

PRESSEMITTEILUNG

14. September 2017

Digitalisierung senkt Kosten und verkürzt Lieferzeiten im Modehandel

McKinsey-Studie: Potenzial von Niedriglohnländern zur Kostensenkung fast ausgeschöpft – Rückgang der Exporte aus China – Automatisierung in der Produktion bietet Chancen für Herstellung in Europa

DÜSSELDORF. Seit Jahren ist der Modesektor auf der Suche nach immer kostengünstigeren Standorten für die Produktion. Jetzt gerät dieser Trend an ein Ende. China scheint als Hauptbeschaffungsland für Kleidung seinen Zenit überschritten zu haben. Erstmals seit 2014 sinkt das Exportvolumen aus China und Hongkong um 8 Prozentpunkte. Auch andere große Bekleidungsexporteure wie Bangladesch, Vietnam und Indien verzeichnen erstmals ein geringeres Wachstum. Jeder zweite Einkaufschef von Bekleidungsunternehmen erwartet, dass bereits 2025 niedrige Löhne nicht mehr der Hauptgrund für Wahl des Beschaffungsortes sein werden, sondern die Digitalisierung.

Das sind zentrale Ergebnisse der Studie „The apparel sourcing caravan’s next stop: Digitization“ von McKinsey & Company. Für die internationale Studie befragte die Unternehmensberatung die Einkaufschefs von 63 führenden Bekleidungsunternehmen, die zusammen für rund 135 Mrd. US-Dollar Einkaufsvolumen verantwortlich sind. Bereits 2011, 2013 und 2015 hatte McKinsey die Top-Einkäufer befragt.

"Der Modehandel sieht sich sinkenden Gewinnmargen, steigenden Warenüberhängen und massiv verändertem Konsumentenverhalten gegenüber. Modeunternehmen müssen sich schneller und agiler auf die Wünsche der Konsumenten einstellen", sagt der Leiter der Modeindustriieberatung bei McKinsey, Seniorpartner Achim Berg. "Die Digitalisierung bietet großes Potenzial, um die Beschaffungszeiten zu verkürzen und so den Kunden die Produkte zu bieten, die sie wünschen.“ Für die Wahl des Produktionsortes seien in Zukunft digitale Fähigkeiten wie Advanced Analytics entscheidend. Wichtig seien auch die technologische Zusammenarbeit mit Zulieferern und virtuelle Prototypen. Die meisten befragten Einkaufschefs erwarten, dass Digitalisierung ihre Kosten um rund 5% senken und die Beschaffungszeit um zwei bis vier Wochen verkürzen wird. Den größten Erfolg versprechen sich die Einkaufschefs von effizienteren Prozessen in der fragmentierten Wertschöpfungskette: 83% erwarten, die Digitalisierung des Prozessmanagements werde zu schnelleren Entscheidungen, weniger Fehlern und mehr Kundenorientierung führen.

Automatisierung als Chance für Re-Shoring

Vor allem die Automatisierung in der Produktion wird zu einer Neuorientierung in der Beschaffung führen. Mehr als 50% der Befragten erwarten, dass 2025 die Wahl des Beschaffungsortes aus Automatisierungsgründen und nicht allein wegen der Kosten getroffen wird. Weitere rund 30% schätzen, dass dies bis 2030 der Fall sein wird.

"Die Automatisierung wirft auch ein neues Licht auf das Proximity Sourcing, also die Beschaffung in geografischer Nähe. Jeder zweite Einkaufschef gibt an, dass Proximity Sourcing an Bedeutung gewinnen wird, auch um den Kundenwünschen nach schnell verfügbaren Produkten gerecht zu werden", erklärt Saskia Hedrich, Co-Autorin des Reports. Jeder dritte europäische Einkaufschef geht sogar davon aus, dass der Trend zum Re-Shoring (Rückführung der Produktion ins Heimatland) sich durch Automatisierung verstärken wird; bei den US-amerikanischen Einkaufsverantwortlichen sind es sogar mehr als 50%. Allerdings hält ein Fünftel der Befragten den Aufbau von Produktionskapazität in Europa oder den US aufgrund von Automatisierung bereits innerhalb der nächsten fünf Jahre für eine Illusion.

China noch alternativlos

Auch auf mittlere Sicht werde China eine wichtige Rolle spielen. Das Land wird von 81% der Einkaufschefs bei der Digitalisierung im Sourcing als führend angesehen. Erst mit großem Abstand folgen Türkei und Bangladesch. Berater Berg: "Wir erwarten vorerst ein Nebeneinander von automatisierter Produktion in reifen Märkten für modische Produkte und manueller Produktion von Basicprodukten in Niedriglohnländern."

Hintergrund

McKinsey & Company ist die in Deutschland und weltweit führende Unternehmensberatung für das Topmanagement. 27 der 30 DAX-Konzerne zählen aktuell zu den Klienten. In Deutschland und Österreich ist McKinsey mit Büros an den Standorten Berlin, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, Köln, München, Stuttgart und Wien aktiv, weltweit mit über 120 Büros in mehr als 60 Ländern.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Adriana Clemens, Telefon 0211 136-4503,

E-Mail: adriana_clemens@mckinsey.com

www.mckinsey.de/medien

[Alle Pressemitteilungen im Abo auf Twitter: @McKinsey_de](#)