

ERGEBNISSE DES BRANCHENMONITOR LOGISTIK 2025

GermanFashion Modeverband Deutschland e.V.
erstellt durch die GCS Consulting GmbH



Inhaltsverzeichnis

Ergebnisse des Branchenmonitor Logistik

<i>Der Branchenmonitor Logistik</i>	3
Teilnehmende Unternehmen – Überblick	4
<i>Kapitel 1: Globale Beschaffung & Inbound-Strukturen</i>	
1.1 Beschaffungsstruktur 2025	6
1.2 Resilienz & Krisenmanagement	7
1.3 Kostenstruktur der Logistik	8
<i>Kapitel 2: Intralogistik & Lagerperformance</i>	
2.1 Organisationsmodell	10
2.2 Automatisierungsgrad & Technologieeinsatz	11
<i>Kapitel 3: Outbound & Distribution – Kundenbelieferung im Fokus</i>	
3.1 Servicelevel & Leistungsportfolio	13
2.2 Nachhaltigkeit & Verpackung	14
2.3 Kosten & Optimierungspotential	15
<i>Kapitel 4: Retourenlogistik – Effizienztreiber oder Kostenblock?</i>	
4.1 Organisationsmodell und Skalierbarkeit	17
4.2 Performance, Kosten & Steuerung	18
<i>Fazit</i>	19

Der Branchenmonitor Logistik 2025



Wir freuen uns, Ihnen die Zusammenfassung des Branchenmonitor Logistik in der Modebranche für das Jahr 2025 präsentieren zu können. Nachdem wir in den Jahren 2023 und 2024 bereits wertvolle Einblicke in die Entwicklungen und Herausforderungen der Logistik gewinnen konnten, setzen wir unsere Untersuchungen fort und vertiefen die gewonnenen Erkenntnisse.

Über vier Quartale hinweg haben wir auch im Jahr 2025 zentrale Bereiche der Logistik untersucht, darunter Logistikkosten, Beschaffung, Transport, Lagerlogistik, Auslieferung, Retouren, Digitalisierung sowie weitere Zukunftsthemen. Durch den fortlaufenden Vergleich der Ergebnisse lassen sich Entwicklungen über mehrere Jahre hinweg sichtbar machen und Trends in der Branchenlogistik besser einordnen.

Der vorliegende Jahresbericht bietet eine umfassende Analyse der aktuellen Entwicklungen und zeigt auf, wie sich zentrale Kennzahlen und Strukturen im Vergleich zu den Vorjahren verändert haben. Bereits in den vergangenen Auswertungen wurden unter anderem Veränderungen in Beschaffungsstrukturen, steigende Anforderungen an Transparenz in der Supply Chain sowie Anpassungen in Transport- und Lagerprozessen sichtbar. Die Ergebnisse des Jahres 2025 knüpfen an diese Entwicklungen an und liefern weitere Einblicke in aktuelle Herausforderungen und strategische Handlungsfelder der Unternehmen.

Mit den Ergebnissen dieses Berichts möchten wir Impulse für die Weiterentwicklung logistischer Strategien geben und Unternehmen dabei unterstützen, ihre Prozesse effizienter, resilienter und transparenter zu gestalten. Auch im Jahr 2026 werden wir den Branchenmonitor fortführen und weiterhin regelmäßige Updates sowie eine jährliche Gesamtauswertung veröffentlichen, um Entwicklungen in der Logistik der Modebranche kontinuierlich zu begleiten.

Wir bedanken uns herzlich für Ihr anhaltendes Interesse sowie für Ihre aktive Teilnahme an unseren Umfragen und freuen uns darauf, Sie auch im kommenden Jahr mit fundierten Analysen und Einblicken zu unterstützen.

Branchenmonitor Logistik

Teilnehmende Unternehmen und ihre Sortimente

Die teilnehmenden Unternehmen decken ein breites Spektrum der Modebranche ab. Besonders stark vertreten sind Unternehmen mit Sortimenten für Herrenmode (69 %) und Damenmode (52 %). Ergänzend spielen auch Accessoires (36 %) sowie Schuhe (27 %) eine wichtige Rolle. Weitere Segmente wie Sport & Outdoor (18 %) und Arbeitsschutz (16 %) zeigen zusätzlich die Vielfalt der teilnehmenden Unternehmen. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass die Umfrage unterschiedliche Marktsegmente der Modebranche abbildet und damit verschiedene logistische Anforderungen entlang der Supply Chain berücksichtigt.

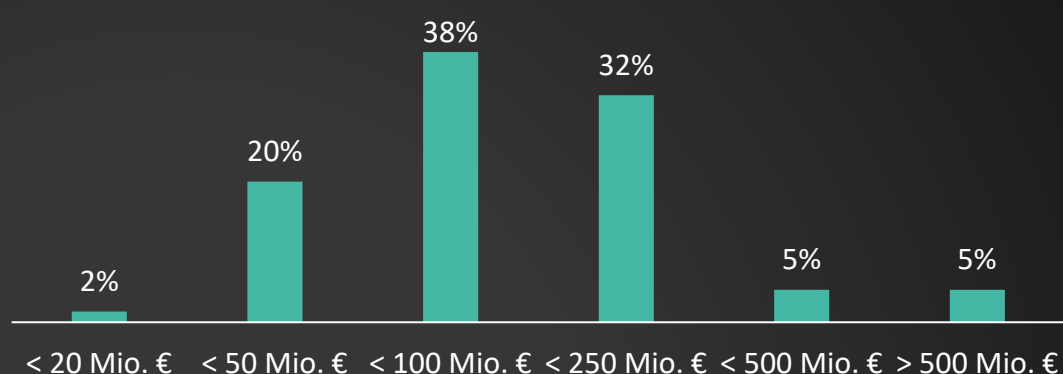


Teilnehmende Unternehmen & ihre Sortimente

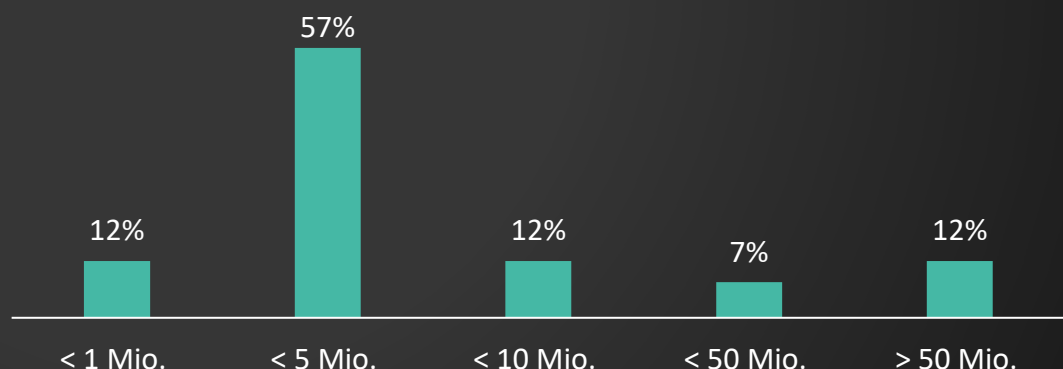
	Women	52%
	Men	69%
	Kinder	12%
	Accessoires	36%
	Schuhe	27%
	Sport & Outdoor	18%
	Arbeitsschutz	16%



Netto-Umsatz der befragten Unternehmen



Absatzmenge



Die befragten Unternehmen verteilen sich auf unterschiedliche Umsatz- und Absatzsegmente. Der größte Anteil der Unternehmen erzielt einen Jahresumsatz zwischen 50 Mio. € und 250 Mio. €, während kleinere Unternehmen unter 50 Mio. € ebenfalls einen relevanten Anteil ausmachen. Unternehmen mit Umsätzen über 500 Mio. € sind dagegen nur vereinzelt vertreten.

Auch bei den Absatzmengen dominieren kleinere Volumina. Mehr als die Hälfte der Unternehmen vertreibt bis zu 5 Millionen Einheiten pro Jahr, während höhere Absatzvolumina bei ca. einem Drittel der teilnehmenden Unternehmen vorkommen. Dies unterstreicht die mittelständisch geprägte Struktur der Textilbranche und die damit verbundenen Anforderungen an flexible Prozesse.

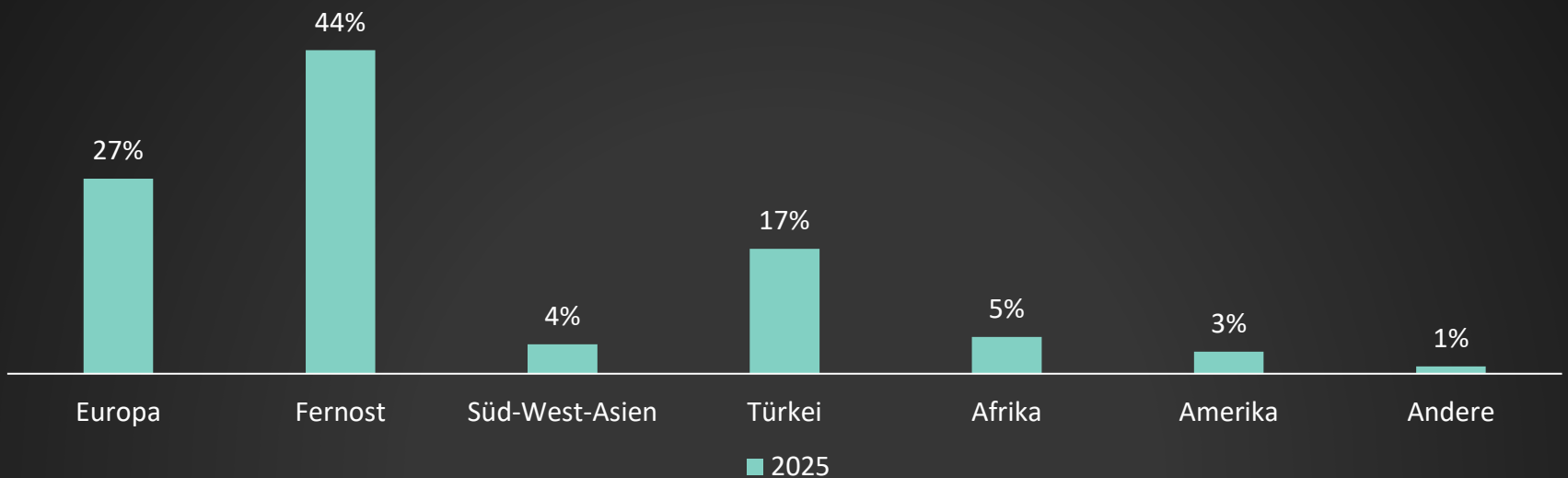
Branchenmonitor Logistik

Kapitel 1: Globale Beschaffung & Inbound-Strukturen


Branchenmonitor Logistik

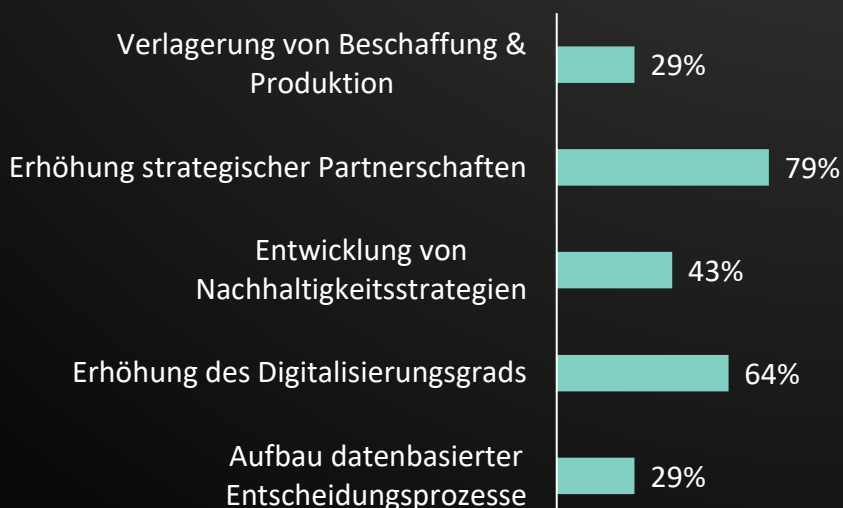
1.1 Globale Beschaffungsstruktur

 Anteil Beschaffungsregionen 2025



Die teilnehmenden Unternehmen decken ein breites Sortimentsspektrum der Textilbranche ab was sich auch in den stetigen Entwicklungen der Beschaffungsmärkte widerspiegelt. Während im Jahr 2024 die Beschaffung in Europa (mit 40%) deutlich größere Anteile zu verzeichnen hatte liegt der Beschaffungsanteil mit 27% in 2025 deutlich darunter. Fernost und Süd-West-Asien machen mit ca. 50% nach wie vor den größten Anteil in der Beschaffung aus. Die Türkei liegt auch im Jahr 2025 mit einem Anteil um die 20% auf beständigem Niveau. Die Beschaffungsregionen Afrika, Amerika und einzelnen andere machen für die Mitgliedsunternehmen weniger als 10% des Volumens aus.

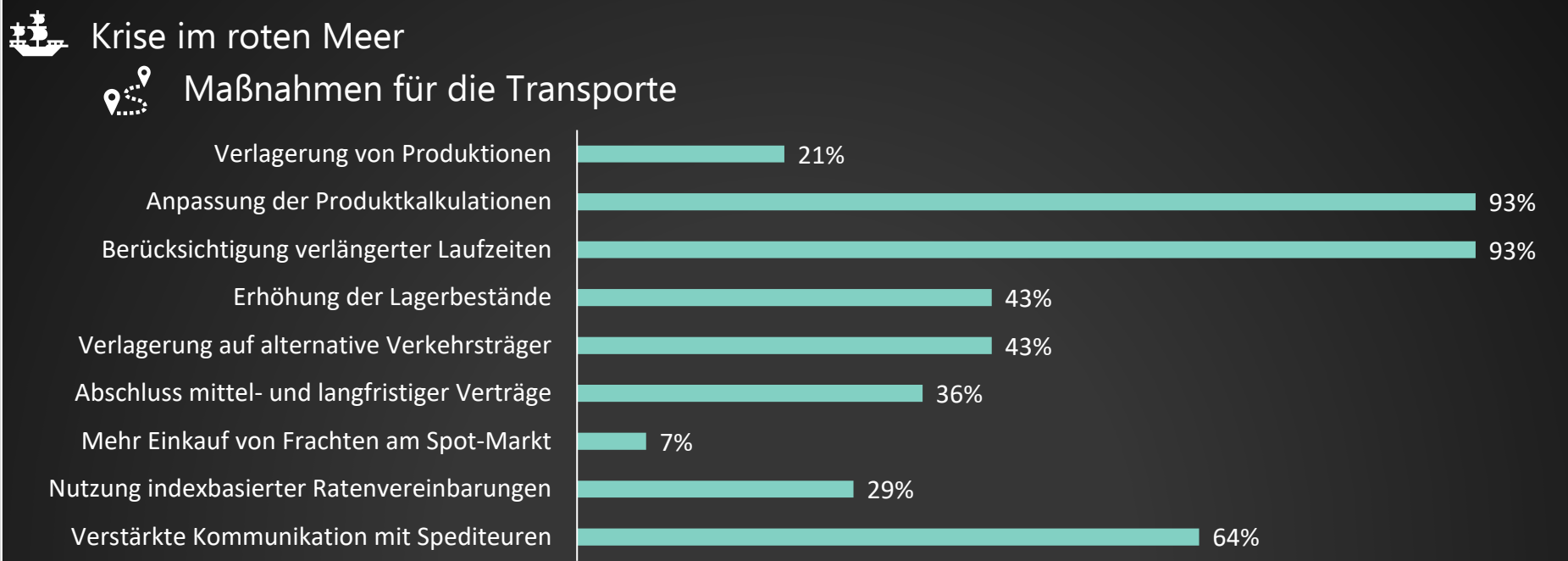
 Herausforderungen in Bezug auf Globale Lieferketten, Rohwaren- und Kapazitätsengpässe sowie Nachhaltigkeitsanforderungen?




Die aktuellen Herausforderungen in globalen Lieferketten führen dazu, dass Unternehmen verstärkt auf strategische Partnerschaften setzen. 79% der befragten Unternehmen sehen den Ausbau langfristiger Lieferantenbeziehungen als zentrale Maßnahme zur Stabilisierung ihrer Beschaffung. Gleichzeitig investieren viele Unternehmen in eine stärkere Digitalisierung der Prozesse (64 %) sowie in Nachhaltigkeitsstrategien entlang der Lieferkette (43 %). Maßnahmen wie die Verlagerung von Beschaffung oder Produktion (29%) sowie der Aufbau datenbasierter Entscheidungsprozesse (29%) werden ebenfalls genutzt, um Lieferketten resilienter und transparenter zu gestalten.

Branchenmonitor Logistik

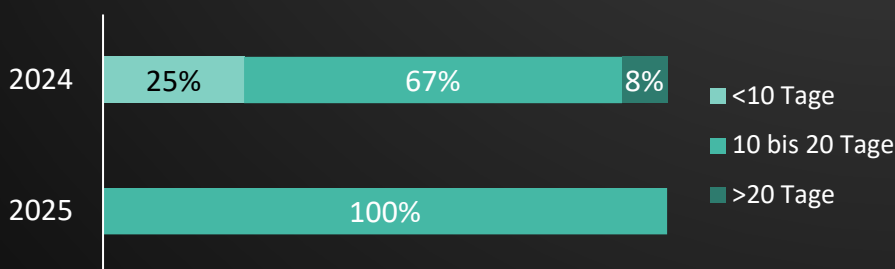
1.2 Transportstruktur und operative Inbound-Logistik



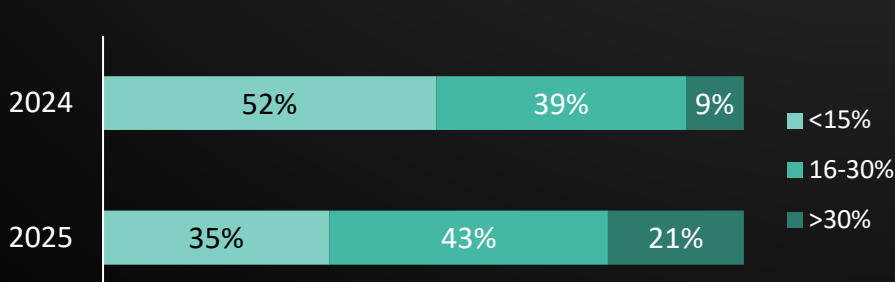
Die Krise im Roten Meer hat viele Unternehmen zu operativen Anpassungen in der Transportplanung gezwungen. Besonders häufig reagierten Unternehmen mit einer Anpassung der Produktkalkulationen sowie der Berücksichtigung verlängerter Laufzeiten (je 93 %). Eine verstärkte Kommunikation mit Spediteuren (64%) sowie der Aufbau höherer Lagerbestände (43%) spielten eine wichtige Rolle, um Risiken Transportrisiken abzufedern. Zusätzlich setzt man, da wo möglich, auf alternative Verkehrsträger (43%) oder langfristige Verträge mit Logistikpartnern (36%), um Kapazitäten zu sichern.

 **Auswirkungen der Krise auf Transporte**

 **Laufzeitverlängerung**



 **Kostensteigerung**

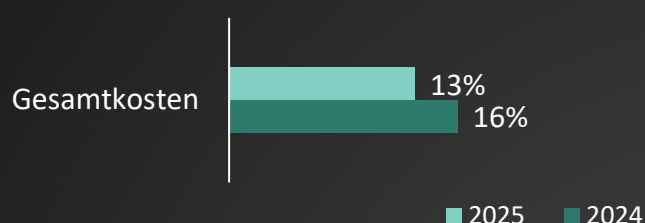


Die Auswirkungen der vergangenen Transportkrisen zeigten sich insbesondere bei Laufzeiten und Kosten. Während im Jahr 2024 ein Großteil der Transporte noch Verzögerungen von 10 bis 20 Tagen aufwies (67%), berichten 2025 alle befragten Unternehmen von derartig verlängerten Transportlaufzeiten. Gleichzeitig stiegen auch die Transportkosten weiter an: Der Anteil der Steigerungen von mehr als 30% hat gegenüber des Vorjahreszeitraums deutlich zugenommen und lag in 2025 bei 21%. Geopolitische Spannungen und gestörte Transportwege sind damit auch im Jahr 2025 das alles bestimmende Thema der globalen Lieferketten in der Textilbranche gewesen und stellen Unternehmen nachhaltig vor Herausforderungen.

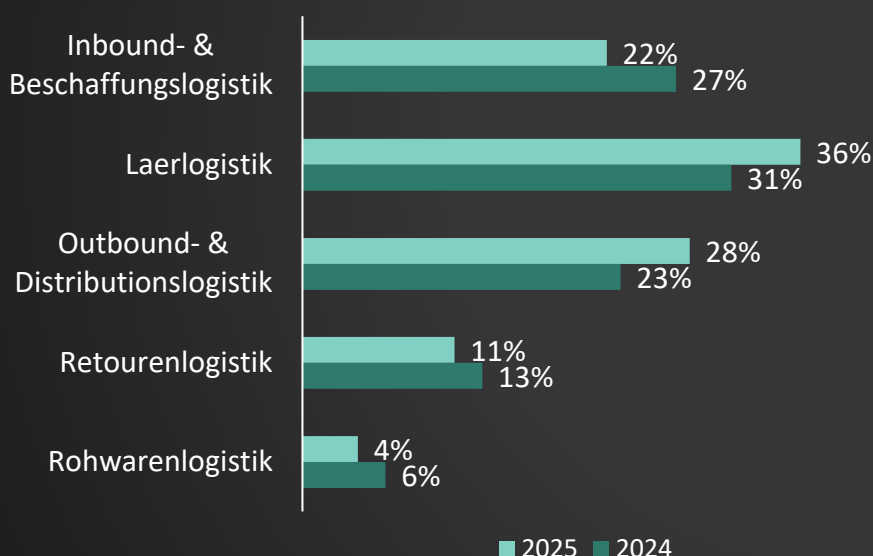
Branchenmonitor Logistik

1.3 Kostenstruktur der Logistik

Anteil am Umsatz



Anteil je Bereich an Gesamtlogistikkosten



Die Logistikkosten der befragten Unternehmen liegen im Jahr 2025 durchschnittlich bei 13% des Umsatzes und damit leicht unter dem Vorjahreswert von 16%. Trotz dieses Rückgangs bleibt die Logistik ein wesentlicher Kostenfaktor innerhalb der Wertschöpfungskette der Unternehmen in der Textilindustrie. Innerhalb der Gesamtkostenstruktur entfällt der größte Anteil mit 36% weiterhin auf die Lagerlogistik, gefolgt von der Outbound- und Distributionslogistik (28%) sowie der Inbound- und Beschaffungslogistik (22%). Die Retourenlogistik macht 11% der Gesamtkosten aus, während die Rohwarenlogistik, da wo vorhanden, mit 4% den vergleichsweise geringsten Anteil aufweist.

Die Ergebnisse zeigen, dass insbesondere Lagerhaltung und Distribution zentrale Kostentreiber bleiben. Der Rückgang des Logistikkostenanteils deutet darauf hin, dass Unternehmen ihre Prozesse optimieren und versuchen Potentiale entsprechend zu nutzen.

Bei den Logistikkosten pro Stück zeigen sich Unterschiede zwischen den Vertriebskanälen. Im B2B-Bereich liegen die Kosten vom Wareneingang bis zum Warenausgang bei durchschnittlich 1,81 € pro Artikel, während sie im B2C-Geschäft bei 2,07 € um ca. 15% höher ausfallen. Kleinteiligere Auftragsstrukturen und höhere Anforderungen an Kommissionierung und Versand im Endkundengeschäft führen hier zu höheren Kosten. Noch höher fällt der Unterschied bei der Retourenbearbeitung aus: Hier entstehen im B2B-Bereich durchschnittliche Kosten von 3,20 € pro Artikel, während im B2C-Geschäft mit 3,72 € nochmals 16% höhere Aufwände für die Bearbeitung anfallen.



Logistikkosten pro Stück

	B2B	B2C
Wareneingang bis Warenausgang	1,81 €	2,07 €
Retouren	3,20 €	3,72 €

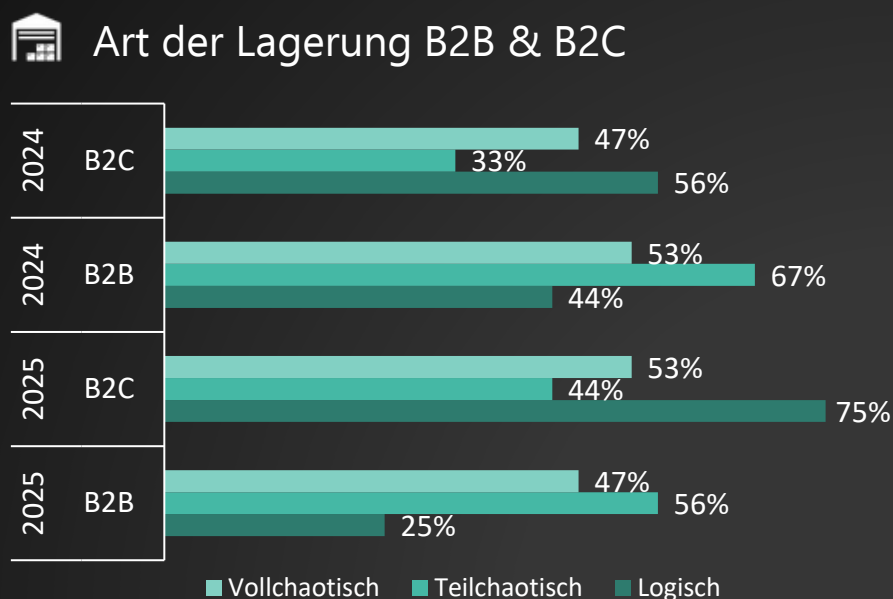
Dies unterstreicht die höhere Komplexität und den zusätzlichen operativen Aufwand bei Retourenprozessen, insbesondere im Endkundengeschäft. Insgesamt zeigen die Ergebnisse, dass Retourenprozesse weiterhin ein relevanter Kostenfaktor innerhalb der Logistikstrukturen bleiben.

Branchenmonitor Logistik

Kapitel 2: Intralogistik & Lagerperformance

Branchenmonitor Logistik

2.1 Lagerstruktur und Prozessdesign



Die Lagerstruktur unterscheidet sich zwischen B2B- und B2C-Logistikabwicklungen. Im B2B-Bereich nutzen 56% der Unternehmen Formen der teilchaotischen Lagerung während sogar eine vollchaotische Lagerung bei 47% der Unternehmen eine wichtige Rolle spielen. Logische Lagerstrukturen (z.B. nach Artikeln) werden bei 25% genutzt und nehmen damit deutlich ab. Die stärker werdende Differenzierung der Ein- und Auslagerstrategien erleichtert die Steuerung der unterschiedlich großen Auftragsvolumina und ermöglicht die Nutzung verschiedener standardisierter Kommissionierprozesse.

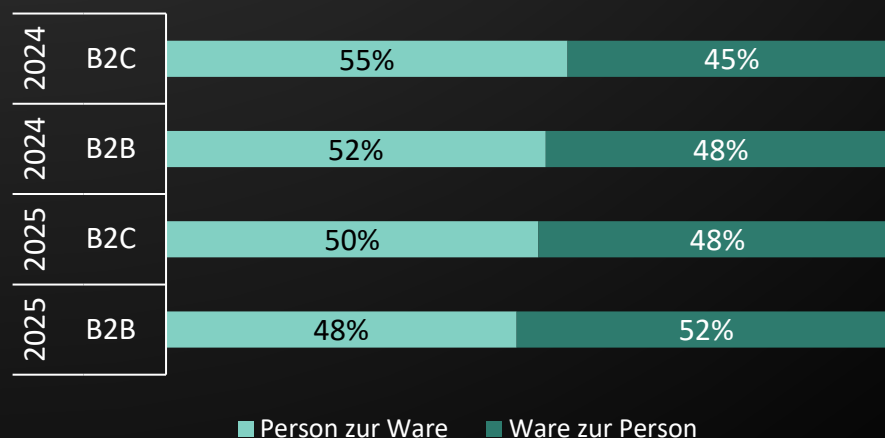
Im B2C-Bereich zeigen sich hingegen weiterhin stärkere Anteile der Nutzung von logischer Lagerhaltung (75% der Unternehmen) Teilchaotische (44%) und Vollchaotische Lagerung (53%) werden ebenfalls genutzt. Diese Entwicklung deutet darauf hin, dass Unternehmen ihre Lagerorganisation zunehmend differenzieren und dynamische und flexibel ausrichten.

Bei Beständen mit einer hohen Artikelvielfalt, schwankenden Mengen und kurzfristigeren Nachfrageänderungen bieten teilchaotische und vollchaotische Lagerstrukturen Vorteile hinsichtlich Flächennutzung und Zugriffsgeschwindigkeit.

Auch beim Kommissionierprinzip zeigen sich diese Unterschiede. Sowohl im B2B-, als auch im B2C-Geschäft werden die Kommissionierprinzipien „Ware zur Person“ und „Person zur Ware“ vom den Unternehmen eingesetzt. Im Vergleich zum Vorjahr zeigt sich, dass sich mit einem Anteil von 48% (B2C) und 52% (B2B) die Nutzung von „Ware zur Person“-Kommissionierungen bei den teilnehmenden Unternehmen leicht erhöht.

Diese Ergebnisse verdeutlichen, dass Unternehmen ihre Lager- und Kommissionierprozesse zunehmend an den spezifischen Anforderungen der Vertriebskanäle und Auftragsstrukturen ausrichten. Während im B2B-Geschäft häufig größere Auftragsstrukturen und standardisierte Abläufe dominieren, erfordert das B2C-Geschäft eine höhere Flexibilität sowie eine effiziente Bearbeitung vieler kleiner Einzelaufträge. Ein flexibler Umgang mit Lagerstrukturen gewinnt zur Leistungssteigerung zunehmend an Bedeutung.

 Kommissionierprinzip B2B & B2C



Branchenmonitor Logistik

2.2 Automatisierungsgrad & Technologieeinsatz

Automatisierungsgrad in der Logistik

Wareneingang	3,3 von 5 ★
Lagerung	3,5 von 5 ★
Kommissionierung	3,2 von 5 ★
Verpackung/Warenausgang	3,3 von 5 ★
Retoure	2,5 von 5 ★

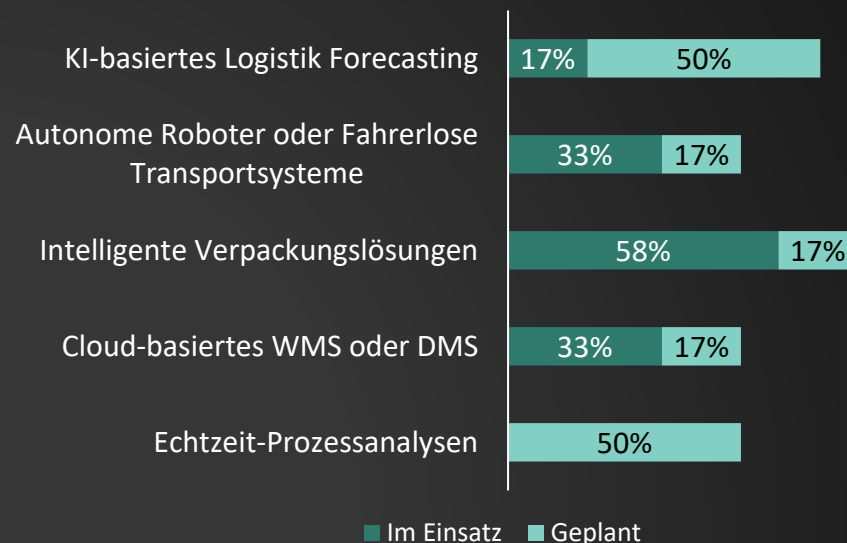
Der Automatisierungsgrad in der Logistik der Textilindustrie liegt insgesamt auf einem mittleren Niveau. Besonders in der Lagerung (3,53) sowie im Bereich Verpackung und Warenausgang (3,33) ist der Automatisierungsgrad vergleichsweise hoch. Auch Wareneingang (3,27) und Kommissionierung (3,20) bewegen sich in einem ähnlichen Bereich. Deutlich niedriger fällt der Automatisierungsgrad im Retourenprozess aus (2,47), was darauf hinweist, dass Retouren weiterhin stark durch manuelle Arbeitsschritte geprägt sind. Insgesamt zeigt sich, dass Automatisierung vor allem in standardisierten Prozessbereichen eingesetzt wird, während komplexere Abläufe weniger automatisiert sind.

Entscheidungskriterien beim Technologieeinsatz

Leistung/ Performance	4,2 von 5 ★
Investitions.- & Betriebskosten	3,7 von 5 ★
Flexibilität	3,9 von 5 ★
Erweiterbarkeit	3,8 von 5 ★
Umweltfreundlichkeit	3,2 von 5 ★
Ergonomie	3,5 von 5 ★

Bei der Einführung neuer Technologien stehen vor allem Leistungsfähigkeit und Prozessperformance im Mittelpunkt der Entscheidung (4,15).

Einsatz neuer Technologien in der Logistik



Der Einsatz neuer Technologien gewinnt in der Logistik der Textilindustrie zunehmend an Bedeutung. Besonders intelligente Verpackungslösungen sind bereits bei 58% der Unternehmen im Einsatz.

Auch autonome Roboter oder fahrerlose Transportsysteme werden von 33% der teilnehmenden Unternehmen genutzt, während weitere 17% deren Einführung planen.

KI-basierte Forecasting-Lösungen sowie Cloud-basierte WMS- oder DMS-Systeme befinden sich bei vielen Unternehmen noch im Aufbau.

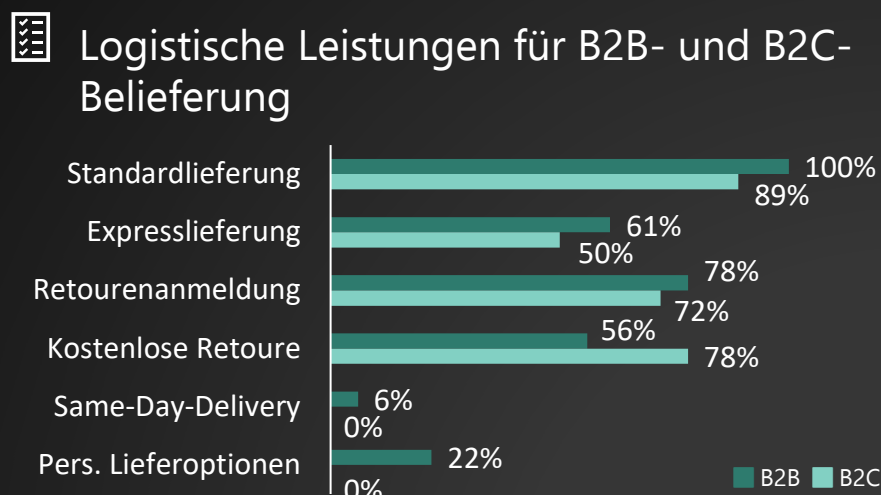
Für die Zukunft setzen die befragten Unternehmen zunehmende auf Echtzeit-Prozessanalysen, um Transparenz und Steuerungsfähigkeit innerhalb der Logistikprozesse zu verbessern. 50% der teilnehmenden Unternehmen planen den Einsatz entsprechender Lösungen

Branchenmonitor Logistik

Kapitel 3: Outbound & Distribution – Kundenbelieferung im Fokus

Branchenmonitor Logistik

3.1 Service-Level & Leistungsportfolio



Die angebotenen logistischen Leistungen unterscheiden sich weiterhin deutlich zwischen B2B- und B2C-Geschäften. Während Standardlieferungen in beiden Bereichen nahezu flächendeckend angeboten werden (B2B: 89%, B2C: 100%), sind zusätzliche Services im B2C-Bereich deutlich stärker verbreitet. Dazu zählen insbesondere kostenlose Retouren (78%) sowie Retourenanmeldungen (78%), die im Endkundengeschäft eine wichtige Rolle spielen. Expresslieferungen werden im B2C-Bereich von 61% der Unternehmen angeboten, während sie im B2B-Geschäft mit 50% etwas weniger verbreitet sind. Services wie Same-Day-Delivery (6%) oder personalisierte Lieferoptionen (22%) bleiben dagegen weiterhin ergänzende Angebote und werden nur von wenigen Unternehmen aktiv eingesetzt.

Bei der Auswahl von Transportdienstleistern stehen weiterhin vor allem die Servicequalität und die Zuverlässigkeit im Fokus. Die Kundenzufriedenheit wird mit 4,8 von 5 Punkten als wichtigster Faktor bewertet und hat im Vergleich zum Vorjahr nochmal an Bedeutung gewonnen. Auch Kosteneffizienz (4,4) sowie die Schnelligkeit der Lieferung (4,3) zählen zu den zentralen Entscheidungskriterien der Unternehmen. Die Flexibilität der Lieferoptionen (3,3) sowie die Nachhaltigkeit der Lieferprozesse (3,1) werden ebenfalls berücksichtigt, spielen jedoch eine nachgelagerte Rolle.

Insgesamt zeigt sich, dass Unternehmen bei der Wahl ihrer Logistikpartner vor allem auf zuverlässige und effiziente Lieferprozesse achten. Gleichzeitig steigen die Anforderungen an logistische Serviceleistungen in der Textilindustrie weiter und erfordern ein breites Angebot an Leistungen, auch wenn diese nicht immer flächendeckend eingesetzt werden.

Vor dem Hintergrund der Fokussierung auf das Gesamtleistungsspektrum gewinnt auch die enge Zusammenarbeit mit Transportdienstleistern sowie eine stabile Logistikpartnerschaft weiter an strategischer Bedeutung für Unternehmen.



Wichtigkeit der Aspekte der Wahl der Transportdienstleister

	2025	2024
Schnelligkeit der Lieferung	4,3 von 5 ★	4,2 von 5 ★
Kosteneffizienz	4,4 von 5 ★	4,2 von 5 ★
Flexibilität der Lieferoptionen	3,3 von 5 ★	3,2 von 5 ★
Nachhaltigkeit der Lieferprozesse	3,1 von 5 ★	3,1 von 5 ★
Kundenzufriedenheit	4,8 von 5 ★	4,5 von 5 ★

Branchenmonitor Logistik

3.2 Nachhaltigkeit & Verpackung

Verpackung und Nachhaltigkeit

Art der Verpackung

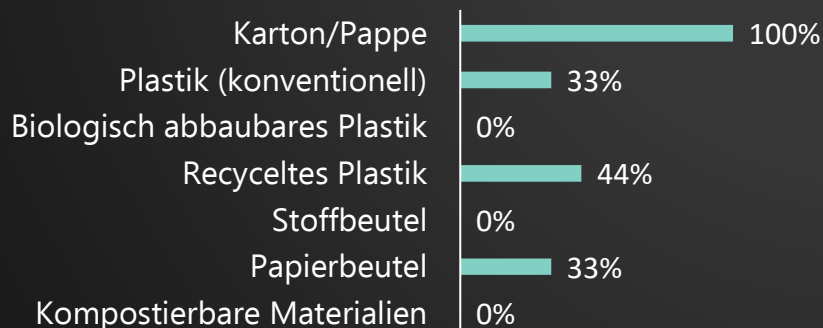
Einwegverpackungen

Mehrwegverpackungen

	2025		2024	
	B2B	B2C	B2B	B2C
Einwegverpackungen	94%	78%	94%	100%
Mehrwegverpackungen	17%	6%	12%	12%

Einwegverpackungen dominieren weiterhin die Verpackungsstruktur in der Textilindustrie. Im B2B-Bereich liegt deren Einsatz 2025 unverändert bei 94%. Gleichzeitig steigt der Einsatz von Mehrwegverpackungen leicht an. Im B2B-Bereich nutzen 17% der Unternehmen entsprechende Lösungen, während der Anteil im B2C-Geschäft mit 6% weiterhin gering bleibt. Die Ergebnisse zeigen, dass Mehrwegkonzepte zwar zunehmend diskutiert werden, ihre praktische Umsetzung jedoch weiterhin mit logistischen Herausforderungen verbunden ist.

Verpackungsmaterialien für die Kundenbelieferung



Bei den Verpackungsmaterialien dominiert weiterhin der Karton beziehungsweise Pappe, die von allen befragten Unternehmen eingesetzt werden. Ergänzend kommen Plastikverpackungen zum Einsatz: 33% nutzen konventionelles Plastik, während bereits 44% recyceltes Plastik verwenden. Papierbeutel werden ebenfalls von rund einem Drittel der Unternehmen eingesetzt. Biologisch abbaubare oder kompostierbare Materialien spielen aktuell keine Rolle. Insgesamt zeigt sich, dass Unternehmen vor allem auf recyclingfähige Materialien setzen.

Die Bedeutung von Nachhaltigkeit bei der Auswahl von Verpackungsmaterialien nimmt weiter zu. Im Jahr 2025 bewerten die Unternehmen deren Relevanz mit durchschnittlich 4,1 von 5 Punkten und damit deutlich höher als im Vorjahr (3,7). Dies zeigt, dass ökologische Aspekte bei Verpackungsentscheidungen zunehmend berücksichtigt werden. Gleichzeitig stehen Unternehmen weiterhin vor der Herausforderung, nachhaltige Lösungen mit Anforderungen an Produktschutz, Kosten und logistische Effizienz in Einklang zu bringen. Entsprechend gewinnen recyclingfähige Materialien und optimierte Verpackungskonzepte zunehmend an Bedeutung.

Nachhaltigkeit bei der Verpackungsmaterialwahl

(1 ★: unwichtig bis 5 ★: sehr wichtig)

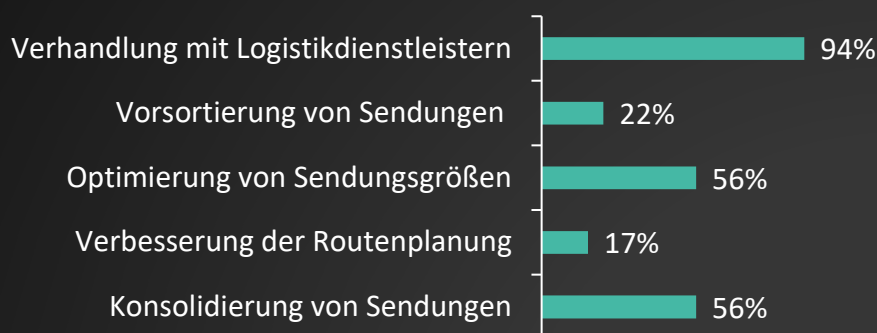
2025	★★★★☆	4,1
2024	★★★★	3,7

Branchenmonitor Logistik

3.3 Kosten & Optimierungsmaßnahmen



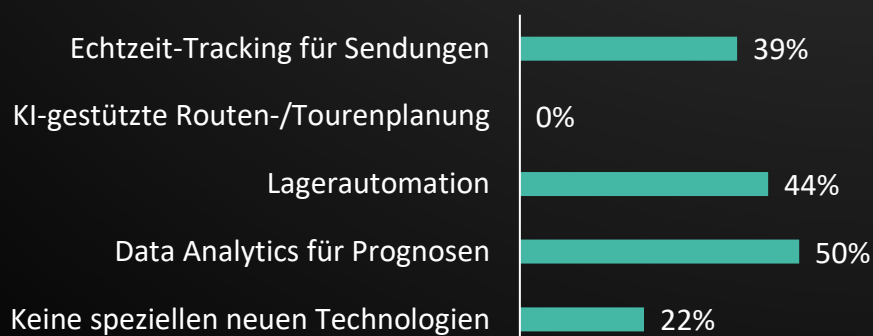
Maßnahmen zur Optimierung der Outbound- & Distributionskosten



Zur Reduzierung von Outbound- und Distributionskosten setzen Unternehmen vor allem auf Verhandlungen mit Logistikdienstleistern. Mit 94% ist dies die mit Abstand am häufigsten genannte Maßnahme. Darüber hinaus optimieren viele Unternehmen ihre Sendungsgrößen (56%) oder konsolidieren Sendungen (56%), um Transportvolumen effizienter zu bündeln. Vorsortierungen von Sendungen (22%) sowie eine verbesserte Routenplanung (17%) spielen ebenfalls eine Rolle, werden jedoch seltener eingesetzt. Insgesamt zeigt sich, dass Unternehmen vor allem auf operative Maßnahmen zur Effizienzsteigerung im Transport und Versand setzen, um Kosten zu reduzieren und bestehende Logistikstrukturen wirtschaftlicher zu gestalten.



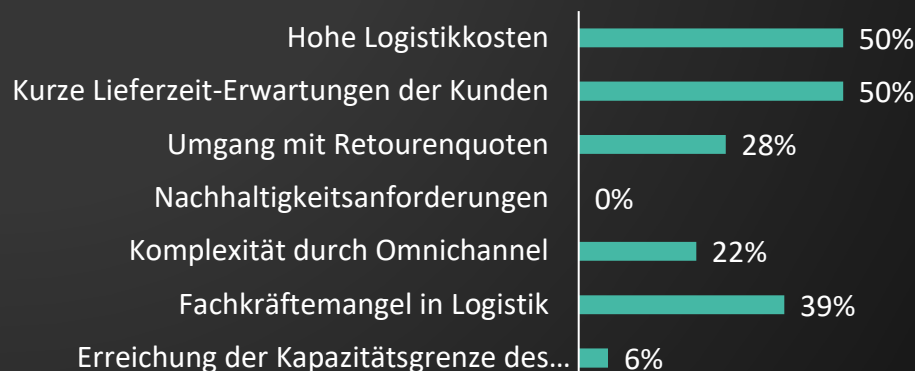
Eingesetzte und geplante Technologien in der Outbound-Logistik



Die größten Herausforderungen in der Outbound-Logistik liegen weiterhin in steigenden Kosten und wachsenden Kundenanforderungen. Sowohl hohe Logistikkosten (50%) als auch kurze Lieferzeiterwartungen der Kunden (50%) werden von den Unternehmen als zentrale Herausforderungen genannt. Auch der Fachkräftemangel in der Logistik spielt mit 39% eine wichtige Rolle. Darüber hinaus beeinflussen Retourenquoten (28%) sowie die steigende Komplexität durch Omnichannel-Strukturen (22%) zunehmend die Gestaltung der Distributionsprozesse.



Größte Herausforderung in der Outbound-/Distributionslogistik?



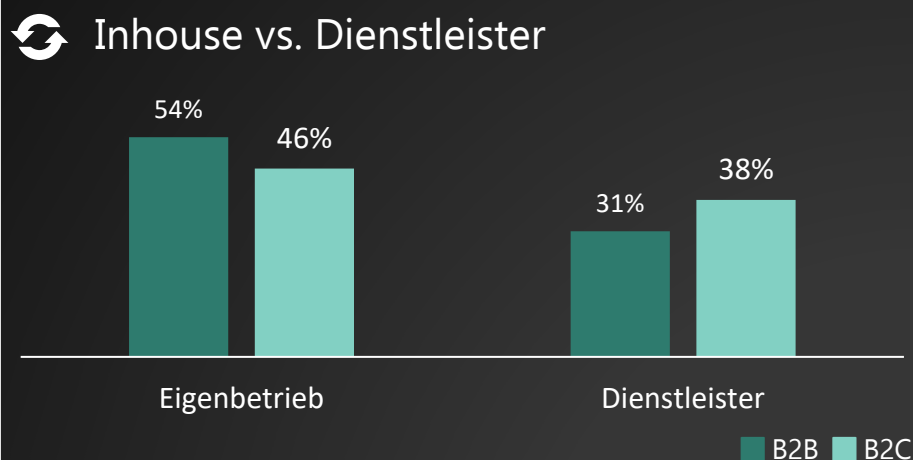
Technologische Lösungen gewinnen auch in der Outbound-Logistik an Bedeutung. Besonders Data Analytics zur Prognose von Sendungsvolumen oder Nachfrage wird von 50% der Unternehmen eingesetzt. Auch Lagerautomationslösungen werden von 44% der Unternehmen genutzt. Echtzeit-Tracking von Sendungen wird von 39% der Unternehmen eingesetzt, um Transparenz entlang der Lieferkette zu erhöhen. Gleichzeitig zeigt sich, dass 22% der Unternehmen aktuell keine speziellen neuen Technologien einsetzen.

Branchenmonitor Logistik

Kapitel 4: Retourenlogistik – Effizienztreiber oder Kostenblock?

Branchenmonitor Logistik

4.1 Organisationsmodell und Skalierbarkeit

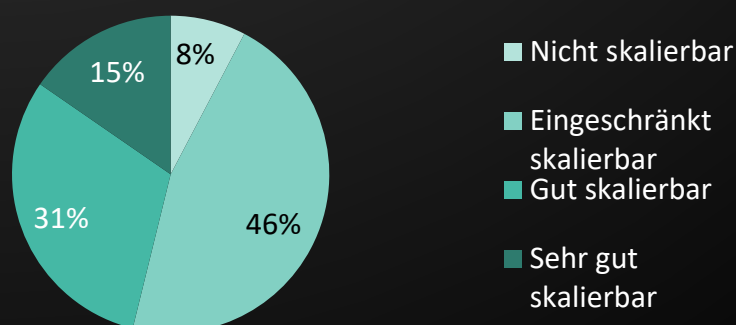


Die Organisation logistischer Prozesse erfolgt in der Textilbranche weiterhin überwiegend im Eigenbetrieb. Im B2B-Bereich betreiben 54% der Unternehmen ihre Logistik selbst, während 31% auf externe Logistikdienstleister zurückgreifen. Auch im B2C-Geschäft überwiegt der Eigenbetrieb mit 46%, wobei der Einsatz von Dienstleistern mit 38% etwas stärker verbreitet ist als im B2B-Bereich. Die Ergebnisse zeigen, dass viele Unternehmen ihre Logistik weiterhin intern steuern, um Kontrolle über Prozesse, Qualität und Servicelevel zu behalten. Ein wesentlicher Grund dafür liegt in der engen Verzahnung von Logistikprozessen mit Vertriebs-, Bestands- und Kundenserviceprozessen. Gerade im Modebereich mit saisonalen Kollektionen, vielen Artikelvarianten und schwankenden Absatzmengen spielt die direkte Steuerbarkeit logistischer Abläufe eine wichtige Rolle. Gleichzeitig bleibt die Zusammenarbeit mit spezialisierten Dienstleistern eine wichtige Option, insbesondere zur Abdeckung von Kapazitätsspitzen oder zur Unterstützung bei wachsendem Versandvolumen. Viele Unternehmen verfolgen daher hybride Organisationsmodelle, bei denen interne Strukturen durch externe Logistikpartner ergänzt werden.

Die Skalierbarkeit der Retourenprozesse wird von vielen Unternehmen als begrenzt eingeschätzt. Während 46% ihre Prozesse als eingeschränkt skalierbar bewerten, sehen 31% eine gute Skalierbarkeit. Weitere 15% der Unternehmen bewerten ihre Retourenabwicklung als sehr gut skalierbar. Gleichzeitig geben 8 % an, dass ihre Prozesse kaum skalierbar sind. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass Retourenprozesse aufgrund manueller Arbeitsschritte und schwankender Retourenvolumen weiterhin eine Herausforderung für die operative Logistik darstellen.

Retouren entstehen häufig in unregelmäßigen Mengen und müssen in kurzer Zeit bearbeitet werden, insbesondere nach saisonalen Verkaufsphasen oder Promotionsaktionen. Dies stellt hohe Anforderungen an Personalplanung, Prozessorganisation und verfügbare Lagerkapazitäten. Zudem sind Retourenprozesse häufig mit zusätzlichen Prüfschritten, Qualitätskontrollen und Wiedereinlagerungen verbunden, die eine hohe Prozessflexibilität erfordern. Entsprechend gewinnt eine flexible Prozessgestaltung zunehmend an Bedeutung, um saisonale Spitzen und steigende Rücksendemengen effizient bewältigen zu können und gleichzeitig Durchlaufzeiten gering zu halten.

Skalierbarkeit der Retourenabwicklung



Branchenmonitor Logistik

4.2 Performance, Kosten & Steuerung

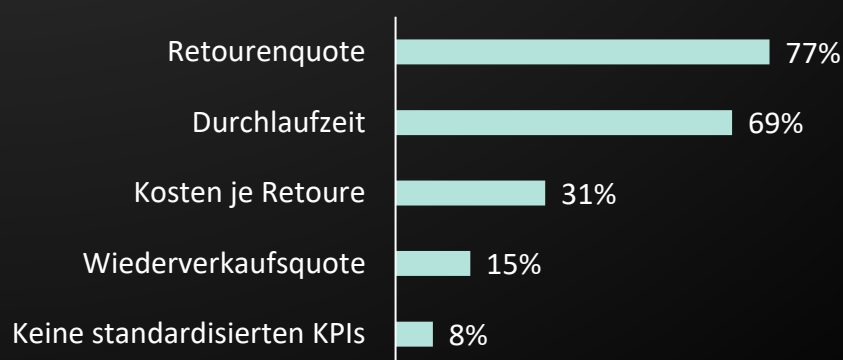
Icon	Metric	2025	2024
	Retourenquote		
	Wholesale	16,3 %	6,1 %
	Own-Retail	19,2 %	5,5 %
	eCommerce	35,9 %	32,5 %
	Outlet / Vermarktung	3,0 %	5,8 %

Die Retourenquoten unterscheiden sich weiterhin deutlich zwischen den Vertriebskanälen. Während der eCommerce mit 35,9% die höchste Retourenquote aufweist, liegen Wholesale (16,3%) und Own-Retail (19,2%) deutlich darunter. Outlet-beziehungsweise Vermarktungsretouren spielen mit 3,0% eine geringere Rolle. Insgesamt zeigt sich, dass Retouren stark vom Vertriebskanal und den damit verbundenen Kundenanforderungen beeinflusst werden.

Auch bei Kosten und Durchlaufzeiten zeigen sich Veränderungen. Die Kosten der Retourenabwicklung sind im Vergleich zu den Vorjahren gesunken. Im B2B-Bereich liegen sie 2025 bei durchschnittlich 3,09 € pro Artikel, während im B2C-Geschäft 3,49 € pro Artikel anfallen. Gleichzeitig liegen die Durchlaufzeiten im B2B-Bereich mit 7,2 Tagen über denen im B2C-Geschäft mit 4,5 Tagen.

Zur Steuerung der Retourenprozesse setzen Unternehmen vor allem auf Kennzahlen wie die Retourenquote (77%) und die Durchlaufzeit (69%). Kostenkennzahlen oder Wiederverkaufsquoten werden seltener genutzt. Gleichzeitig zeigt sich, dass einige Unternehmen weiterhin ohne standardisierte KPIs arbeiten.

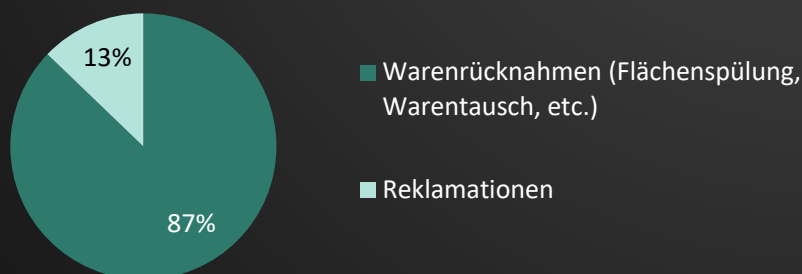
Eingesetzte KPIs



Icon	Metric	2025	2024	2023
	Retourenkosten (vom Wareneingang bis zur Wiedereinlagerung)			
	B2B	3,09 €	4,00 €	5,42 €
	B2C	3,49 €	5,58 €	6,90 €

Icon	Metric	2025	2024	2023
	Durchlaufzeit			
	B2B	7,2 Tage	6,6 Tage	5,3 Tage
	B2C	4,5 Tage	3,2 Tage	3,9 Tage

Struktur des B2B-Retourenvolumens



Die Struktur des B2B-Retourenvolumens wird weiterhin überwiegend durch Warenrücknahmen geprägt. Mit 87% entfällt der größte Anteil auf Rücksendungen im Rahmen von Flächenspülungen, Warentausch oder ähnlichen handelsüblichen Prozessen zwischen Herstellern und Handelspartnern. Reklamationen machen dagegen einen vergleichsweise kleinen Anteil von 13% aus. Dies zeigt, dass Retouren im B2B-Geschäft häufig Bestandteil regulärer Geschäftsprozesse sind.

Branchenmonitor Logistik

Fazit

Die Ergebnisse des Branchenmonitor Logistik 2025 zeigen, dass sich die Logistik der Textilindustrie zunehmend von einer operativen Unterstützungsfunktion zu einem strategischen Wettbewerbsfaktor entwickelt.

Dabei liegt der Fokus der Unternehmen nicht mehr nur auf Kosten- und Leistungskriterien, sondern die Differenzierung von Lagerstrukturen und verbundenen Kommissionierprinzipien sowie der Einsatz von Technologien spielen eine wesentliche Rolle.

Weiterhin steigende Anforderungen an die Leistungsfähigkeit logistischer Systeme erfordern das konkrete Arbeiten an einzelnen Lösungen. Kunden erwarten kurze Lieferzeiten, flexible Lieferoptionen sowie transparente und einfache Retourenprozesse. Vor allem im E-Commerce führt dies zu hohen Retourenquoten und erhöhten Anforderungen an flexible und skalierbare Logistikstrukturen. Viele Unternehmen bewerten ihre Retourenprozesse derzeit noch als nur eingeschränkt skalierbar, was insbesondere in saisonalen Spitzenzeiten zu operativen Herausforderungen führen kann.

Auch externe Einflussfaktoren verändern die Rahmenbedingungen der Logistik nachhaltig. Geopolitische Spannungen, gestörte Transportwege und volatile Transportkosten erhöhen die Unsicherheit internationaler Lieferketten. Unternehmen reagieren darauf mit einer stärkeren Diversifizierung ihrer Beschaffungsstrukturen, engeren Partnerschaften mit Logistikdienstleistern sowie dem Ausbau datenbasierter Planungs- und Steuerungsinstrumente.

Technologische Entwicklungen spielen in diesem Kontext eine zunehmend zentrale Rolle. Automatisierung, Data Analytics und Echtzeit-Prozessanalysen verbessern Transparenz und Steuerungsfähigkeit entlang der Supply Chain. Gleichzeitig zeigen die Ergebnisse, dass insbesondere im Retourenmanagement weiterhin ein hoher Anteil manueller Arbeitsschritte besteht und damit erhebliche Potenziale für weitere Effizienzsteigerungen vorhanden sind.

Ein zentrales Ergebnis der aktuellen Auswertung ist der leichte Rückgang des durchschnittlichen Logistikkostenanteils am Umsatz (bei den teilnehmenden Unternehmen) von 16% im Jahr 2024 auf 13% im Jahr 2025. Diese Entwicklung deutet darauf hin, dass viele Unternehmen ihre Logistikstrukturen und Prozesse in den vergangenen Jahren gezielt optimiert haben. Gleichzeitig bleibt die Logistik ein bedeutender Kostenblock innerhalb der Wertschöpfungskette.

Die Ergebnisse des Branchenmonitor Logistik 2025 verdeutlichen: Logistik wird in der Textilindustrie zunehmend zum strategischen Differenzierungsfaktor. Unternehmen, die ihre Supply Chains flexibel gestalten, datenbasiert steuern und operative Effizienz mit hoher Servicequalität verbinden, werden sich langfristig in einem zunehmend dynamischen Marktumfeld erfolgreich positionieren können.