



# News aus dem Verband der Deutschen Heimtextilien-Industrie

## As Is Known – Wettbewerbsvorteil für die europäische Heimtextilienindustrie

Gastbeitrag von Christine Kempchen

Die Abkürzung As Is Known steht für ein Projekt mit einer ebenso konkreten wie praxis-orientierten Vision, das künftig eine innovative und ausgesprochen kundenfreundliche Verkaufsstrategie möglich macht. Tatsächlich steht dahinter eine spezielle Software für den Fachhandel, mit der er die Wohnräume seiner Kunden digital einrichten und verändern kann. Der Kunde muss dazu nur zum Beratungsgespräch im Fachgeschäft ein Foto des einzurichtenden Raumes mitbringen, dass das dann ganz einfach in das As Is Known-System eingespielt werden kann.

Gemeinsam mit dem Berater können computergestützte Änderungen des Raumes vorgenommen werden, um den Einfluss von Farbe und Stoff am Bildschirm darzustellen. Denkbar dabei ist auch, dass sich Teppichbodenqualität bzw. -farbe ändern und Fenster mit einer persönlichen Gardinenauswahl gestalten lassen. Abgerundet wird das Spektrum durch die Möglichkeit, Möbelstoffe entsprechend zu variieren. Das Ergebnis ist die Visualisierung des eigenen Raumes, in dem Heimtextilien

farblich aufeinander abgestimmt werden können.

Das ist aber noch nicht alles: Als Gegenleistung ermittelt das intelligente System hinter As Is Known das Kaufverhalten des Kunden und übermittelt dieses zeitnah der Heimtextilienbranche, so dass nötige Anpassungen in der Produktion und dem Angebotsspektrum unverzüglich erfolgen können. Mit dieser Vision vor Augen, haben sich die Projektpartner dazu entschlossen, ein derartiges System im Rahmen eines europäischen Forschungsprojektes zu entwickeln und dem Fachhandel anzubieten.

### Die Beweggründe für das Projekt

Das Ziel von As Is Known ist die Entwicklung eines prototypischen Systems für einen integrierten Informationsfluss zwischen Kunden, Handel und Herstellern in der europäischen Heimtextilienbranche – alles mit Hilfe systematischer Technologien.

Die Heimtextilienbranche muss ihre Produktion kontinuierlich an den sich ständig ändernden Kunden-



MSc Christine Kempchen, Textiles & Flooring Institute (TFI), Aachen

geschmack anpassen, um konkurrenzfähig zu bleiben. Bedingt durch Fehleinschätzungen mit Blick auf zukünftiger Trends produziert die Branche jedoch bis zu 60% Überschussware. Hinzu kommt, dass die Hersteller unterschiedlicher Bereiche aus dem europäischen Heimtextiliensektor nicht kooperieren und sich dadurch gegenseitig bei der Entwicklung neuer Produkte behindern. Es findet daher auch kein Austausch des gemeinsamen Wissens statt, so dass Produktentscheidungen rein subjektiv sind. An dieser Stelle setzt As Is Known an. Die Produkte verschiedener Hersteller von Heimtextilien (vom

Teppichboden über Gardinen zu Möbelstoffen) werden gemeinsam von einem produzenten-unabhängigen Internetshop in dreidimensionalen virtuellen Showrooms präsentiert. Der Kunde hat darin die Möglichkeit, verschiedene Kombinationen beispielweise von Teppichboden und Vorhangstoffen auszuprobieren, so dass eine Kaufentscheidung ganz nach dem Geschmack des Käufers getroffen werden kann.

Das dahinter stehende System soll mit Hilfe semantischer Technologien das Generieren, Teilen und Wiederverwenden von Informationen und Wissen über Kundengeschmack und übergreifende Trends im Heimtextilensektor ermöglichen. Das System liefert zudem Entscheidungshilfen in Form von Trendvorhersagen durch die Zusammenführung von Käuferinformationen aus den verschiedenen Sektoren der Heimtextilienbranche und erlaubt einer stark trendabhängigen Industrie damit aufeinander abgestimmte, zukunftssträchtige Trendlinien auf den Markt zu bringen. Hierzu sammelt und integriert das As Is Known-System Produktinforma-

## As Is Known – auf einen Blick

As Is Known steht für das Wissensmanagement-Projekt mit dem vollständigen Titel „A Semantic-Based Knowledge Flow System for the European Home Textiles Industry“, das von der Europäischen Kommission im Rahmen des 6. Forschungsrahmenprogramms „Technologien für die Informationsgesellschaft (IST)“ gefördert wird. An diesem Projekt sind für die Dauer von drei Jahren (April 2006 bis März 2009) neun Partner aus sechs verschiedenen EU-Ländern beteiligt.

- BOC (BOC Information Technologies Consulting GmbH), Österreich
- BTB (HPSG-based Syntactic

- Treebank of Bulgaria; BulTreeBank), Bulgarien
- CD (Crystal Design OHG), Italien
- FIT (Fraunhofer-Institut für Angewandte Informationstechnik), Deutschland
- INKU (INKU Nemzetközi Kereskedelmi Kft.), Ungarn
- TFI (Textiles & Flooring Institute, Aachen) Deutschland
- UFTM (Union Française des Tapis & Moquettes), Frankreich
- Vorwerk (Vorwerk & Co. Teppichwerke GmbH & Co. KG), Deutschland
- ZLW-IMA (Zentrum für Lern- und Wissensmanagement, Lehrstuhl Information im Maschinenbau an der RWTH Aachen), Deutschland
- Projektkoordinator

tionen der beteiligten Branchen für die Kundenberatung sowie zur übergreifenden Analyse des Kundenverhaltens. Der Work-flow des Systems sieht mehrere Schritte vor:

- In Schritt 1 erfolgt die Zusammenführung der Produkt- und Preisinformationen verschiedener Hersteller von Heimtextilien.
- Diese Daten werden in Schritt 2 für ihre weitere Verwendung mit Hilfe semantischer Technologien unifiziert und aufbereitet.
- In Schritt 3 werden diese Daten in einem Kundenberatungs- und Bestellsystem in Form von herstellerunabhängigen Kombinationen angeboten. Der Kunde kann ein virtuelles Zimmer mit unterschiedlichen Heimtextilien wie Teppichböden, Vorhängen und Kissenbezügen ausstatten. Neu ist dabei, dem Kunden eine breite Palette von Produkten verschiedener Hersteller in Kombination anzubieten. Dabei werden die betrachteten Kombinationen, die Betrachtungsdauer sowie die Bestellung des Kunden mit Hilfe eines für die Auswertung solcher Daten geeigneten Systems anony-

- misiert aufgezeichnet.
- Die aufgezeichneten Daten werden in Schritt 4 mit Hilfe von Daten- und Textmining-Tools hinsichtlich aktueller und zukünftiger Trends analysiert. Die Daten der Kunden werden an die verschiedenen Hersteller weitergeleitet. Bei der Trendanalyse werden unter anderem geografische Daten sowie Trendbook-Informationen berücksichtigt. Die Ergebnisse der Trendanalysen werden sowohl an die Hersteller weitergegeben als auch für das Generieren neuer Kombinationsvorschläge in das virtuelle Kundenberatungs- und Bestellsystem eingespeist.

Das Projekt As Is Known stellt somit eine gemeinschaftliche Arbeitsumgebung und Wissensbasis für die Identifikation zukunftssträchtiger Trendlinien in der europäischen Heimtextilienbranche dar. Mit Hilfe semantischer Technologien, Ontologien sowie Daten- und Textmining-Tools werden Informationen und explizites Wissen über Kundengeschmack und übergreifende Trends generiert, transferiert und wieder verwendet. Dieses explizite

Wissen wird um das Erfahrungswissen der Spezialisten der Branche ergänzt und führt somit zu „neuem“ Wissen und einem Wettbewerbsvorteil für die europäische Heimtextilienindustrie. Dieses „neue“ Wissen dient als eine gemeinsame Entscheidungsgrundlage, um harmonisierte Trendlinien verschiedener Produzenten von Heimtextilien auf den Markt zu bringen. Somit wird der unsichere Prozess des „Vorhersagens“ von zukünftigen Kundenbedürfnissen, der häufig zu substantiellen Fehleinschätzungen und somit zu wirtschaftlichen Einbußen in Form nicht verkaufter Artikel oder nicht genutzter Marktpotenziale führt, „gewisser“.

Die Entwicklung des ganzheitlichen As Is Known-Systems soll während der nächsten drei Laufjahre des Projektes anhand von Anforderungs-

befragungen industrienah erfolgen. Dazu ist das Projektteam immer auf der Suche nach interessierten Firmen, die ihre Wünsche und Anforderungen an ein solches System mitteilen, so dass diese bei der iterativen Systementwicklung berücksichtigt werden können. Wer Interesse an einer Kooperation hat, kann mit der Textiles & Flooring GmbH in Kontakt treten. Einen ersten Eindruck des Projekts vermittelt die Webseite [www.asisknown.org](http://www.asisknown.org).

**Kontakt:**  
*Textiles & Flooring Institute GmbH*  
 Dipl.-Ing. M. Techn.  
 Christiane Finetti-Imhof  
 MSc Christine Kempchen  
 Charlottenburger Allee 41  
 D-52068 Aachen  
 +49 (0)241/96 79-0  
[cfinetti@tfi-online.de](mailto:cfinetti@tfi-online.de)  
[ckempchen@tfi-online.de](mailto:ckempchen@tfi-online.de)

