

ERGEBNISSE DER BENCHMARK-ERHEBUNG

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

Benchmark SCM 2020

Supply Chain Management in der Bekleidungsbranche



Inhalt

Vorwort.....	5
Fact Sheet.....	6
Der SCM Benchmark 2020.....	7
Legende	8

Ergebnisse des SCM – Branchen-Benchmarks 2020

Strukturdaten der Teilnehmer

Teilnehmerkreis	9
Umsatz/Mitarbeiter.....	10
Sortimente	11
Beschaffungsregionen	12
Beschaffungsvolumen	13
Beschaffungskanäle	14

Kennzahlen nach Bereichen – Planung

Qualität der Planung	15
Automatisierungsgrad der Planung	16
Hochrechnung Genauigkeit	17
Softwareunterstützung.....	18
Lieferantenkonzentration.....	19
Beschaffungsmix PLV.....	20
Verlagerung nach Europa.....	21

Kennzahlen nach Bereichen – Produktentwicklung

Budget Produktentwicklung	22
Kalkulation	23
Kollektionsstruktur.....	24
Änderungen	25

Inhalt

Digitalisierung der Produktentwicklung	26
PDM/PLM/PIM & MAM Systeme	27
Datenqualität.....	28
Datenarten und Datenqualität	29
Vollautomatisierter Datenaustausch.....	30
 <i>Kennzahlen nach Bereichen – Sourcing/Produktion</i>	
Lieferantenmanagement	31
Dispositionsarten beim Zukauf.....	32
Aufwand bei Vollkauf und Lohnveredelung	33
Kommunikationsarten	34
Datenaustausch mit Lieferanten	35
Risikoprofil	36
Lieferqualität	37
 <i>Kennzahlen nach Bereichen – Qualitätsmanagement</i>	
Qualitätsmanagement-Elemente	38
Qualitätsmanagement-Konzepte	39
Qualitätssichernde Maßnahmen	40
Überwachung in der Produktion	41
IT-Tools	42
 <i>Kennzahlen nach Bereichen – Logistik/Warenstromsteuerung</i>	
Serialisierung	43

Inhalt

Kennzahlen bereichsübergreifend

Order Intake/Verlust Auftragsvolumen	44
Aufwand Beschaffungsbereich	45
Potenziale Time-To-Market	47
Hindernisse Time-To-Market	48
Hindernisse Digitalisierung.....	49
Transparenz Lieferketten	50
Nachhaltigkeit/CSR – Gesamtübersicht	51
Produkt- Label/Siegel	53
Sozialstandards.....	54
Leitlinien/Prinzipien	55
Initiativen/Bündnisse	56

Status quo in der Unternehmensorganisation

Aufbauorganisation	57
Hierarchieebene	58
Unternehmen im Wandel	59
Change Management	61

Zukunftsfragen

Digitalisierung.....	62
Die Top SCM Potenziale	63
Rhythmus der Modeindustrie	65
Ausblick Meta-Themen.....	66
Ausblick Einkaufsverhalten	67

<i>Fazit</i>	69
---------------------------	----

<i>Glossar</i>	70
-----------------------------	----

<i>Profil der GCS Consulting GmbH</i>	72
--	----

Fact Sheet


Top 6 SCM Potentiale:

80 %  Optimierung der Sortimente

80 %  Erhöhte Digitalisierung der Produktentwicklung

80 %  Optimierung der Logistikprozesse

73 %  Optimierung der Planungs- und Forecast Prozesse der Beschaffung

67 %  Zusammenarbeit, Kooperation, Vernetzung mit strategischen Beschaffungspartnern

60 %  Reduzierung der Komplexität im Vertrieb

S. 63

Konsumentenverhalten:

Top 3 - Meta-Themen nach der Krise

94 %  Nachhaltigkeit

82 %  CSR

71 %  Transparenz

S. 66

Mehr als **60 %** finden innovative, verfügbare Ansätze zum vollautomatisierten Datenaustausch mit Lieferanten attraktiv



S. 30

Produktionsverlagerungen finden bestenfalls in geringem Umfang statt.



S. 12

Auftragsvolumen:

Der größte Verlust passiert nicht coronabedingt außerhalb, sondern Inhouse.

Die **Kollektionsbereinigung** wird als größter Faktor für den **Verlust** von Auftragsvolumen angegeben und hat sich seit 2018 fast verdoppelt.

S. 44

Digitalisierung: 40 % der Unternehmen sehen die **eigenen Gewohnheiten** und **möglichen Vorbehalte im Design** als eine der größten **Hindernisse**.



Für das Jahr 2021 vermuten **80 %** eine **Zunahme** der Nutzung **virtueller Produkte** im Bereich Fast Fashion

S. 49/67

Die Top 3 Produkt Siegel heute im Einsatz:

STANDARD 100 by OEKO-TEX®

GOTS

bluesign®

Für die Zukunft planen 17 % einen Einführung des Grünen Knopfs.

S. 53