

BRANCHENMONITOR

B2B-LOGISTIK 2026

Entwicklungen, Trends & Kennzahlen der Modebranche
Lagerlogistik im B2B Bereich



Inhaltsverzeichnis

+ **Der Branchenmonitor Logistik**

+ **Teilnehmende Unternehmen - Überblick**

+ **Kapitel 1: Strukturen Lagerlogistik B2B**

+ **Kapitel 2: Prozesse Lagerlogistik B2B**

+ **Kapitel 3: Digitalisierung & Automatisierung Lagerlogistik B2B**

+ **Kapitel 4: Kennzahlen & Key Facts Lagerlogistik B2B**

+ **Kapitel 5: Herausforderungen Lagerlogistik B2B**

+ **Fazit**

KAPITEL

Der B2B Branchenmonitor Logistik 2026

Der Branchenmonitor Logistik in der Modebranche geht 2026 in eine neue Phase. Nach vier Ausgaben pro Jahr in 2023, 2024 und 2025 haben wir das Format angepasst: Künftig erscheinen **zwei Ausgaben jährlich**, eine im Frühjahr und eine im Herbst, mit den Schwerpunkten B2B- und B2C-Logistik.

Die Befragung deckt weiterhin die zentralen Bereiche der Logistik ab: **Beschaffung, Transport, Lagerlogistik, Auslieferung, Retouren und Digitalisierung**. Auch 2026 haben Unternehmen aus der Modebranche teilgenommen und Auskunft zu Umsatz, Absatzmenge, Kundenstruktur sowie ihrer Verteilung auf B2B- und B2C- Geschäft gegeben.

Der vorliegende Bericht zeigt, wie sich diese Kennzahlen im Vergleich zu den Vorjahren entwickelt haben. Ziel bleibt es, **Trends in der Branchenlogistik sichtbar zu machen und Unternehmen konkrete Impulse für effizientere, resilientere und transparentere Prozesse zu geben**.

Wir danken allen Teilnehmern für ihre Unterstützung und freuen uns, Sie auch im neuen Format weiterhin mit fundierten Analysen zu begleiten.

Inhaltsverzeichnis

+ Der Branchenmonitor Logistik

+ Teilnehmende Unternehmen - Überblick

+ Kapitel 1: Strukturen Lagerlogistik B2B

+ Kapitel 2: Prozesse Lagerlogistik B2B

+ Kapitel 3: Digitalisierung & Automatisierung Lagerlogistik B2B

+ Kapitel 4: Kennzahlen & Key Facts Lagerlogistik B2B

+ Kapitel 5: Herausforderungen Lagerlogistik B2B

+ Fazit

KAPITEL

Teilnehmende Unternehmen und ihre Sortimente

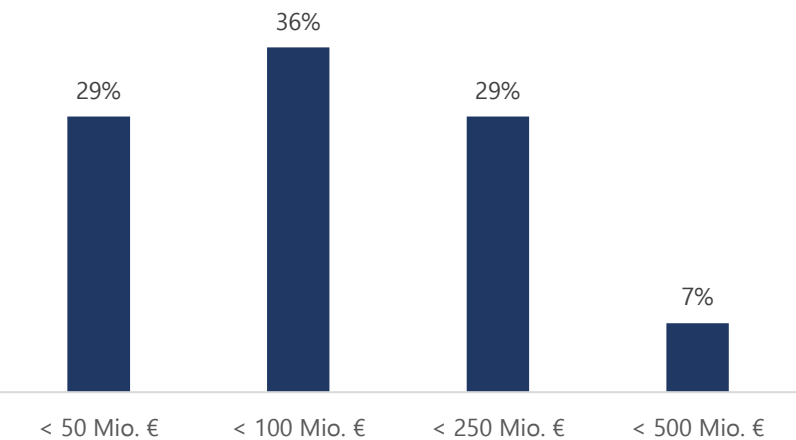
Die befragten Unternehmen bilden verschiedene Bereiche der Modebranche ab, wobei Herrenmode mit 32 % und Damenmode mit 29 % den größten Anteil ausmachen. Darüber hinaus sind Accessoires mit 12 % sowie Schuhe mit 10 % ebenfalls nennenswert vertreten. Sport- und Outdoorartikel entfallen auf 9 %, während Arbeitsschutz mit 6 % und Kinderbekleidung mit 1 % nur einen kleinen Teil der Stichprobe ausmachen.

Insgesamt zeigt sich, dass die **Umfrage** vor allem Unternehmen aus den **klassischen Modebereichen umfasst** und damit insbesondere deren logistische Anforderungen widerspiegelt.

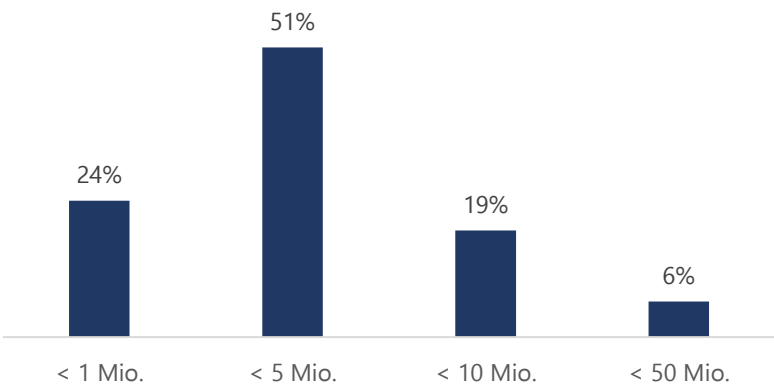
Teilnehmende Unternehmen & ihre Sortimente

	Women	29%
	Men	32%
	Kinder	1 %
	Accessoires	12%
	Schuhe	10%
	Sport & Outdoor	9 %
	Arbeitsschutz	6 %

Netto Umsatz der befragten Unternehmen



Absatz Menge der befragten Unternehmen



Die Mehrheit der befragten Unternehmen erzielt einen **Jahresumsatz** zwischen 50 Mio. € und 100 Mio. €, was mit 36 % die größte Gruppe darstellt. Weitere 29 % erwirtschaften zwischen 100 Mio. € und 250 Mio. €, während 29 % einen Umsatz von bis zu 50 Mio. € erzielen. Unternehmen mit einem Jahresumsatz zwischen 250 Mio. € und 500 Mio. € sind mit 7 % deutlich seltener vertreten. Unternehmen mit weniger als 20 Mio. € oder mehr als 500 Mio. € Umsatz sind nicht vertreten.

Die größte Gruppe der befragten Unternehmen verkauft jährlich bis zu 5 Millionen Einheiten und macht mit 51 % über die Hälfte der Stichprobe aus. Weitere 24 % setzen weniger als 1 Million Einheiten ab, während 19 % ein **Absatzvolumen** von bis zu 10 Millionen Einheiten erreichen. Lediglich 6 % der Unternehmen liegen bei einem Absatz von bis zu 50 Millionen Einheiten.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass die **Stichprobe überwiegend aus mittelständisch geprägten Unternehmensstrukturen stammt.**

AGENDA

- + **Der Branchenmonitor Logistik**

- + **Kapitel 1: Strukturen Lagerlogistik B2B**

- + **Kapitel 2: Prozesse Lagerlogistik B2B**

- + **Kapitel 3: Digitalisierung & Automatisierung Lagerlogistik B2B**

- + **Kapitel 4: Kennzahlen & Key Facts Lagerlogistik B2B**

- + **Kapitel 5: Herausforderungen Lagerlogistik B2B**

- + **Fazit**

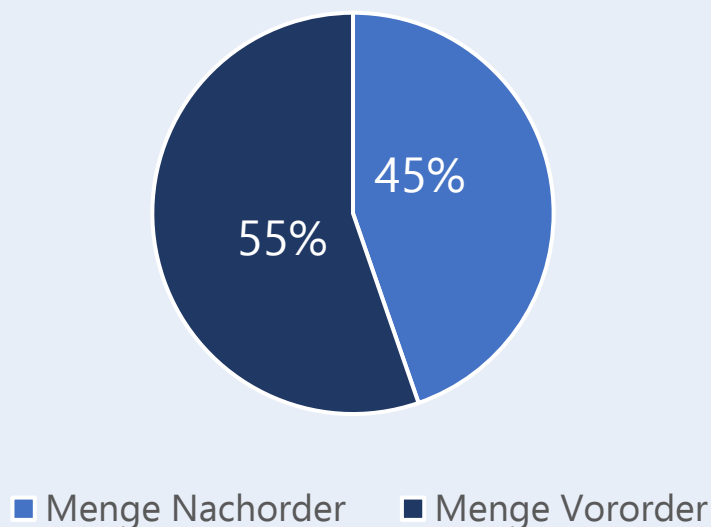
KAPITEL 1 | Strukturen

Strukturen Lagerlogistik B2B

Mit Hinblick auf die Abwicklung der Lagerlogistik, haben die befragten Unternehmen angegeben, dass sie sich selbst um die Abwicklung der Logistik kümmern und somit die **Lagerverwaltung zu 100% im Eigenbetrieb** stattfindet. Dies deutet darauf hin, dass die Unternehmen bewusst auf eine eigene, vollständig kontrollierte Logistik setzen. Besonders in der Modebranche kann dies ein Vorteil sein, da schnell auf Trends, Nachbestellungen und Retouren reagiert werden kann.

„100 %
Eigenbetrieb“

Verteilung Auslieferungsmenge Vororder vs. Nachorder

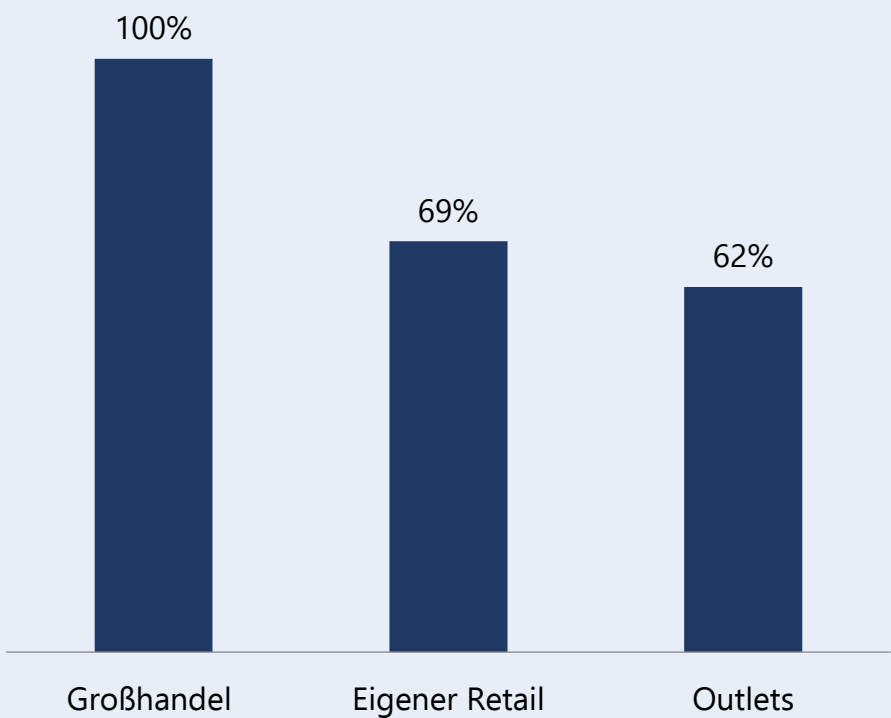


In Bezug auf die Auslieferung der Ware, ist erkenntlich, dass **etwa 55% der Ware aus Vororder stammen**. Somit stammt mehr als die Hälfte der gesamten Warenmenge aus der ursprünglichen Saisonplanung. Das ist ein Zeichen dafür, dass sich die Unternehmen überwiegend auf ihre Absatzprognosen verlässt und spricht für eine relativ gute Planbarkeit.

Ein Verhältnis von **55 % Order zu 45 % Nachorder** zeigt, dass das Unternehmen zwar den Großteil der Ware im Voraus plant, gleichzeitig aber sehr stark auf die tatsächliche Marktnachfrage reagiert. Dies deutet auf eine **flexible und nachfrageorientierte Lager- und Einkaufsstrategie** hin. Ob dieser hohe Nachorderanteil positiv oder negativ zu bewerten ist, hängt unter anderem von der Lieferfähigkeit der Lieferanten, den zusätzlichen Beschaffungskosten und der Verfügbarkeit der Ware während der Saison ab.

KAPITEL 1 | Strukturen

Vertriebskanäle im B2B Bereich



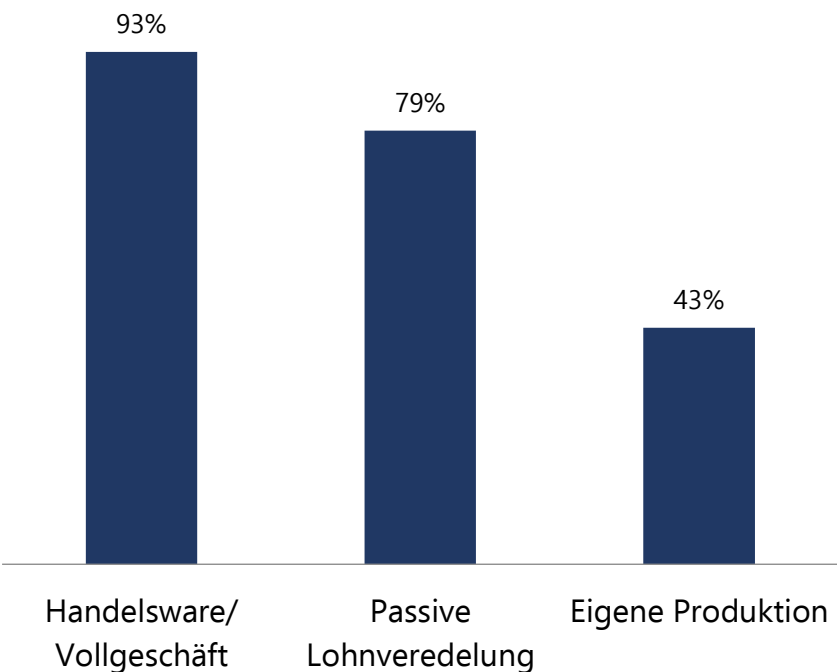
Die befragten Unternehmen bedienen ihre B2B-Kunden über verschiedene Vertriebskanäle, wobei der **Großhandel** mit 100 % von allen Unternehmen genutzt wird und damit den **wichtigsten Vertriebskanal** darstellt. Daneben vertreiben 69,23 % der Unternehmen ihre Produkte über eigene Retail-Flächen, während 61,54 % zusätzlich Outlets als Vertriebskanal einsetzen.

Für Logistik bedeutet das in der Regel, unterschiedliche Anforderungsprofile im selben Betrieb. Paletten Ware für den Großhandel vs. Einzelstück-Kommissionierung für eigenen Retail. Ein typischer Treiber für Omnichannel-Fulfillment-Komplexität.

Bei den Beschaffungsmodellen **dominiert Handelsware bzw. Vollgeschäft** mit 93 %. Zudem nutzen 79 % der Unternehmen passive Lohnveredelung, während 43 % auf eigene Produktion setzen. Basierende auf den Antworten, geht auch hervor, dass jedes Unternehmen durchschnittlich mehr als zwei Beschaffungsmodelle nutzt.

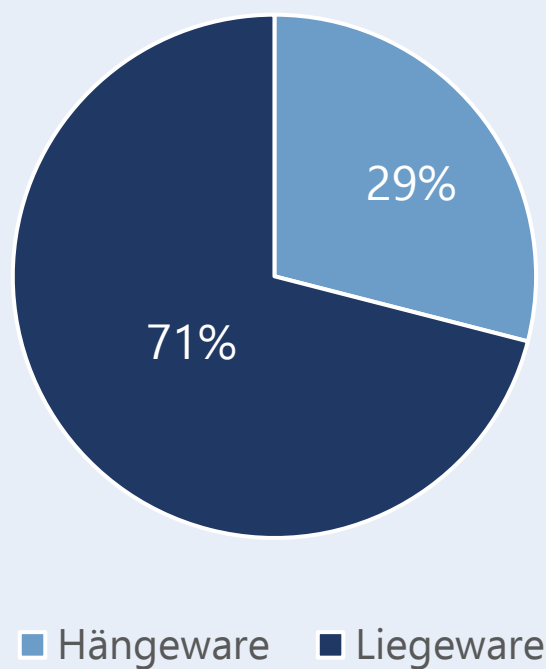
Die parallele Nutzung mehrerer Beschaffungsstrategien verdeutlicht, dass die Unternehmen ihre Lieferketten flexibel gestalten. Insbesondere die häufige Kombination aus Handelsware und passiver Lohnveredelung spricht für ein hybrides Geschäftsmodell. Aus logistischer Sicht erhöht dies die Komplexität, da unterschiedliche Lieferanten, Materialflüsse und Beschaffungsprozesse koordiniert und aufeinander abgestimmt werden müssen.

Beschaffungskanäle im B2B Bereich



KAPITEL 1 | Strukturen

Verteilung Hänge vs. Liegeware im Lager



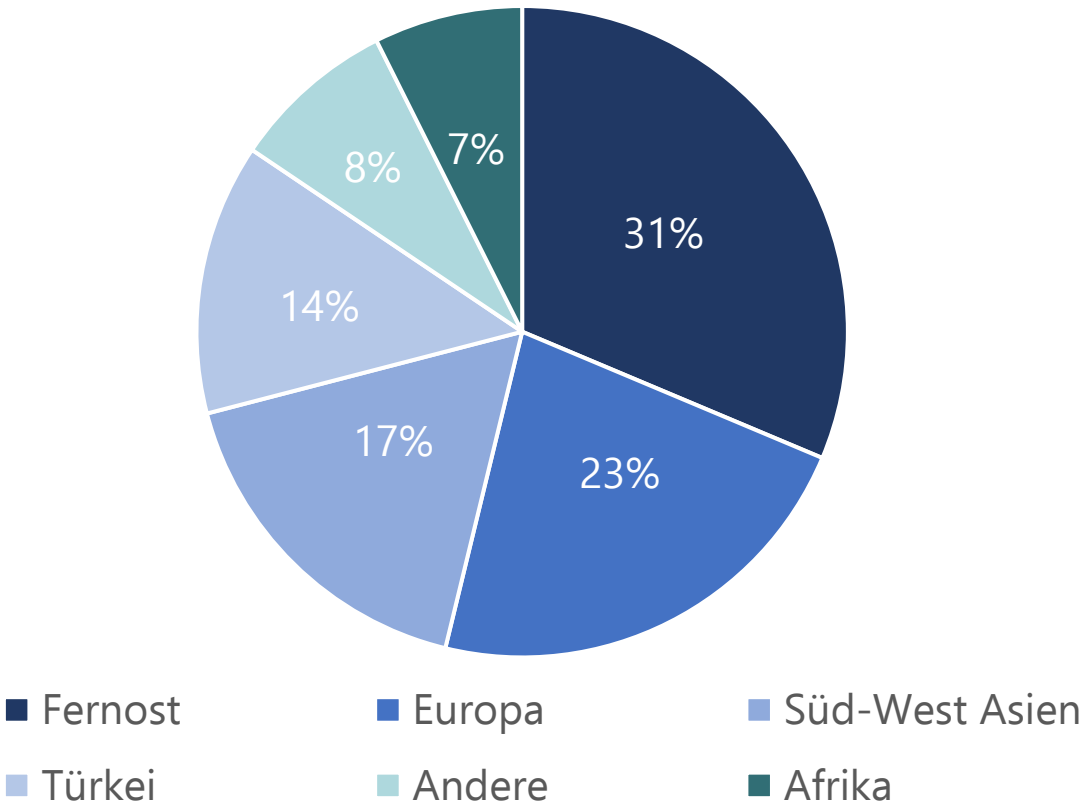
Die **Lagerstruktur** wird überwiegend **von Liegeware geprägt**. Im Durchschnitt entfallen rund 71 % der gelagerten Ware auf Liegeware, während Hängeware mit zirka 30 % einen deutlich geringeren Anteil ausmacht. Gleichzeitig zeigen die Ergebnisse eine große Spannweite, da einige Unternehmen nahezu ausschließlich Liegeware lagern, während andere einen deutlich höheren Anteil an Hängeware aufweisen.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass in der Modebranche vor allem liegend gelagerte Ware dominiert. Für die Lagerlogistik bedeutet dies einen Schwerpunkt auf Regal- und Kartonlagerung, während Hängefördersysteme nur bei einem Teil der Unternehmen eine größere Rolle spielen.

Die **Beschaffung** erfolgt über mehrere Regionen, wobei **Fernost den größten Anteil einnimmt**. Auch Süd-West-Asien spielt für viele Unternehmen eine wichtige Rolle. Europa und die Türkei werden ebenfalls häufig als Beschaffungsregionen genutzt, allerdings meist mit geringeren Anteilen. Afrika hat eine untergeordnete Bedeutung, während Amerika in den Antworten nicht vertreten ist.

Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass viele Unternehmen ihre **Beschaffung international ausrichten** und den Schwerpunkt auf Asien legen. Europa und die Türkei ergänzen die Lieferketten vor allem für kürzere Lieferzeiten oder eine höhere Flexibilität, beispielsweise bei kurzfristigen Nachbestellungen.

Beschaffungsregion Fertigteile



AGENDA

- + **Der Branchenmonitor Logistik**
- + **Kapitel 1: Strukturen Lagerlogistik B2B**
- + **Kapitel 2: Prozesse Lagerlogistik B2B**
- + **Kapitel 3: Digitalisierung & Automatisierung Lagerlogistik B2B**
- + **Kapitel 4: Kennzahlen & Key Facts Lagerlogistik B2B**
- + **Kapitel 5: Herausforderungen Lagerlogistik B2B**
- + **Fazit**

KAPITEL 2 | Prozesse

Prozesse
Lagerlogistik B2B

Der Warentransport erfolgt überwiegend per Seefracht (48 %) und Landverkehr (46 %). Seefracht weist den höchsten durchschnittlichen Anteil auf, dicht gefolgt vom Landverkehr. Schienenverkehr (2%) und Luftfracht (4%) spielen dagegen nur eine untergeordnete Rolle und werden nur vereinzelt eingesetzt.

Die Ergebnisse zeigen, dass die **Wahl des Verkehrsträgers eng mit den Beschaffungsregionen zusammenhängt**. Unternehmen mit **globalen Lieferketten** setzen überwiegend auf **Seefracht**, während bei einer **europäischen Beschaffung der Landverkehr dominiert**. Schiene und Luftfracht bleiben hingegen Sonderlösungen für spezifische Anforderungen wie zeitkritische oder besonders eilige Lieferungen.

Avisierung von Anlieferungen

Die Avisierung von Wareneingängen erfolgt zu gleichen Teilen systemgestützt und manuell. Jeweils 47 % der Unternehmen nutzen diese Verfahren, während 7 % vollständig auf eine Avisierung verzichten.

Die Ergebnisse zeigen, dass in der Praxis häufig **hybride Prozesse aus systemgestützter und manueller Avisierung eingesetzt werden**. Vollständig digitalisierte Zeitfenster- oder Slot-Management-Systeme sind noch nicht flächendeckend etabliert und bieten weiterhin Potenzial zur Optimierung der Wareneingangsprozesse.

Systemgestützt	47%
Manuell	47%
Gar Nicht	7%

Verkehrsträger an Anlieferungen



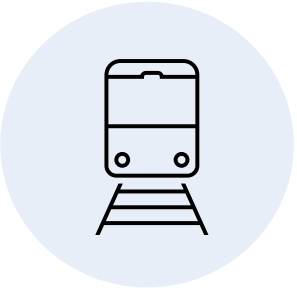
48%
Seefracht



46%
Landverkehr



4%
Luftfracht

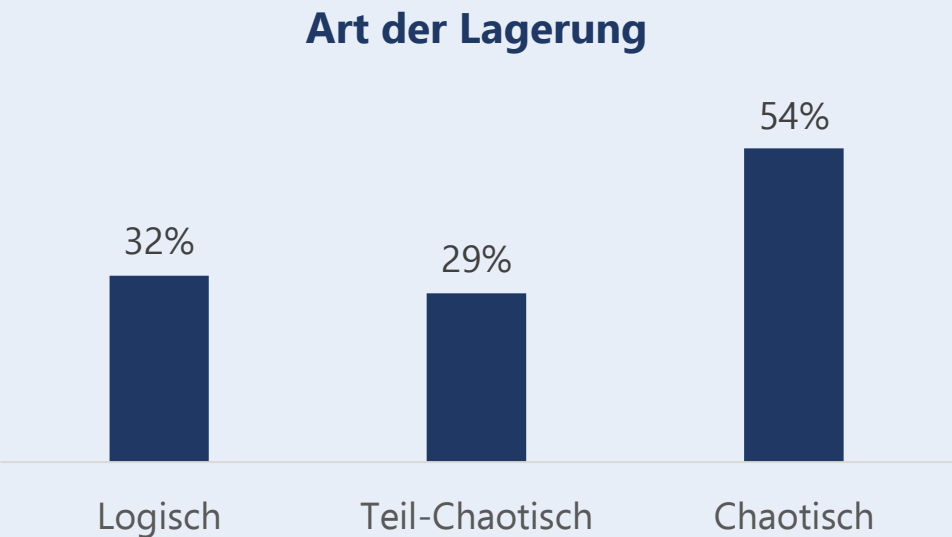


2%
Schienenverkehr

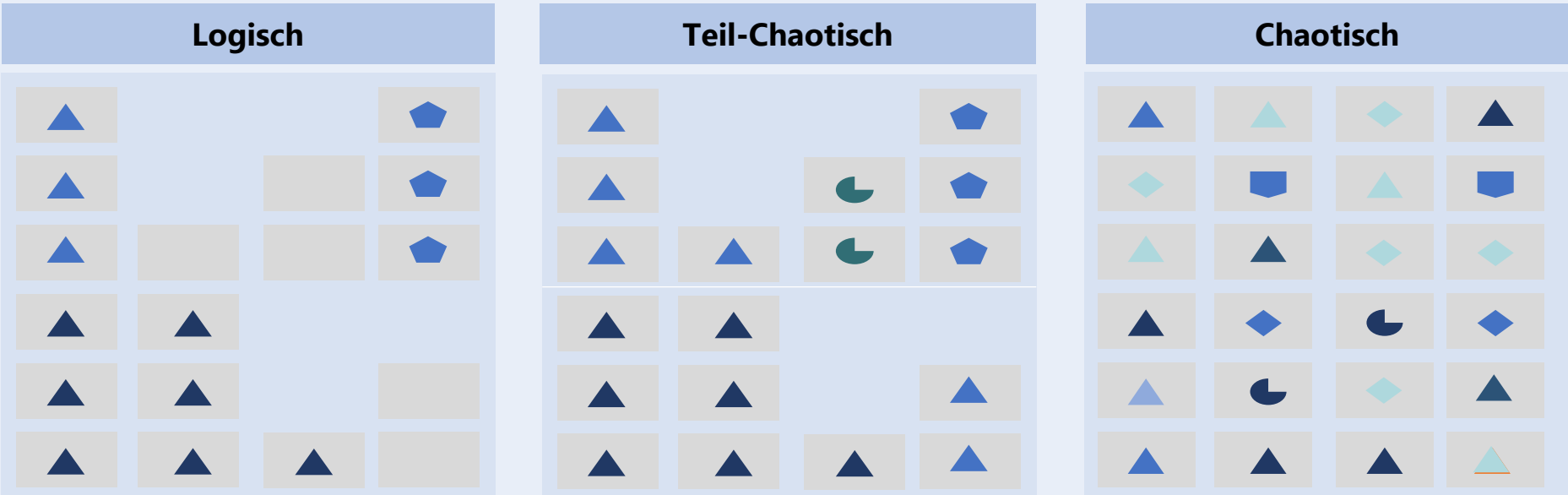
KAPITEL 2 | Prozesse

Die vollchaotische Lagerplatzverwaltung ist mit 54 % am weitesten verbreitet, logische (artikelfeste) und teilchaotische Lagerung liegen je um die 30 % und liegen somit in etwa gleichauf.

Da Mehrfachnennungen möglich waren, setzen einige Unternehmen unterschiedliche Lagerstrategien parallel ein.



Damit hat sich **chaotische Lagerhaltung als Standard** etabliert, aber ein erheblicher Teil der Unternehmen arbeitet noch mit festen oder teilfesten Lagerplätzen. Oft ein Zeichen für historisch gewachsene WMS-Landschaften oder geringere Lagerauslastungs-Optimierung. Hier besteht je nach Ausgangslage Potenzial für Lagerplatzverdichtung und WMS-Modernisierung.

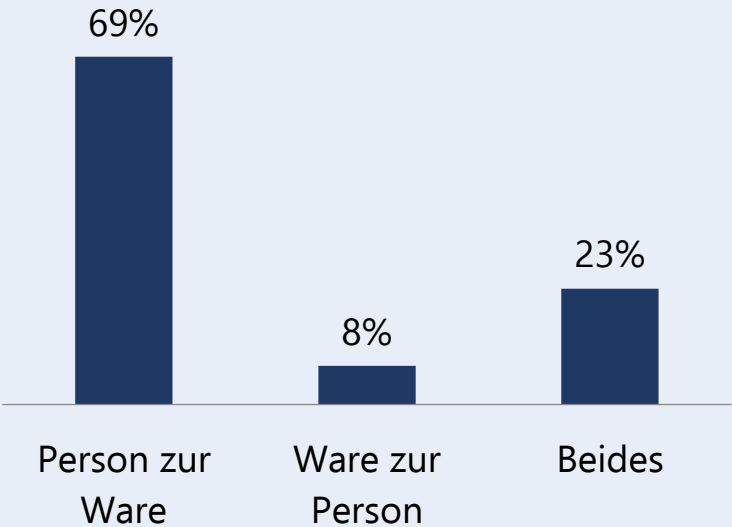


ABC-Klassifizierung

Hinsichtlich der **Ein- und Auslagerstrategie**, knapp über die Hälfte (55 %) klassifiziert nach ABC-Artikeln, 45 % tun dies nicht. Das ist bemerkenswert, da ABC-Klassifizierung eine der Standard-Stellhebel zur Optimierung von Ein-/Auslagerstrategien (kurze Wege für Schnelldreher) ist. Der hohe Anteil ohne Klassifizierung deutet auf ungenutztes Potenzial zur Effizienzsteigerung in der Lagerlogistik hin.

KAPITEL 2 | Prozesse

Kommissionier Prinzip



„Person zur Ware“ dominiert klar mit zwei Dritteln, eine Mischform liegt bei einem Viertel, „Ware zur Person“ nur bei vereinzelt Nennungen (8 %).

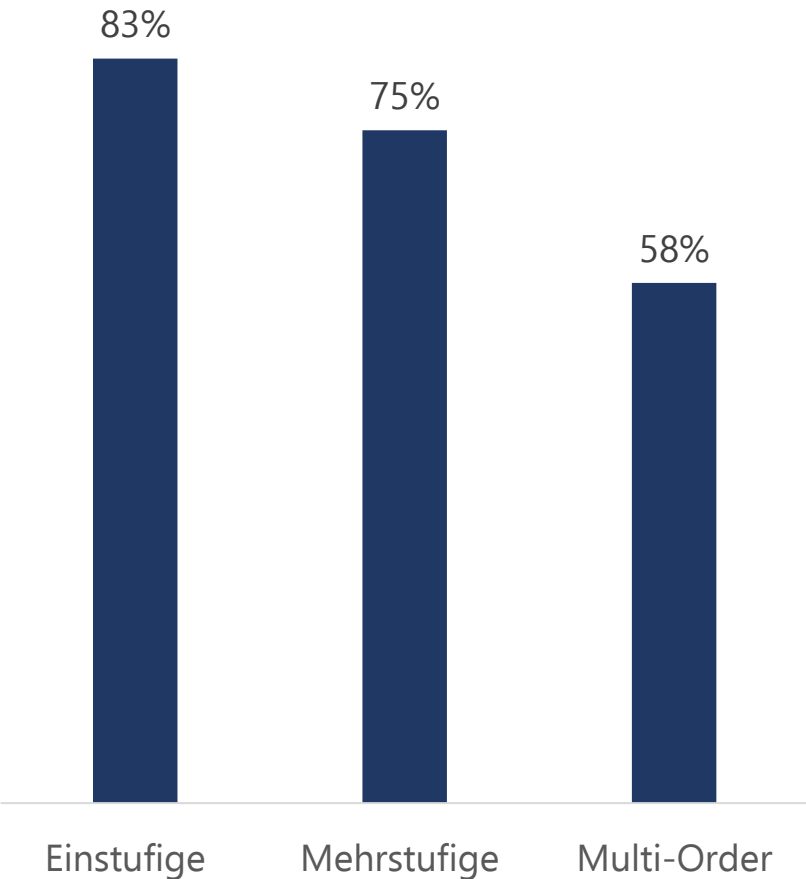
Das spiegelt die für mittelständische Modeunternehmen typische, **personalintensive Kommissionierung** wider. Automatisierte „Ware zur Person“-Systeme (z. B. Shuttle- oder AutoStore-Lösungen) sind noch die Ausnahme. Angesichts von Fachkräftemangel und steigenden Personalkosten ist dies ein naheliegendes Automatisierungsfeld.

Bei der Kommissionierung kommt die **einstufige, auftragsbezogene Kommissionierung** mit 83 % am häufigsten zum Einsatz. Dabei wird jeder Auftrag in einem einzigen Arbeitsgang vollständig zusammengestellt.

Mehrstufige Batch-Kommissionierung nutzen 75 % der Unternehmen. Hier werden Artikel zunächst auftragsübergreifend gesammelt und anschließend den einzelnen Aufträgen zugeordnet. Die **Multi-Order-Kommissionierung** wird von 58 % eingesetzt und ermöglicht die gleichzeitige Bearbeitung mehrerer Kundenaufträge während eines Kommissionier Gangs. Aufgrund der Möglichen Mehrfachnennungen, ist ersichtlich, dass viele Unternehmen verschiedene Kommissionier Methoden kombinieren.

Dennoch geht aus den Ergebnissen hervor, dass die Unternehmen ihre Kommissionier Prozesse an unterschiedliche Auftragsstrukturen anpassen. Durch den parallelen Einsatz mehrerer Verfahren lassen sich sowohl Einzelaufträge als auch größere Auftragsvolumen effizient bearbeiten.

Kommissionier Methoden

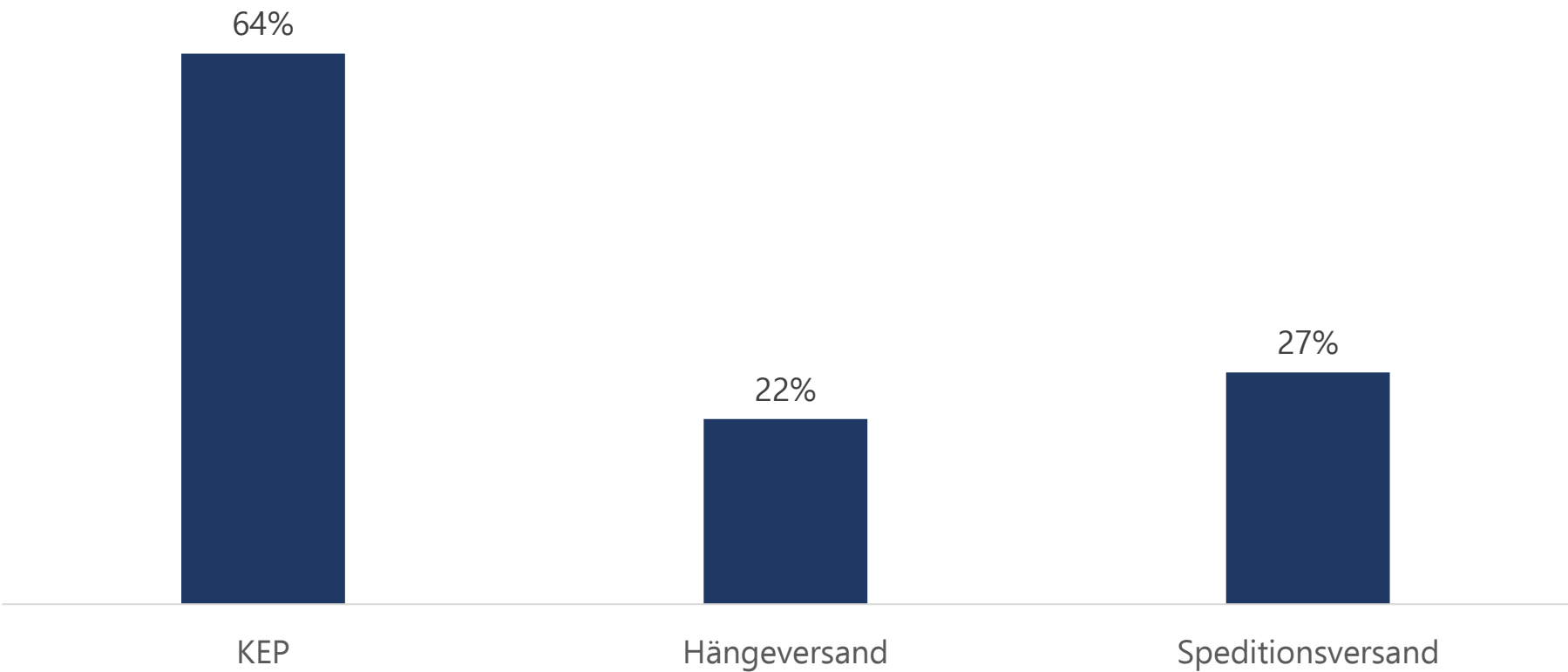


KAPITEL 2 | Prozesse

Für die Distribution setzen die befragten Unternehmen überwiegend auf **KEP-Dienstleister wie DHL, DPD, GLS oder UPS**. Mit einem Anteil von 64 % stellen sie den wichtigsten Versandweg dar. Der Versand per **Spedition (Palette oder Stückgut) folgt mit 27 %**, während **Hängeversand mit 22 %** eine eher untergeordnete Rolle spielt.

Der hohe KEP-Anteil bestätigt, dass der überwiegende Teil der Sendungen im B2B-Bereich über die Paketdienste abgewickelt wird und darüber viele Sendungen an B2B-Kunden (z. B. kleinere Fachhandelspartner) in eher kleinteiligen, aber kontinuierlichen Mengen ausgeliefert werden.

Distributionswege in der B2B-Auslieferung



AGENDA

- + **Der Branchenmonitor Logistik**
- + **Kapitel 1: Strukturen Lagerlogistik B2B**
- + **Kapitel 2: Prozesse Lagerlogistik B2B**
- + **Kapitel 3: Digitalisierung & Automatisierung Lagerlogistik B2B**
- + **Kapitel 4: Kennzahlen & Key Facts Lagerlogistik B2B**
- + **Kapitel 5: Herausforderungen Lagerlogistik B2B**
- + **Fazit**

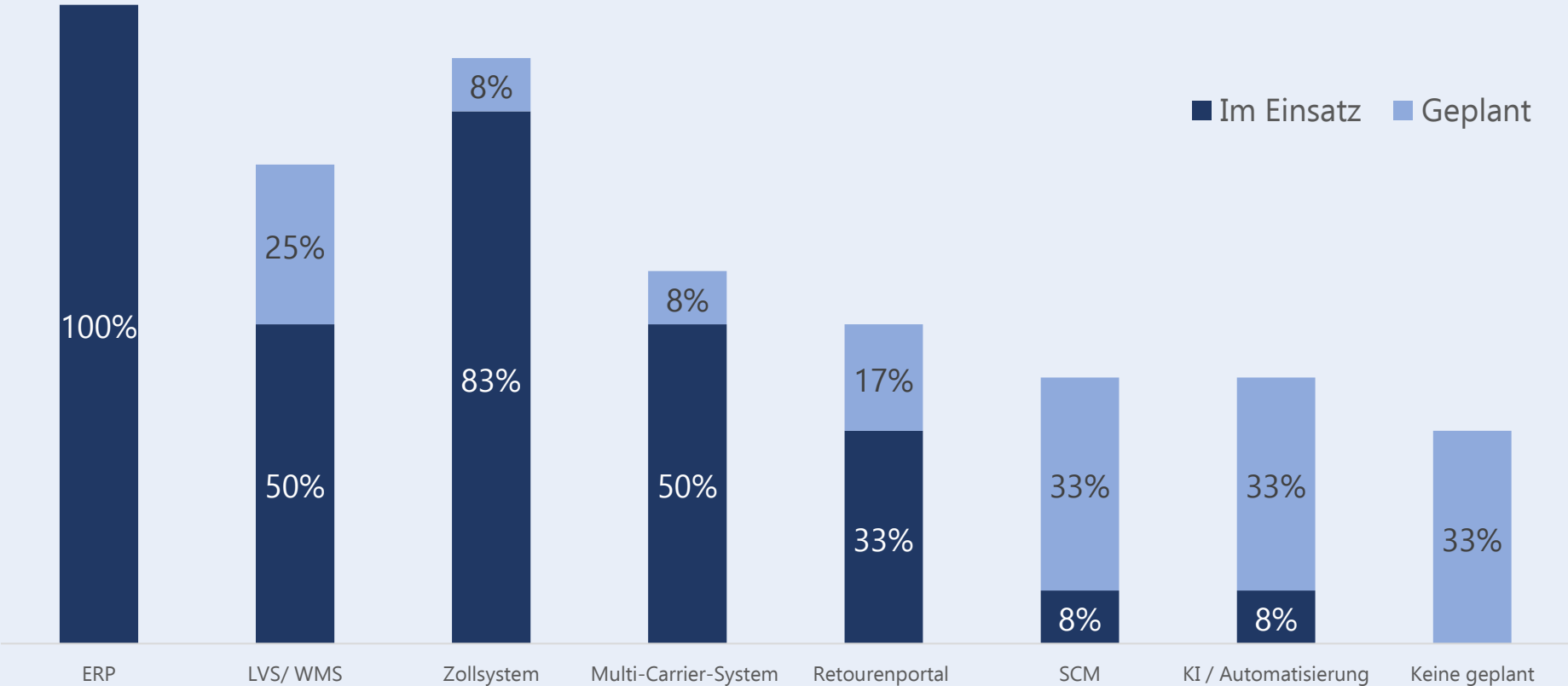
KAPITEL 3 | Digitalisierung & Automatisierung

Digitalisierung & Automatisierung Lagerlogistik B2B

Das **ERP-/Warenwirtschaftssystem** ist bei praktisch allen Unternehmen im Einsatz und bildet damit die **Basis der IT-Landschaft**. Auch Zollsysteme sind mit rund 83 % sehr weit verbreitet, ein Hinweis darauf, dass grenzüberschreitende Warenströme für die Teilnehmer eine hohe Relevanz haben. Dieser hohe Importanteil vor allem aus Fernost und Asien ist auf Folie 9 genauer geschildert. LVS/WMS-Systeme und Multi-Carrier-Systeme liegen mit je 50 % auf einem mittleren Niveau, Retourenportale bei rund einem Drittel. Auffällig gering ist der Einsatz spezialisierter SCM-Systeme (z. B. Setlog, Tesi) sowie KI-gestützter Tools (je ca. 8 %), hier scheint noch deutliches Ausbaupotenzial zu bestehen.

Das Bild zeigt: Die Basis-IT ist etabliert, aber spezialisierte Supply-Chain- und KI-Tools sind bislang kaum im Einsatz. In Hinblick auf **weitere geplante Digitalisierungsschritte in den nächsten 2-3 Jahren** ist das Meinungsbild gespalten: Jeweils rund ein Drittel der Unternehmen plant den Ausbau von SCM-Systemen, den Einsatz von KI-Unterstützung/Automatisierung – und gleichzeitig plant ein weiteres Drittel gar keine weitere Digitalisierung. Es zeichnet sich also eine Zweiteilung der Branche ab: ein digitalisierungsaffiner Teil, der insbesondere in KI-gestützte Lösungen investieren will, und ein Teil, der den Status quo als ausreichend ansieht.

Softwarelösungen im Einsatz oder Geplant



KAPITEL 3 | Digitalisierung & Automatisierung

Der **Digitalisierungsgrad** der Lagerlogistik liegt insgesamt auf einem mittleren Niveau. Am stärksten digitalisiert sind die Auslieferungssteuerung und die Kommissionierung mit einem durchschnittlichen Reifegrad von 3,29, gefolgt vom Wareneingang mit 3,25. Geringere Werte erreichen die Avisierung und Anlieferung mit 2,67 sowie die Retourenabwicklung mit 2,64.

Die Ergebnisse zeigen, dass insbesondere die **operativen Kernprozesse bereits gut digitalisiert sind**. Potenzial besteht vor allem bei der Avisierung, beispielsweise durch digitale Zeitfensterbuchung und automatisierte Wareneingangsplanung, sowie bei der Retourenabwicklung durch KI-gestützte Retourenprüfung, mobile Erfassung oder automatisierte Wiedereinlagerung.

Digitalisierung in der Logistik

Avisierung & Anlieferung	2,6 von 5 ★
Wareneingang	3,2 von 5 ★
Einlagerung & Lagerung	3,0 von 5 ★
Auslieferungssteuerung	3,2 von 5 ★
Kommissionierung	3,2 von 5 ★
Verpackung & Warenausgang	3,1 von 5 ★
Retouren	2,6 von 5 ★

Automatisierung in der Logistik

Avisierung & Anlieferung	2,4 von 5 ★
Wareneingang	2,5 von 5 ★
Einlagerung & Lagerung	2,8 von 5 ★
Auslieferungssteuerung	2,7 von 5 ★
Kommissionierung	2,7 von 5 ★
Verpackung & Warenausgang	2,6 von 5 ★
Retouren	1,9 von 5 ★

Der **Automatisierungsgrad** liegt im Schnitt bei ca. 2,5 von 5, spürbar niedriger als der Digitalisierungsgrad (3,0). Das deutet darauf hin, dass viele Unternehmen ihre **Prozesse** zwar zunehmend **digital abbilden** (Software, Datenflüsse), **physische Automatisierung** (Technik/Robotik) aber **deutlich hinterherhinkt**.

Am stärksten automatisiert sind die Einlagerung und Lagerung mit einem durchschnittlichen Reifegrad von 2,8 sowie die Auslieferungssteuerung und Kommissionierung mit jeweils 2,7. Die Retourenabwicklung erreicht dagegen mit 1,9 den niedrigsten Wert.

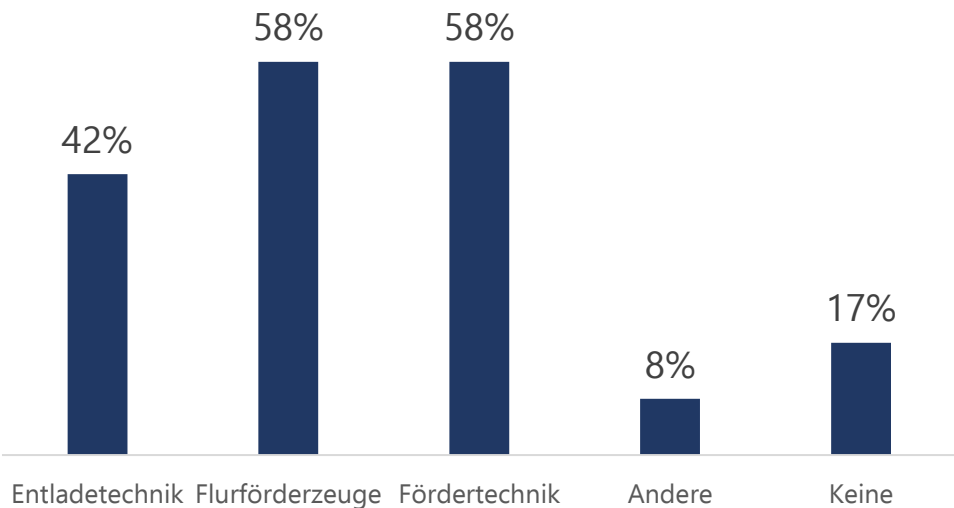
Die Ergebnisse zeigen, dass digitale Systeme bereits in vielen Unternehmen etabliert sind, die physische Automatisierung der Lagerprozesse jedoch noch deutliches Entwicklungspotenzial bietet. Insbesondere in der Retourenlogistik könnten Technologien wie automatische Sortieranlagen, Fördertechnik oder KI-gestützte Bild- und Qualitätsprüfung die Effizienz steigern und manuelle Aufwände reduzieren.

KAPITEL 3 | Digitalisierung & Automatisierung

Im **Wareneingang** kommen bereits verschiedene Automatisierungslösungen zum Einsatz. Flurförderzeuge und Fördertechnik werden jeweils von 58 % der Unternehmen genutzt, Entladetechnik von 42 %. Lediglich 17 % verzichten vollständig auf Automatisierung, vollautomatisierte Entladeroboter werden derzeit nicht eingesetzt.

Die Ergebnisse zeigen, dass der Wareneingang gut automatisiert ist. Der Fokus liegt dabei auf der Unterstützung manueller Prozesse, während vollständig automatisierte Lösungen bislang keine Rolle spielen.

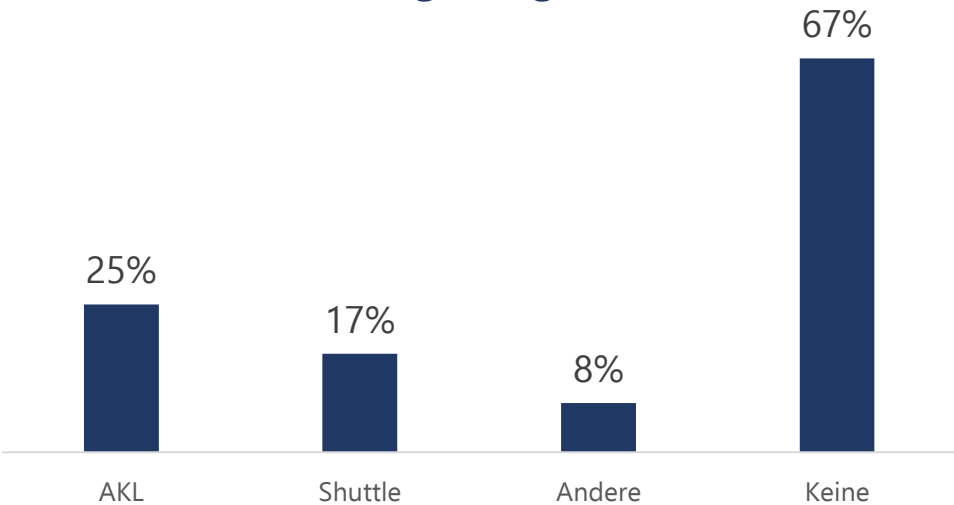
Automatisierung im Wareneingang



In der **Einlagerung und Lagerung** verzichten 67 % der Unternehmen auf Automatisierungslösungen. Wo Automatisierung eingesetzt wird, dominieren automatische Kleinteilelager (25 %) und Shuttle-Systeme (17 %). AutoStore- und automatisierte Palettenlager werden dagegen nur vereinzelt genutzt.

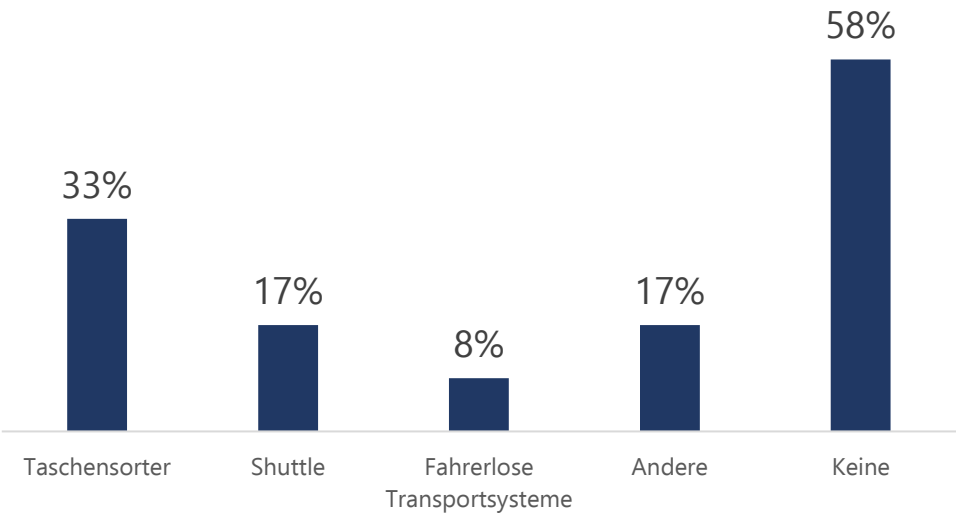
Die Auswertung zeigt, dass automatisierte Lagersysteme bislang nur bei einem Teil der Unternehmen etabliert sind. Insbesondere bei der Lagerung besteht noch Potenzial, Flächennutzung, Lagerdichte und Prozessgeschwindigkeit durch moderne Lagertechnik zu verbessern.

Automatisierung in Einlagerung & Lagerung



KAPITEL 3 | Digitalisierung & Automatisierung

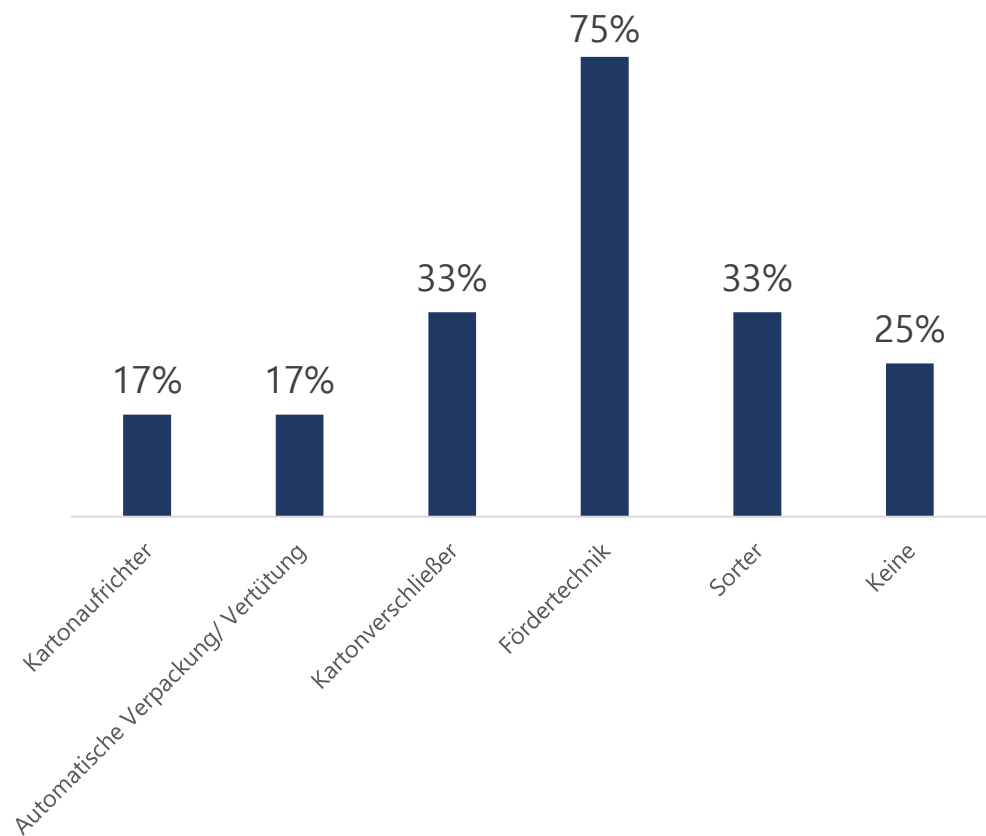
Automatisierung in
Kommissionierung & Sortierung



Auch in der **Kommissionierung** und Sortierung setzt die Mehrheit der Unternehmen noch keine Automatisierung ein. 58 % verzichten vollständig auf entsprechende Lösungen. Am häufigsten werden Taschen sorter mit 33 % eingesetzt, während fahrerlose Transportsysteme lediglich vereinzelt genutzt werden. Pick-Roboter und Liegewarensorter kommen derzeit nicht zum Einsatz.

Es wird deutlich, dass die Kommissionierung weiterhin überwiegend manuell erfolgt. Automatisierung bietet hier insbesondere Potenzial, Laufwege zu reduzieren, die Produktivität zu steigern und dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken.

Automatisierung in Verpackung & Warenausgang



Die **Verpackung und der Warenausgang** zählen zu den am stärksten automatisierten Bereichen der Lagerlogistik. Nur 25 % der Unternehmen setzen hier keine Automatisierungslösung ein. Fördertechnik wird von 75 % genutzt und ist damit die am weitesten verbreitete Technologie. Ergänzend kommen Kartonverschießer und Sorter bei jeweils 33 % der Unternehmen zum Einsatz. Verladeroboter werden derzeit nicht eingesetzt.

Insbesondere standardisierte Prozesse im Verpackungs- und Versandbereich lassen sich gut automatisieren. Potenzial besteht vor allem bei weiterführenden Lösungen wie der automatisierten Verladung oder einer stärkeren Vernetzung der Versandprozesse.

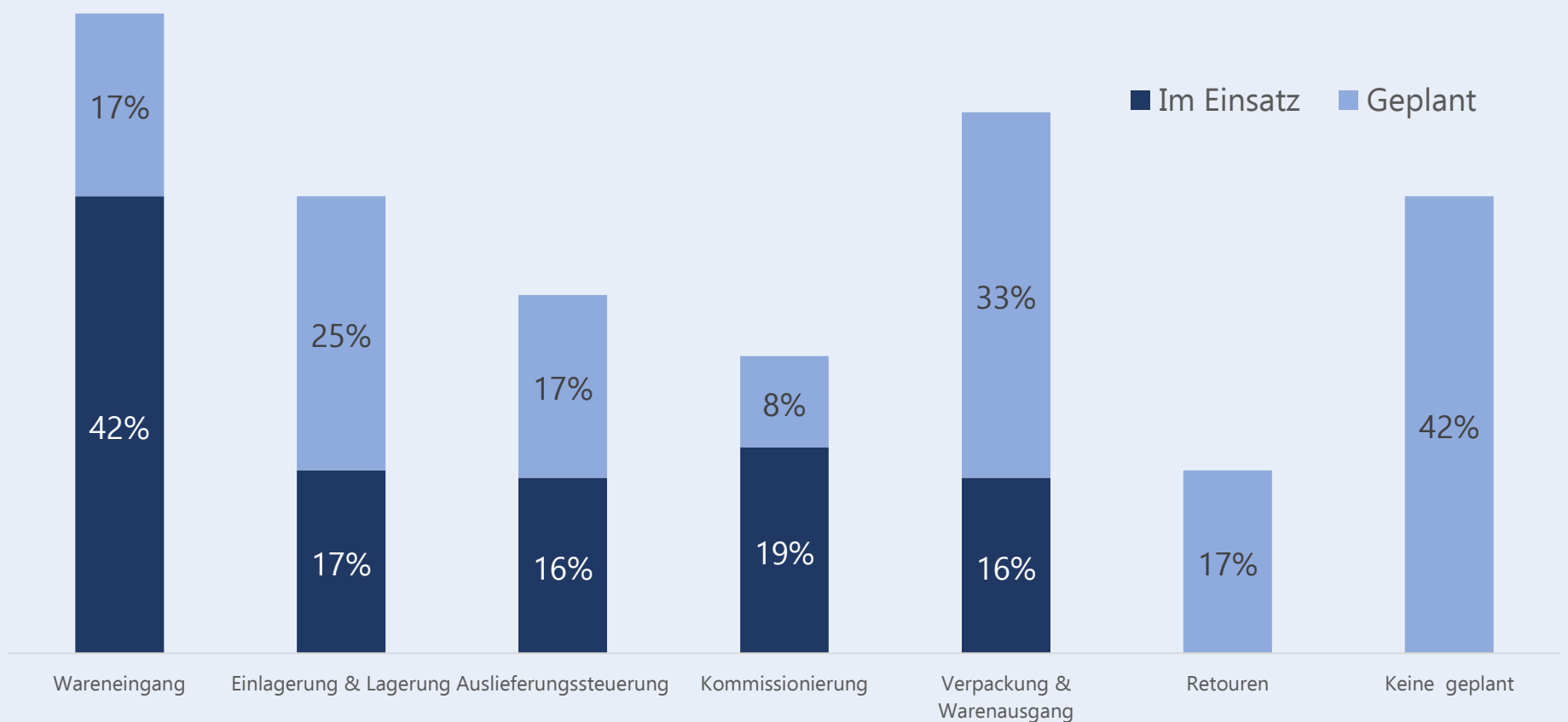
Im **Retourenbereich** setzt keines der befragten Unternehmen Automatisierungslösungen ein.

KAPITEL 3 | Digitalisierung & Automatisierung

In den kommenden zwei bis drei Jahren plant ein Großteil der Unternehmen **weitere Investitionen in die Automatisierung**. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der Verpackung und dem Warenausgang mit 33 %, gefolgt von der Einlagerung und Lagerung mit 25 %. Lediglich 17 % planen Investitionen im Retourenbereich, während 42 % aktuell keine weitere Automatisierung vorsehen.

Die Ergebnisse zeigen, dass sich die geplanten Investitionen vor allem auf bereits etablierte Automatisierungsbereiche konzentrieren. Trotz des größten Nachholbedarfs im Retourenprozess wird dieser vergleichsweise selten als Investitionsschwerpunkt genannt. Dies deutet darauf hin, dass Unternehmen zunächst bestehende Automatisierungslösungen ausbauen, bevor sie komplexere Prozesse wie die Retourenabwicklung angehen.

Automatisierung im Einsatz oder Geplant



AGENDA

- + **Der Branchenmonitor Logistik**
- + **Kapitel 1: Strukturen Lagerlogistik B2B**
- + **Kapitel 2: Prozesse Lagerlogistik B2B**
- + **Kapitel 3: Digitalisierung & Automatisierung Lagerlogistik B2B**
- + **Kapitel 4: Kennzahlen & Key Facts Lagerlogistik B2B**
- + **Kapitel 5: Herausforderungen Lagerlogistik B2B**
- + **Fazit**

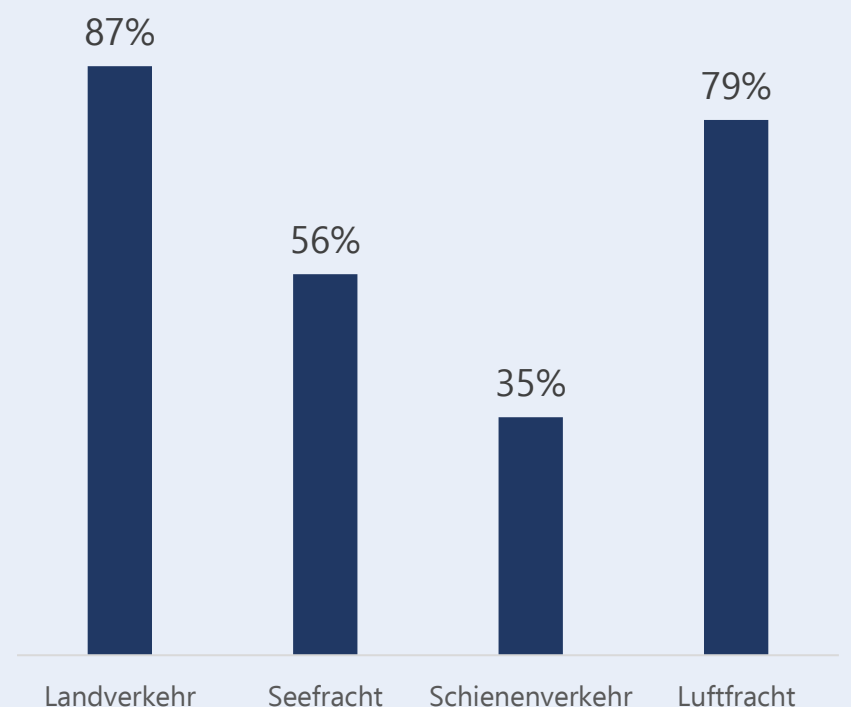
KAPITEL 4 | Kennzahlen & Key Facts

Kennzahlen & Key Facts Lagerlogistik B2B

Der **Erfüllungsgrad** der Liefertermine ist im **Landverkehr mit durchschnittlich 87 % am höchsten**. Auch die Luftfracht erreicht hohe Werte, während die Seefracht einen deutlich geringeren Erfüllungsgrad aufweist und stärker schwankt. Für den Schienenverkehr liegen nur wenige Angaben vor, sodass keine belastbare Aussage möglich ist.

Die Ergebnisse zeigen, dass der **Landverkehr die höchste Planungssicherheit bietet**. Die geringere Termintreue der Seefracht lässt sich unter anderem durch längere Transportwege und gestörte internationale Lieferketten erklären. Der Schienenverkehr spielt weiterhin nur eine untergeordnete Rolle und ist derzeit kein relevanter Verkehrsträger für die Mehrheit der Unternehmen.

Erfüllungsgrad Inbound-Transporte nach Verkehrsträger



Lagerumschlaghäufigkeit



4,50

Vororder/ Saisonware

3,25

Nachorder/ Replenishment

Die **Lagerumschlagshäufigkeit** liegt bei Vororder- bzw. Saisonware durchschnittlich bei 4,50 Umschlägen pro Jahr. Nachorder- bzw. Replenishment-Ware erreicht im Durchschnitt 3,25 Umschläge pro Jahr. Die Ergebnisse weisen insgesamt eine große Spannbreite zwischen den Unternehmen auf.

Die Unterschiede deuten auf verschiedene Sortiments- und Beschaffungsstrategien hin. Während Saisonware häufig über einen längeren Zeitraum verkauft wird, wird Nachorder- bzw. Replenishment-Ware bedarfsgerecht nachbestellt und kontinuierlich verfügbar gehalten. Dadurch können sich je nach Geschäftsmodell und Produktsortiment unterschiedliche Lagerumschlagshäufigkeiten ergeben.

KAPITEL 4 | Kennzahlen & Key Facts

Die **Bestands- bzw. Inventurgenauigkeit** liegt durchschnittlich bei 93,8 %. Die meisten Unternehmen erreichen dabei Werte von rund 98 % oder höher, während einzelne niedrigere Werte den Durchschnitt reduzieren.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Bestandsführung auf einem sehr hohen Niveau ist. Insgesamt deutet dies auf **gut funktionierende Lagerprozesse und eine hohe Bestandsqualität hin**. Einzelne Unternehmen weisen jedoch noch Optimierungspotenzial auf, beispielsweise durch den Einsatz mobiler Datenerfassung, Barcode- oder RFID-Technologien sowie regelmäßiger Stichprobeninventuren.

Sowohl bei der Vororder als auch bei der Nachorder erreichen die Unternehmen eine sehr hohe **Kommissioniergenauigkeit**. Die Vororder liegt durchschnittlich bei 98,6 %, die Nachorder bei 86 %.

Auch bei den eingesetzten Kommissionierprozessen wird eine sehr hohe Qualität erreicht. Automatisierung bietet hier daher vor allem Potenzial zur Steigerung von Effizienz und Produktivität, beispielsweise durch kürzere Laufwege, höhere Durchsätze und die Entlastung der Mitarbeitenden, weniger zur Verbesserung der Kommissioniergenauigkeit.

Die **Liefertreue** liegt sowohl bei Vororder (89 %) als auch bei Nachorder (91 %) auf einem hohen Niveau und zeigt eine stabile Terminerfüllung der Auslieferungen. Im Vergleich zur sehr hohen Kommissioniergenauigkeit deutet dies darauf hin, dass mögliche Verzögerungen weniger aus internen Lagerprozessen, sondern eher aus nachgelagerten Bereichen wie Transport oder Auslieferungssteuerung entstehen können.

Bestands-/Inventurgenauigkeit



94%

Kommissioniergenauigkeit



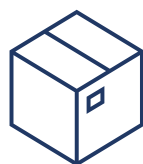
99%

Vororder/ Saisonware

86%

Nachorder/ Replenishment

Erfüllungsquote/ Liefertreue



89%

Vororder/ Saisonware

91%

Nachorder/ Replenishment

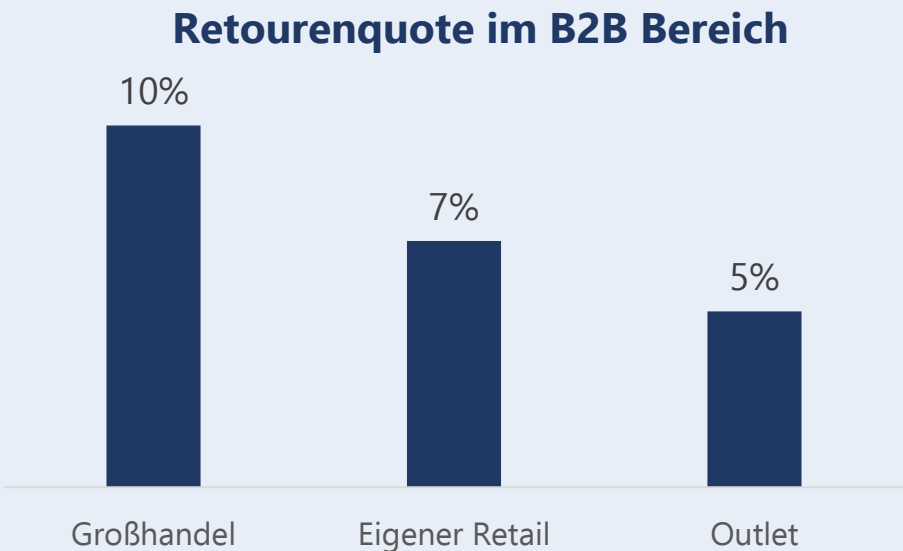
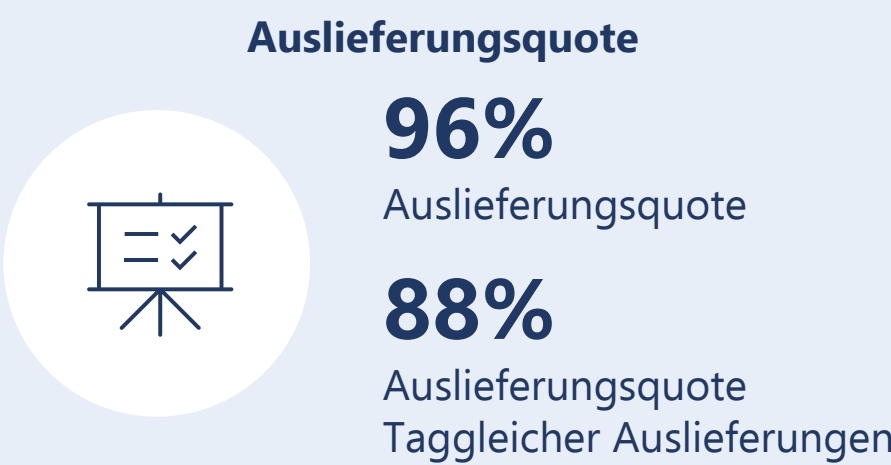
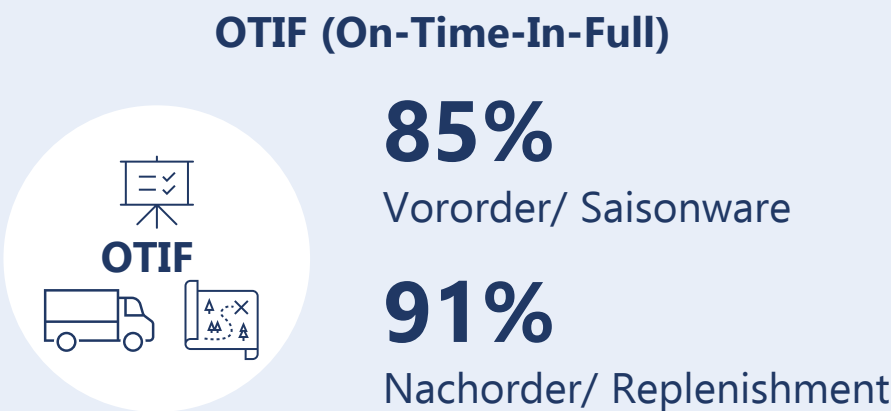
KAPITEL 4 | Kennzahlen & Key Facts

Bei der **vollständigen und termingerechten Lieferung** (OTIF) zeigt sich ein Unterschied zwischen Vororder (85 %) und Nachorder (91 %). Die höhere Quote der Nachorder bestätigt, dass standardisierte Replenishment-Prozesse einfacher vollständig und termingerecht abgewickelt werden können. Vororder-Lieferungen sind aufgrund größerer Sortimentsbreite und komplexerer Auftragsstrukturen anspruchsvoller.

Die **Auslieferungsquote** bei Vororder liegt mit durchschnittlich 96 % auf einem sehr hohen Niveau und zeigt, dass geplante Lieferzeiträume überwiegend eingehalten werden. Im Vergleich zur OTIF-Quote wird deutlich, dass beide Kennzahlen unterschiedliche Aspekte bewerten: Während die Auslieferungsquote die termingerechte Bereitstellung innerhalb eines Zeitfensters betrachtet, berücksichtigt OTIF zusätzlich die vollständige Auftragserfüllung zum exakten Liefertermin. Die **taggleiche Auslieferungsquote** bei Nachorder erreicht 88 % und unterstreicht die effiziente Abwicklung kurzfristiger Nachbestellungen.

Die **Retourenquote** unterscheidet sich deutlich nach Vertriebskanal. Der Großhandel weist mit 10 % die höchste Retourenquote auf. Der eigene Retail liegt mit 7 % darunter, während Outlets mit nur 5 % wenig Retouren verzeichnen.

Das Ergebnis zeigt ein nachvollziehbares Muster: Im Großhandel führen klassische **B2B-Rücknahmevereinbarungen** und **saisonale Warensteuerung zu höheren Retourenmengen**, während Outlets aufgrund des Verkaufs reduzierter Ware kaum Rückgaben aufweisen.



KAPITEL 4 | Kennzahlen & Key Facts

Die **Inbound-Transportkosten** liegen im Durchschnitt bei 1,33 €/Stück mit einer Spanne von 0,45 bis 2,50 €/Stück. Die große Streuung zeigt, dass die Kosten stark von Beschaffungsregion und Verkehrsträger abhängen. Eine allgemeingültige Orientierungsgröße lässt sich daraus nicht ableiten, da beispielsweise See-, Land- und Luftfracht unterschiedliche Kostenstrukturen aufweisen.

Die **Lagerlogistikkosten** liegen bei Vororder durchschnittlich bei 1,60 €/Stück und bei Nachorder bei 2,10 €/Stück. Die Mediane von 1,30 € bzw. 1,00 € zeigen, dass die Mehrheit der Unternehmen im Bereich von etwa 1 bis 1,5 €/Stück liegt.

Die **Outbound-Transportkosten** liegen durchschnittlich bei 1,10 €/Stück mit einer Spanne von 0,67 bis 2,50 €/Stück. Damit liegen sie leicht unter den Inbound-Kosten. Dies ist plausibel, da der Versand häufig über kostengünstigere KEP-Dienstleister erfolgt, während die Beschaffung teilweise über längere Transportwege abgewickelt wird.

Die **Retourenkosten** liegen mit durchschnittlich 4,8 €/Stück deutlich über den regulären Lagerlogistikkosten.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass Retouren aufgrund zusätzlicher Prüf-, Aufbereitungs- und Wiedereinlagerungsprozesse einen erheblichen Kostenfaktor darstellen. Zusammen mit der geringen Automatisierung im Retourenbereich und den hohen Retourenquoten im Großhandel zeigt sich hier ein wesentlicher Optimierungsbereich der B2B-Lagerlogistik.



Transportkosten Inbound

1,33€

€/ Stück



Lagerlogistikkosten

1,60€

Vororder/ Saisonware

2,10€

Nachorder/ Replenishment



Transportkosten Outbound

1,10€

€/ Stück



Retourenkosten

4,80€

€/ Stück

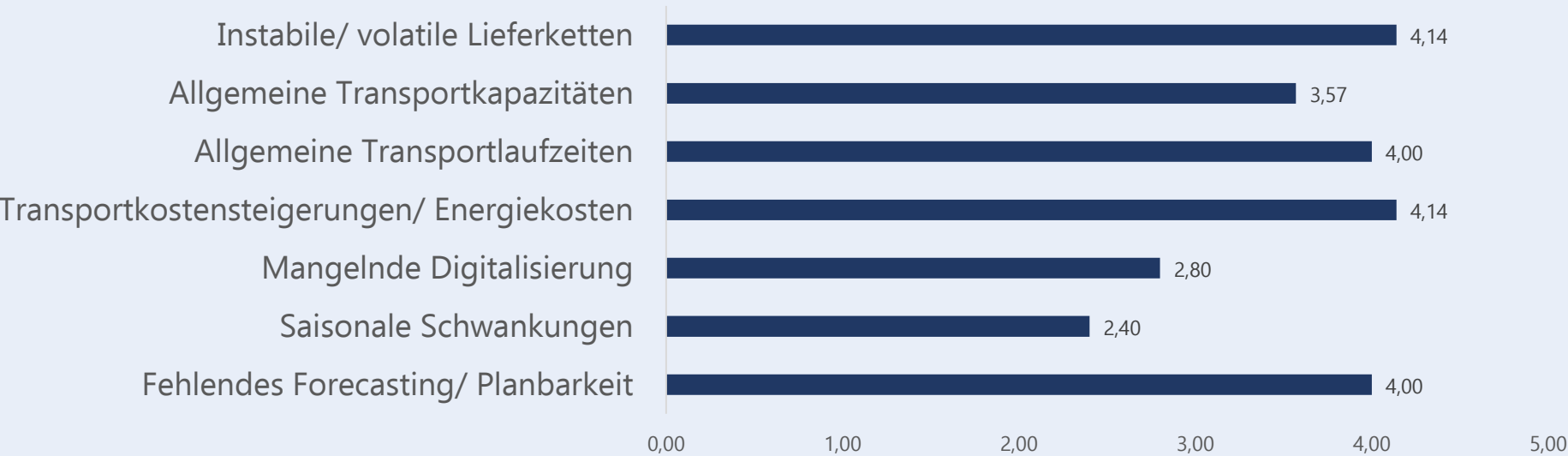
AGENDA

- + **Der Branchenmonitor Logistik**
- + **Kapitel 1: Strukturen Lagerlogistik B2B**
- + **Kapitel 2: Prozesse Lagerlogistik B2B**
- + **Kapitel 3: Digitalisierung & Automatisierung Lagerlogistik B2B**
- + **Kapitel 4: Kennzahlen & Key Facts Lagerlogistik B2B**
- + **Kapitel 5: Herausforderungen Lagerlogistik B2B**
- + **Fazit**

KAPITEL 5 | Herausforderungen Lagerlogistik B2B

Herausforderungen Lagerlogistik B2B

Herausforderungen Inbound-Transporte, Avisierung, Anlieferung



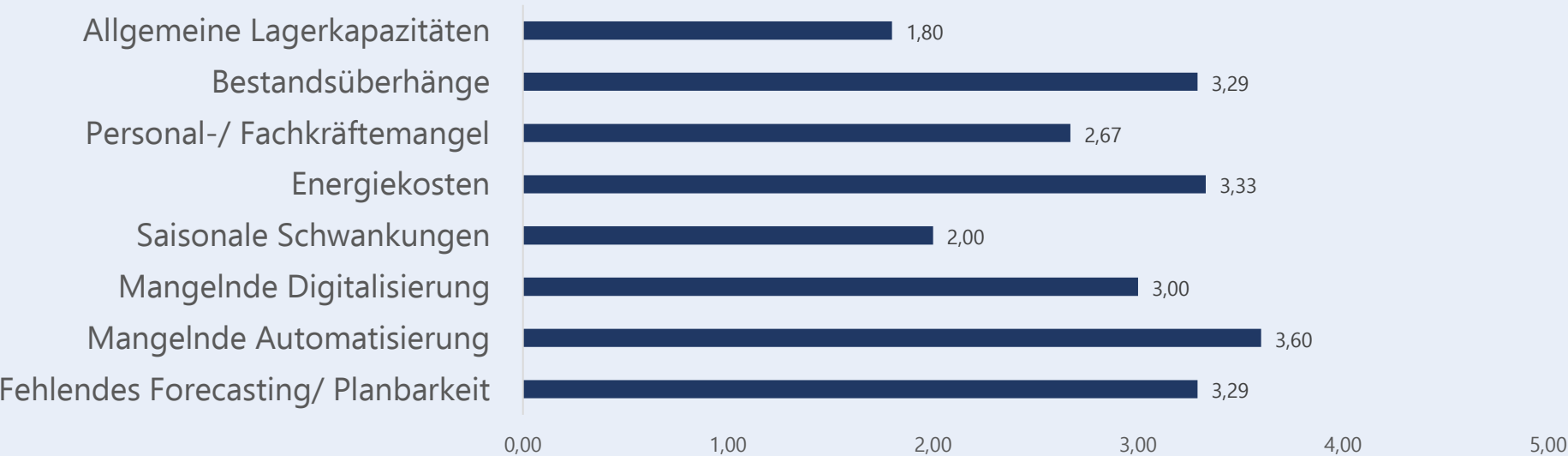
Die größten Herausforderungen im Bereich **Inbound-Transporte, Avisierung und Anlieferung** liegen aktuell vor allem bei den Kosten und der Planbarkeit. Mit einem Mittelwert von 4,14 werden steigende Transport- und Energiekosten und instabile und volatile Lieferketten als größte Herausforderung bewertet. Danach folgen, allgemeine Transportlaufzeiten sowie fehlendes Forecasting und eingeschränkte Planbarkeit mit jeweils 4,0. Die Verfügbarkeit von Transportkapazitäten wird mit 3,57 ebenfalls als relevant eingestuft. Weniger kritisch werden mangelnde Digitalisierung und saisonale Schwankungen bewertet.

Die Ergebnisse zeigen, dass insbesondere der **Kostendruck und die Unsicherheit innerhalb der Lieferketten die Branche beschäftigen**. Herausforderungen entstehen weniger durch fehlende digitale Lösungen, sondern vor allem durch **externe Faktoren** wie volatile Märkte, schwankende Laufzeiten und eingeschränkte Planbarkeit. Dass die Digitalisierung nur eine mittlere Herausforderung darstellt, passt zum hohen Digitalisierungsgrad im Wareneingang, der mit 3,25 von 5 Punkten eine der höchsten Werte innerhalb der betrachteten Logistikprozesse erreicht. Bereiche, die bereits stärker digital unterstützt werden, werden entsprechend seltener als kritischer Engpass wahrgenommen.

KAPITEL 5 | Herausforderungen Lagerlogistik B2B

Herausforderungen Lagerlogistik B2B

Herausforderungen Lagerlogistik



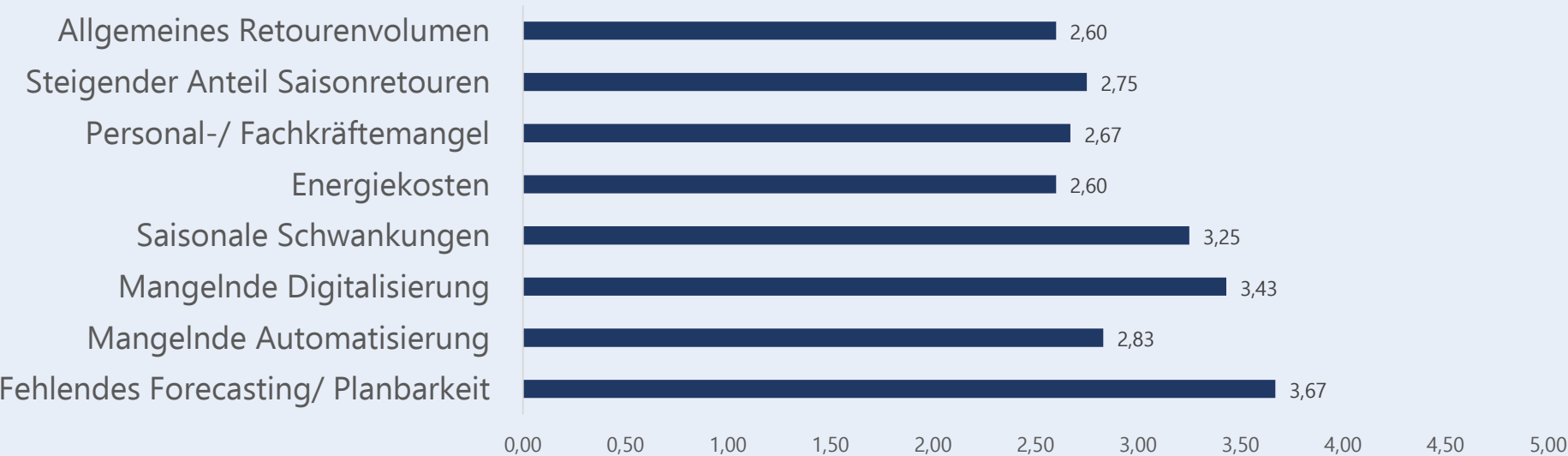
Die größten Herausforderungen in der Lagerlogistik liegen aktuell vor allem bei mangelnder technischer Unterstützung und steigenden Kosten. Mit einem Mittelwert von 3,60 wird **mangelnde Automatisierung als größte Herausforderung** bewertet, gefolgt von Energiekosten (3,33). Bestandsüberhänge und fehlendes Forecasting bzw. eingeschränkte Planbarkeit liegen mit jeweils 3,29 nahezu gleichauf und damit ebenfalls auf hohem Niveau. Mangelnde Digitalisierung (3,00) und der Personal- bzw. Fachkräftemangel (2,67) werden als Herausforderungen mittlerer Bedeutung wahrgenommen. Saisonale Schwankungen (2,0) und allgemeine Lagerkapazitäten (1,8) spielen die geringste Rolle.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Herausforderungen weniger in der verfügbaren Lagerfläche liegen, sondern vor allem in der effizienten Nutzung und Steuerung bestehender Strukturen. Die hohe Bewertung von Digitalisierung und Automatisierung passt zu den vergleichsweise niedrigen Digitalisierungs- und Automatisierungsgraden im Bereich Einlagerung und Lagerung. Viele Unternehmen verfügen hier weiterhin über wenig technische Unterstützung. Gleichzeitig deutet die hohe Bedeutung von Bestandsüberhängen auf Unsicherheiten in Nachfrageplanung und Forecasting hin. Nicht die Kapazität der Lager ist der Engpass, sondern die Transparenz, Steuerung und Flexibilität der Prozesse.

KAPITEL 5 | Herausforderungen Lagerlogistik B2B

Herausforderungen Lagerlogistik B2B

Herausforderungen Retouren



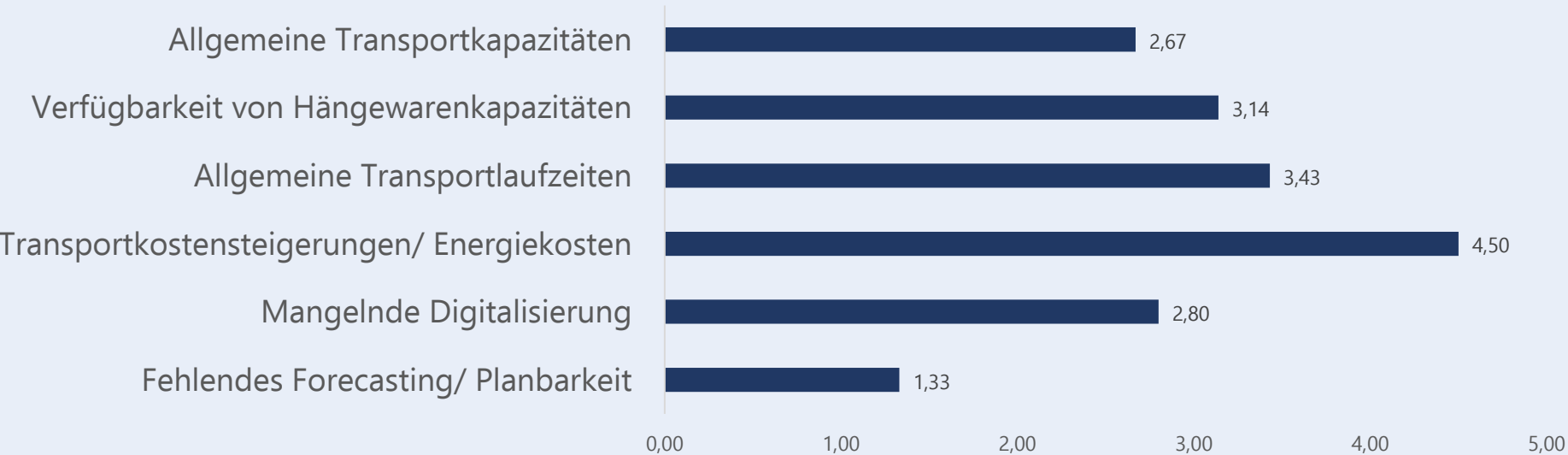
Die größten Herausforderungen im **Retourenbereich** liegen vor allem in der **Planung und der Digitalisierung der Prozesse**. Mit einem Mittelwert von 3,67 werden fehlendes Forecasting und eingeschränkte Planbarkeit als größte Herausforderung genannt. Ebenfalls hoch bewertet werden mangelnde Digitalisierung (3,43) sowie saisonale Schwankungen (3,25). Der steigende Anteil an Saisonretouren (2,75), mangelnde Automatisierung (2,83), das allgemeine Retourenvolumen (2,60) und der Personal- bzw. Fachkräftemangel (2,67) werden als Herausforderungen mittlerer Bedeutung wahrgenommen.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass der Retourenbereich aktuell den größten digitalen Nachholbedarf innerhalb der betrachteten Logistikprozesse aufweist. Die hohe Bewertung der Digitalisierung als größte Herausforderung passt zu dem fehlenden Einsatz von Automatisierungslösungen im Retourenprozess sowie den vergleichsweise hohen Retourenkosten pro Stück. Es zeigt sich eine deutliche Lücke zwischen erkanntem Optimierungsbedarf und bereits umgesetzten Lösungen. Besonders die Verbesserung von Datentransparenz, Prognosefähigkeit und Prozessautomatisierung bietet daher großes Potenzial zur Effizienzsteigerung.

KAPITEL 5 | Herausforderungen Lagerlogistik B2B

Herausforderungen Lagerlogistik B2B

Herausforderungen Outbound-Transporte



Die größten Herausforderungen im **Outbound-Bereich** liegen vor allem bei **steigenden Kosten und der Verfügbarkeit bestimmter Transportkapazitäten**. Mit einem Mittelwert von 4,50 werden steigende Transport- und Energiekosten mit deutlichem Abstand als größte Herausforderung bewertet. Die geringe Streuung zeigt zudem, dass hier eine breite Übereinstimmung unter den Teilnehmern besteht. Danach folgen die Verfügbarkeit von Hängewarenkapazitäten (3,14) und allgemeine Transportlaufzeiten (3,43). Mangelnde Digitalisierung wird mit 2,8 bewertet, während allgemeine Transportkapazitäten (2,67) und fehlendes Forecasting bzw. eingeschränkte Planbarkeit (1,33) eine deutlich geringere Rolle spielen.

Die Ergebnisse zeigen, dass der Kostendruck im Outbound-Bereich noch stärker wahrgenommen wird als im Inbound-Bereich. Dies ist nachvollziehbar, da ein großer Teil der Auslieferungen über KEP-Dienste erfolgt und Unternehmen dadurch direkt von steigenden Paket- und Transportkosten betroffen sind. Auffällig ist der Unterschied zum Inbound-Bereich: Während fehlendes Forecasting dort eine zentrale Herausforderung darstellt, spielt es im Outbound kaum eine Rolle. Die Unsicherheit liegt somit vor allem in der Beschaffung und Warenverfügbarkeit, weniger in der anschließenden Auslieferung. Die Bedeutung der Hängewarenkapazitäten deutet zudem darauf hin, dass vorhandene Strukturen gezielt optimiert werden müssen, da begrenzte Kapazitäten in diesem Bereich unmittelbar als Engpass wahrgenommen werden.

AGENDA

- + **Der Branchenmonitor Logistik**
- + **Kapitel 1: Strukturen Lagerlogistik B2B**
- + **Kapitel 2: Prozesse Lagerlogistik B2B**
- + **Kapitel 3: Digitalisierung & Automatisierung Lagerlogistik B2B**
- + **Kapitel 4: Kennzahlen & Key Facts Lagerlogistik B2B**
- + **Kapitel 5: Herausforderungen Lagerlogistik B2B**

+ **Fazit**

FAZIT

Die Ergebnisse des Branchenmonitor Logistik B2B 2026 zeigen, dass die **Lagerlogistik** der Modebranche bereits auf einem **hohen operativen Niveau arbeitet**. Hohe Bestands- und Kommissioniergenauigkeiten sowie eine zuverlässige Liefertreue verdeutlichen, dass die zentralen Lagerprozesse in den meisten Unternehmen stabil und effizient organisiert sind.

Gleichzeitig wird deutlich, dass sich die **Anforderungen an die Lagerlogistik zunehmend verändern**. Internationale Beschaffungsstrukturen, unterschiedliche Vertriebskanäle und hybride Beschaffungsmodelle erhöhen die Komplexität der Material- und Warenflüsse. Unternehmen müssen ihre **Lagerprozesse daher zunehmend flexibel gestalten**, um sowohl planbare Vororder als auch kurzfristige Nachorder wirtschaftlich abwickeln zu können.

Technologische Entwicklungen gewinnen dabei weiter **an Bedeutung**. Die Ergebnisse zeigen, dass digitale Systeme in vielen Unternehmen zwar ausbaufähig, aber teilweise etabliert sind und insbesondere die operativen Kernprozesse unterstützen. Die **physische Automatisierung bleibt** dagegen in vielen Bereichen **hinter den Möglichkeiten zurück**. Vor allem in der Einlagerung, der Kommissionierung und insbesondere im Retourenprozess werden Lagerabläufe weiterhin überwiegend manuell durchgeführt. Gleichzeitig plant ein Teil der Unternehmen weitere Investitionen in Automatisierung und KI-gestützte Lösungen, während andere zunächst auf bestehende Strukturen setzen.

Ein besonderer Handlungsbedarf zeigt sich im Retourenmanagement. Trotz vergleichsweise hoher Prozesskosten und eines erkannten Optimierungsbedarfs kommen aufgrund der heterogenen Produkt- bzw. Retourenstrukturen bislang kaum digitale oder automatisierte Lösungen zum Einsatz. Gleichzeitig werden fehlende Planbarkeit und mangelnde Digitalisierung als zentrale Herausforderungen genannt. Hier bestehen erhebliche Potenziale, Prozesse effizienter zu gestalten und den manuellen Aufwand zu reduzieren.

Auch **externe Einflussfaktoren prägen die Lagerlogistik** zunehmend. Steigende Transport- und Energiekosten sowie volatile Lieferketten werden von den Unternehmen als größte Herausforderungen wahrgenommen. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass heute weniger fehlende Lagerkapazitäten als vielmehr Transparenz, Planbarkeit und eine effiziente Steuerung der Prozesse über die Leistungsfähigkeit der Logistik entscheiden.

Die Ergebnisse des Branchenmonitor Logistik B2B 2026 verdeutlichen, dass die Lagerlogistik in der Modebranche zunehmend zu einem strategischen Erfolgsfaktor wird. Unternehmen, die ihre Prozesse konsequent digitalisieren, gezielt automatisieren und gleichzeitig die Flexibilität ihrer Lager- und Lieferketten erhöhen, schaffen die Grundlage, um auch unter anspruchsvollen Marktbedingungen dauerhaft leistungsfähig und wettbewerbsfähig zu bleiben.