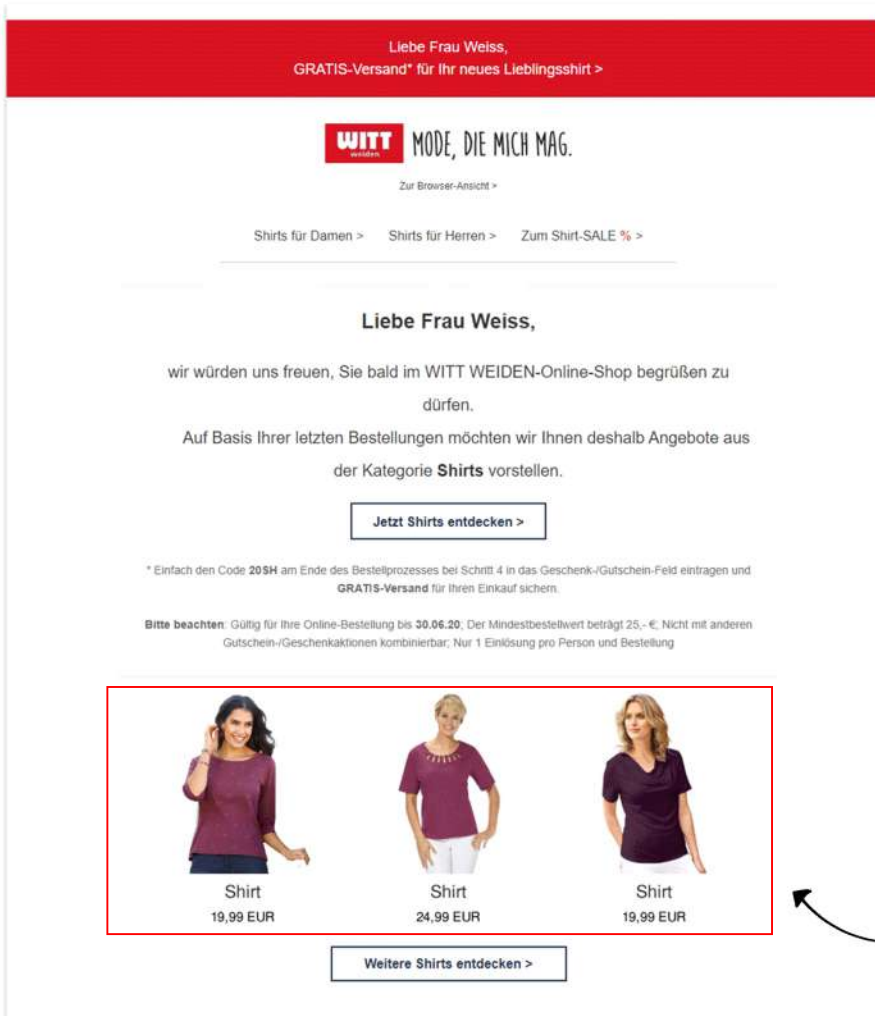
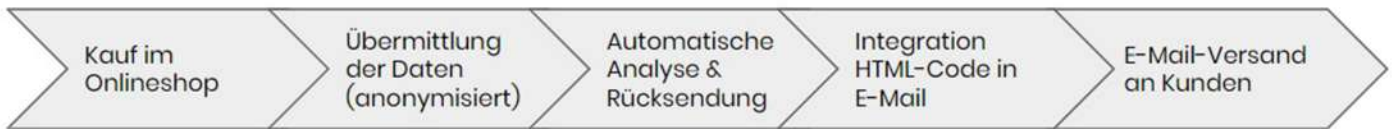
Picalike bekommt erst nach Kaufabschluss die Daten übermittelt. Diese Daten sind gehashed, d.h. anonymisiert und können keiner natürlichen Person zugeordnet werden. Somit bleibt der Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten bestehen und die DSGVO-Konformität ist gewährleistet.





# Funktion & Integration

Nach Kaufabschluss übermittelt der Onlineshop die Daten anonymisiert an picalike. Dort werden die Daten automatisch analysiert und zurück an den Onlineshop gesendet. Jetzt muss nur noch die Integration ins Mailing stattfinden. Dafür wird im Mail-Template ein HTML-Code eingefügt und schon kann die E-Mail rausgeschickt werden.



DSGVO-konform



Trifft den Geschmack der Kunden



Automatisiert und ohne Integrationsaufwand



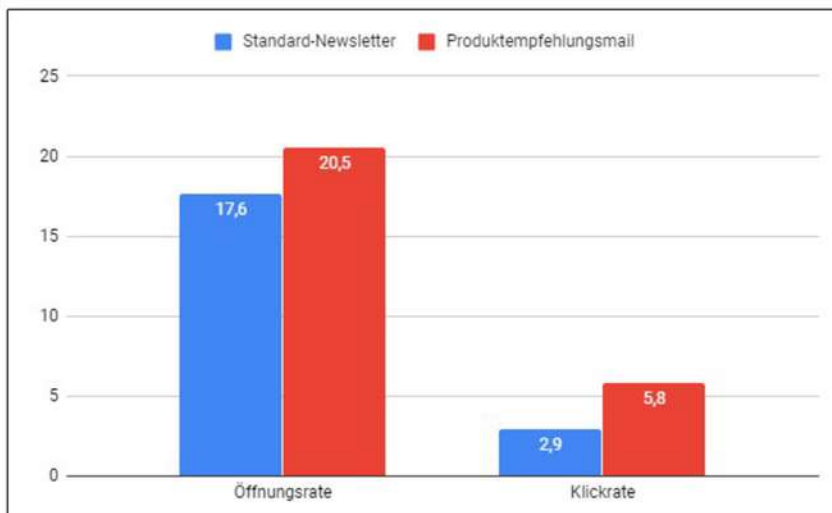
Reaktiviert „Schlafende“ Kund\*innen

*Automatisch generierte Produktempfehlungen auf Basis des letzten Onlinekaufs.*

Beispiel Produktempfehlungsmail von witt-weiden.de

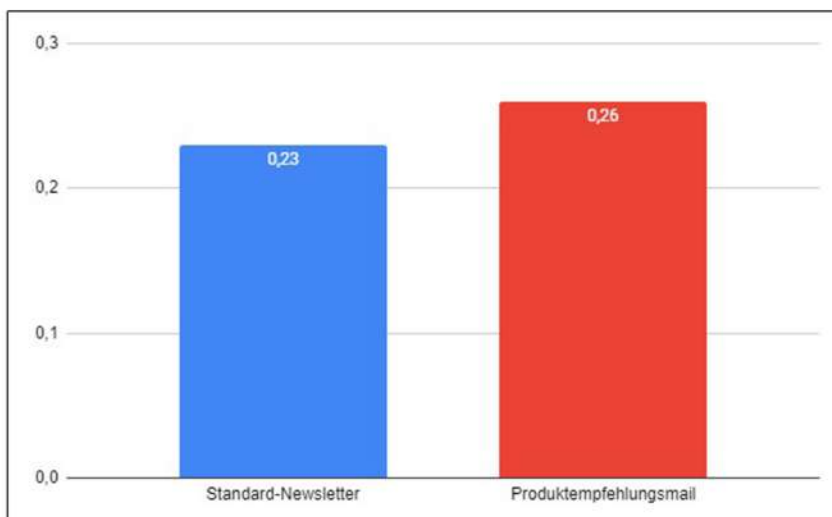
# Die Ergebnisse

## KPIs der Witt-Gruppe



2019 verschickte der Onlineshop witt-weiden.de 14 Standard-Newsletter pro Monat und alle 6 Wochen Mailings mit picalikes Produktempfehlungen. Letztere hatten eine höhere Öffnungsrate (20,5%) und eine fast doppelt so hohe Klickrate (5,8%) im Vergleich zum Standard-Newsletter.

Die Mailings mit picalikes Produktempfehlungen weisen im Schnitt eine 13% höhere Konversionsrate als die regulären Newsletter auf. Dieser Effekt wird zusätzlich verstärkt, da der Empfängerpool noch einmal um 70% größer ist als der der Newsletter-Abonent\*innen. Somit schafft es die Witt-Gruppe nicht nur, ihre Kunden effektiver anzusprechen, sondern auch den Empfängerkreis signifikant zu erweitern. Die Kombination aus beiden Faktoren hat somit in den ersten sechs Monaten nach Implementierung bereits zu einem zusätzlichen Umsatz von 500.000 EUR geführt.



+70%

„Picalikes Produktempfehlungsmails bringen uns nochmal 70% on top an anzuschreibende Adressen.“

– Florian Ziegler

Ein Vergleich – Standard-Newsletter versus Newsletter mit picalikes Produktempfehlungen – wäre in diesem Fall nicht richtig, da mit den Produktempfehlungsmails nicht nur Newsletter-Abonent\*innen, sondern zusätzliche Empfänger (Kund\*innen) angesprochen werden. Bei der Witt-Gruppe macht dies einen zusätzlichen E-Mail-Adresspool von 70% aus.

Jetzt neu

# Complete the Look mit Mailing-Integration

Die Logik hinter picalikes Complete the Look (siehe S. 6) lässt sich ebenso gut und ohne tiefgreifende HTML-Kenntnisse in bestehenden Mailings integrieren.

Die Witt-Gruppe nutzt seit Kurzem die Complete-the-Look-Integration bei Bestellbestätigungen, Sendungsausgängen, Zahlungseingängen in Form von Service- und Transaktionsmails sowie in Kundenreaktivierungstrecken (3-stufig zur Reaktivierung von Newsletter-Empfängern).

Auch hier wird auf einen bereits bestellten Artikel Bezug genommen und ein dazu passendes Outfit präsentiert.



Kampagnenbild

Look zur Kampagne

**YOUR SHOP**

### Bestellbestätigung

Sehr geehrte Frau Musterfrau,

Ihre Bestellung ist soeben bei uns eingegangen. Wir bearbeiten diese umgehend.

**Vertragsinformationen:**

Auftragsdatum: 12.11.2019  
Bestellnummer: 0123456789  
Kundennummer: 9876543210

---

**Ihre Bestellung:**

	1 Stk.	ANY OTHER BRAND Business-Hose (Schwarz, Größe 38) Artikelnummer: 012345678	€ 79,95
---	--------	--	---------

---

Schluss:	€ 79,95
Körvendatum:	€ 0,00
<b>zu zahlender Betrag:</b>	<b>€ 79,95</b>
inkl. 19% MwSt:	€ 15,19

---

**Basierend auf Ihrem Einkauf, können Sie mit den folgenden Artikeln Ihren Look vervollständigen:**

			
Bluse 39,95 €	Pumps 69,95 €	Handtasche 189,95 €	Blazer 99,95 €

**Anmerkungen zu Rücksendungen:**

Wir verstehen, dass es manchmal einfach nicht passt. Aus diesem Grund können Sie uns auch die bestellten Artikel zurücksenden. Eine genaue Anleitung finden Sie [hier](#).

Wir bedanken uns für Ihren Einkauf.

Mit besten Grüßen,

Ihr Onlineshop

Beispiel eines Mailings mit CTL-Einbindung

## Fallback-Lösung

Wurde zu einem Referenzprodukt kein passendes Outfit gefunden, dann kann z.B. ein *Top Performer Look* präsentiert werden. Oder ein Outfit, das man beispielsweise aufgrund einer Marketing-Kampagne hervorheben möchte.

---

# Quellen

- Witt-Gruppe  
<https://www.witt-gruppe.eu/>  
<https://www.witt-weiden.de/>
- Picalike GmbH  
<https://www.picalike.com/de/>
- Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz  
[https://www.gesetze-im-internet.de/uwg\\_2004/\\_\\_.html](https://www.gesetze-im-internet.de/uwg_2004/__.html)

## BILDER

- Tingey Injury Law Firm via unsplash.com  
<https://unsplash.com/photos/yCdPU73kGSc>
- Debby Hudson via unsplash.com  
[https://unsplash.com/photos/atW3fbSy\\_9Y](https://unsplash.com/photos/atW3fbSy_9Y)
- Oatawa via shutterstock.com  
<https://www.shutterstock.com/image-photo/closeup-woman-hand-using-laptop-pc-646100272>

## ICONS

via flaticon.com

<https://www.flaticon.com/de/autoren/smashicons>  
<https://www.flaticon.com/de/autoren/freepik>  
<https://www.flaticon.com/de/autoren/eucalyp>  
<https://www.flaticon.com/de/autoren/pixelmeetup>  
<https://www.flaticon.com/authors/monkik>  
<https://www.flaticon.com/authors/srip>

## TEXT

Lea Schilling

## LAYOUT & DESIGN

Lea Schilling

Copyright © June 2020 Picalike GmbH

# Get in Touch



Picalike GmbH  
c/o Betahaus  
Eifflerstraße 43  
22769 Hamburg  
Deutschland

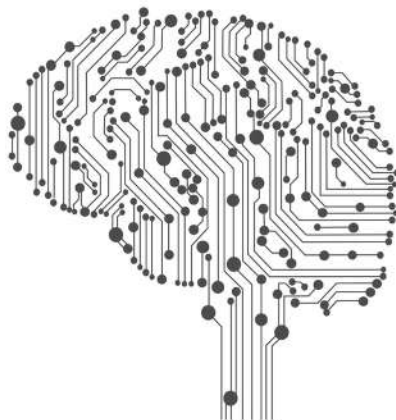


+49 40 468 95 170



[info@picalike.com](mailto:info@picalike.com)

[www.picalike.com](http://www.picalike.com)



 **picalike.ai**  
MARKET INTELLIGENCE