

Für Kapitel 3: Informationssysteme: Strategie und Organisationen der Wertschöpfung

Video-Case 3: IT und Geo-Mapping

Zusammenfassung

Emily Meyer und Leigh Rawdon starteten 2002 mit The Tea Collection einen Großhandelsunternehmen für Kindermode. Ihre erste Produktlinie bestand aus drei Babypullovern und einem Shop. Heute verfügt The Tea Collection über 300 Warenhäuser und Boutiquen und handelt auch mit Damenmode. Informationstechnologien spielten eine wichtige Rolle bei ihrem Erfolg in Design, Produktion, Kundenansprache und Marketing.



http://www.youtube.com/watch?v=3_GmukX5sfM; L=4:57

Video-Case

Informationstechnologie ist nicht nur etwas für riesige multinationale Konzerne. Auch kleine Unternehmensgründer setzen auf Informationstechnologien, um all das zu machen, was bisher nur bei großen Firmen möglich schien, wenn auch in einem viel kleineren Maßstab. Dank IT können kleine Firmen nach außen viel größer erscheinen als sie sind und auch so handeln, was die Unternehmer stärkt und Bedingungen für nachhaltiges und schnelles Wachstum schafft. The Tea Collection (teacollection.com) veranschaulicht, wie Unternehmen mit billigen, aber leistungsstarken Informationstechnologien ein erfolgreiches Unternehmen aufziehen können.

The Tea Collection ist ein Mode-Label, das 2002 von Emily Meyer und Leigh Rawdon in San Francisco gegründet wurde und am Anfang aus nur drei Babypullovern aus Pima-Baumwolle bestand. Ihre Designsprache steht ganz im Zeichen der Verschmelzung von kultureller Vielfalt und Modedesign. Emily Meyer wuchs in Texas auf und begann bereits im zarten Alter von drei Jahren zu nähen. Sie und ihre Schwester wurden von klein auf von ihrer Mutter an Sprachen, Kunst und die verschiedenen Kulturen der Welt herangeführt. Aus Liebe zur Mode verließ Emily Texas und zog nach New York, wo sie bei Parsons Modedesign studierte. Anschließend verbrachte sie mehrere Jahre in Paris, kehrte jedoch zurück nach New York, um dort Männermode für Topdesigner wie Ralph Lauren, Perry Ellis und Alexander Julian zu entwerfen. Auf

ihrer nächsten Station, San Francisco, wohin sie die Liebe verschlagen hatte, arbeitete sie Tag und Nacht an den Entwürfen von Kinderkleidung für Gymboree und Esprit.

Leigh Rawdon hat einen gänzlich anderen Hintergrund, der den von Emily aber wunderbar ergänzt. Leigh lernte von ihrem Vater bereits in der zweiten Klasse, wie man Entrepreneur buchstabiert. Sie versuchte schon als Kind, die anderen Kinder der Nachbarschaft dazu zu überreden, Verkäufer zu spielen und Selbstgebackenes in der Nachbarschaft zu verkaufen. In der Highschool betrieb sie mit dem Verkauf von Luftballons ihr erstes Gewerbe. Nach einem Anglistikstudium am Davidson College tauchte sie wieder in die Geschäftswelt ein, erkannte aber schnell, dass sie nicht für andere arbeiten konnte und auf eigenen Beinen stehen musste.

Während ihres Studiums an der Harvard Business School suchte sie nach der zündenden Idee. Doch darauf stieß sie erst, als sie nach San Francisco zog, um im Silicon Valley zu arbeiten. Leigh und Emily lernten sich über ihre Ehemänner kennen. „Emily und ich konnten stundenlang – beim Kaffeetrinken oder auf Partys – über Emilys Idee eines Kinderbekleidungsunternehmens reden, das von den verschiedenen Kulturen der Welt und ihren Traditionen inspiriert sein sollte. Die Vorstellung, das Fremde zu etwas Vertrautem zu machen und die weite Welt in das private Heim und die Familie zu bringen, gefiel mir und entsprach meinen Prioritäten im Leben.“ Für beide war es die richtige Idee zur richtigen Zeit.

Fast zehn Jahre später läuft ihr Geschäft sehr gut. Sie sind seit fünf Jahren kontinuierlich an erster Position auf der Liste des Inc Magazine der am schnellsten wachsenden Privatunternehmen. Inzwischen haben sie ihr Sortiment um Damenmode erweitert. Nebenbei arbeitet Leigh als Dozentin an der Stanford Business School und frönt auch dort ihrer Leidenschaft für unternehmerisches Denken und Handeln, das sie einer neuen Generation von aufstrebenden Einzelhandelsunternehmern vermitteln möchte.

Fragen zu dem Video-Case

1. Identifizieren Sie die wichtigsten Softwareanwendungen, die von The Tea Collection eingesetzt werden.
2. Inwiefern trägt die Geo-Mapping-Software zum Wachstum des Unternehmens bei? Erläutern Sie, wie die Handelsvertreter die Ergebnisse des Geo-Mapping-Systems nutzen.
3. Welches ist laut Video die größte technische Herausforderung? Wie ließe sich diese Herausforderung Ihrer Meinung nach meistern?
4. Glauben Sie, dass dieses Unternehmen mit der vorhandenen Software und Hardware, wie sie in diesem Video vorgestellt wurden, weiterhin so schnell wachsen kann? Warum beziehungsweise warum nicht?