

ERGEBNISSE DES BRANCHENMONITOR DIGITALISIERUNG 2025

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



Inhaltsverzeichnis

Ergebnisse des Branchenmonitor Digitalisierung

<i>Der Branchenmonitor Digitalisierung</i>	3
Teilnehmende Unternehmen – Überblick	4
 <i>Schwerpunktthemen der Digitalisierung</i>	
Künstliche Intelligenz	5
Digitalisierung, und laufende IT-Projekte	6
E-Commerce, Vertrieb und Marketing	8
IT-Infrastruktur und IT-Systeme	10
Business Intelligence & Datenanalyse	12
Fazit	14

Der Branchenmonitor

Digitalisierung 2025



Wir freuen uns, Ihnen die Ergebnisse des Branchenmonitors Digitalisierung in der Mode- und Fashionbranche für das Jahr 2025 vorzustellen. Das vergangene Jahr war erneut geprägt von dynamischen Entwicklungen, technologischen Innovationen und einem wachsenden Fokus auf künstliche Intelligenz in der Modebranche. Dank Ihrer aktiven Teilnahme an unseren vierteljährlichen Umfragen konnten wir wieder spannende Einblicke in den digitalen Fortschritt und die Herausforderungen der Unternehmen gewinnen. Im Verlauf des Jahres 2025 richteten wir unseren Blick auf zentrale digitale Handlungsfelder: Den Auftakt bildeten die Themen Digitalisierung und laufende IT-Projekte. Im zweiten Quartal stand der Bereich E-Commerce, Vertrieb und Marketing im Mittelpunkt. Danach folgten Analysen zu IT-Infrastruktur und IT-Systemen, bevor wir das Jahr mit einem Fokus auf Business Intelligence und Analytics abschlossen. In jedem Themenblock wurden zudem Fragen zur Nutzung von künstlicher Intelligenz im jeweiligen Anwendungsbereich gestellt.

Der vorliegende Jahresbericht fasst die wichtigsten Erkenntnisse aus diesen Untersuchungen zusammen und zeigt auf, wie sich Mode- und Fashionunternehmen im Verlauf des Jahres digital weiterentwickelt haben. Er bietet Ihnen nicht nur einen umfassenden Überblick über den aktuellen Stand der digitalen Transformation, sondern auch wertvolle Impulse für strategische Entscheidungen im neuen Jahr.

Auch 2026 werden wir den digitalen Wandel der Branche weiter begleiten – mit regelmäßigen Befragungen, Analysen und fundierten Jahresauswertungen. Wir danken Ihnen herzlich für Ihre Mitarbeit und Ihr Vertrauen und freuen uns darauf, Sie weiterhin mit relevanten Insights zur Zukunft der digitalen Modebranche zu unterstützen.

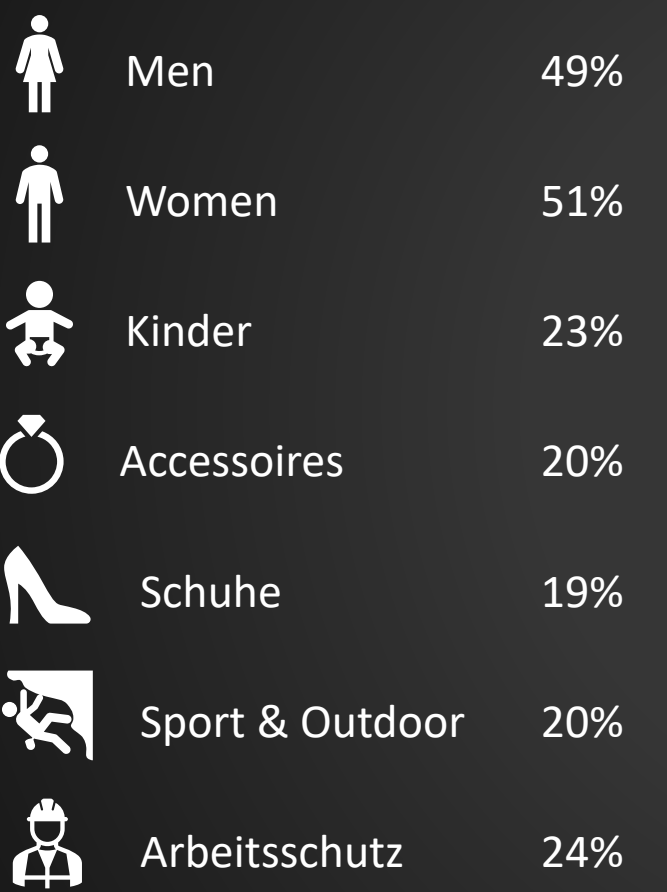
Branchenmonitor Digitalisierung

Teilnehmende Unternehmen – Überblick

Messbare Fortschritte der Branche in der Digitalisierung 2023 - 2025

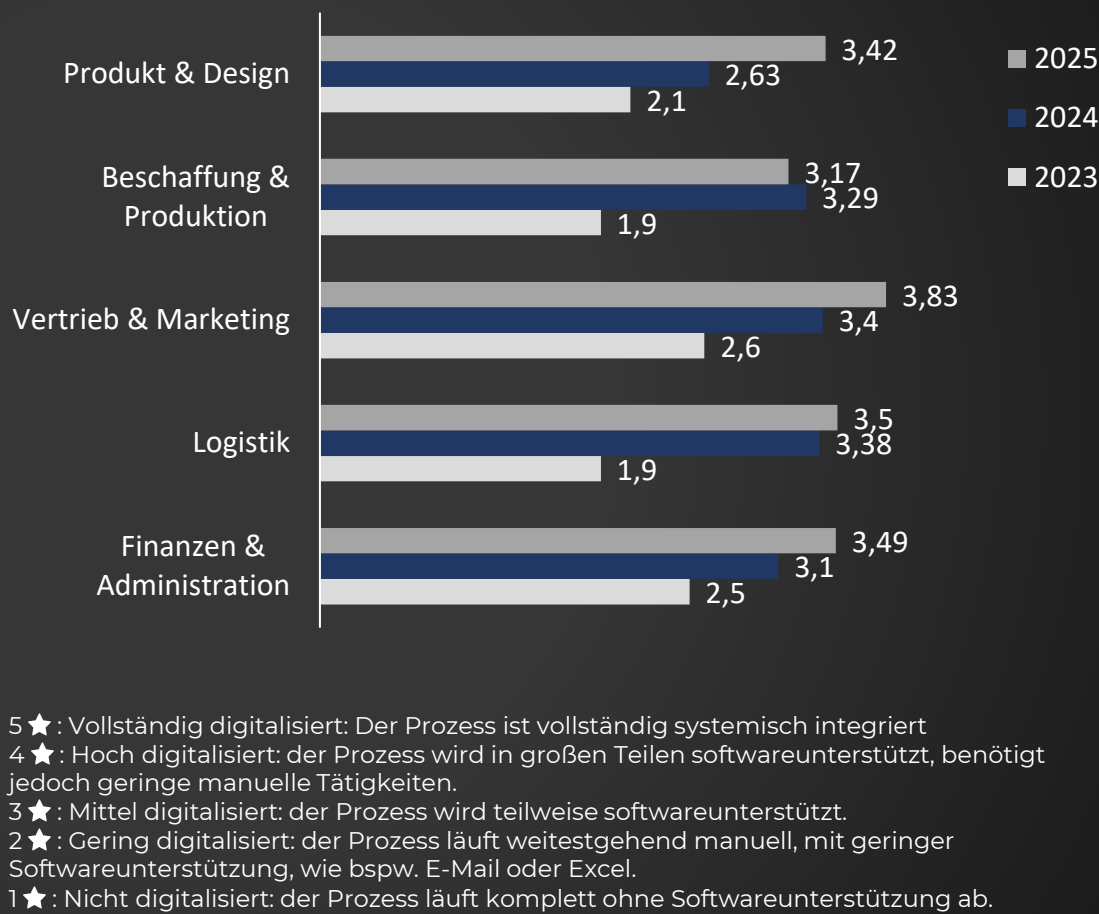


Teilnehmende Unternehmen
& ihre Sortimente



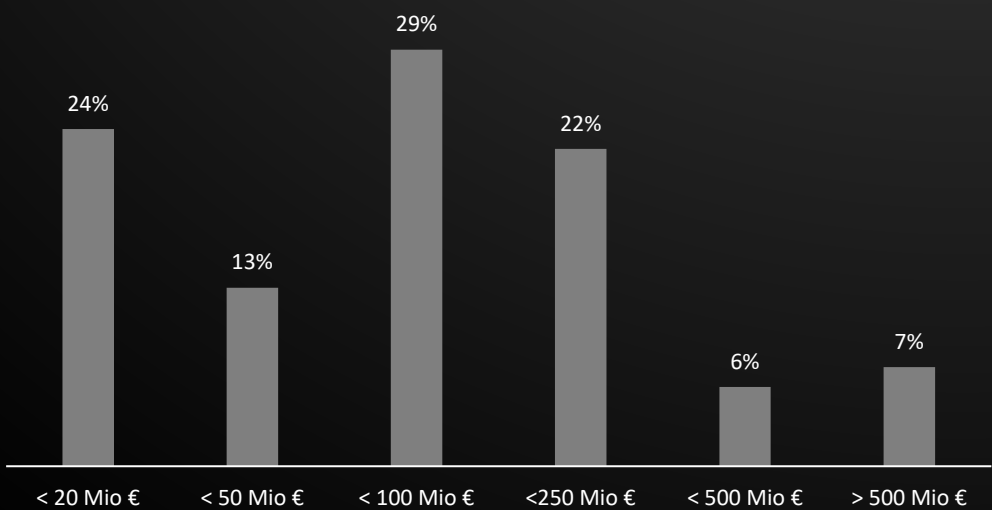


Digitalisierungsgrad (1-5 ★)





Netto-Umsatz der befragten Unternehmen



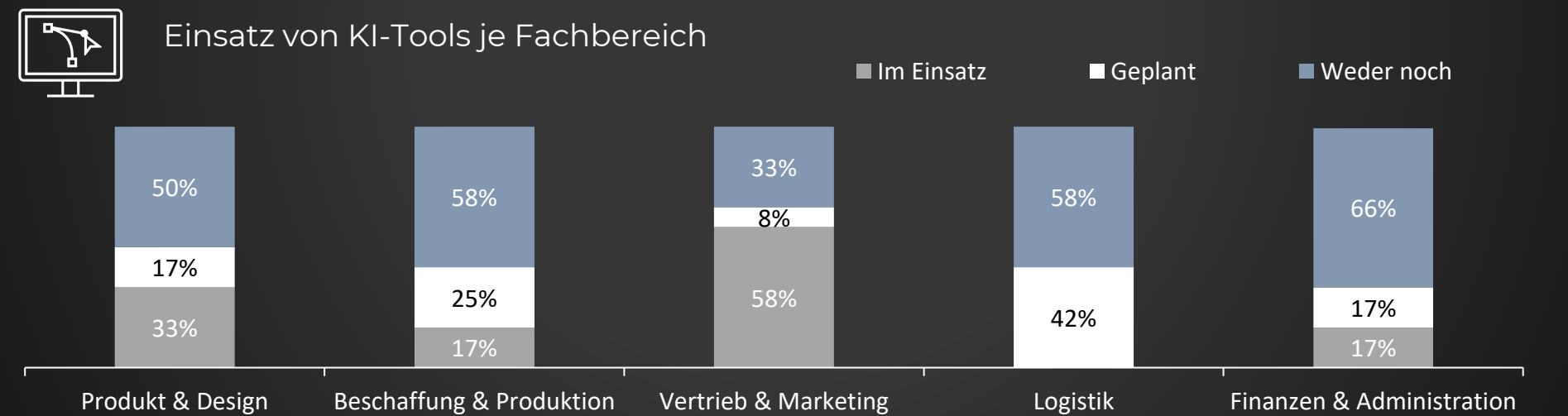
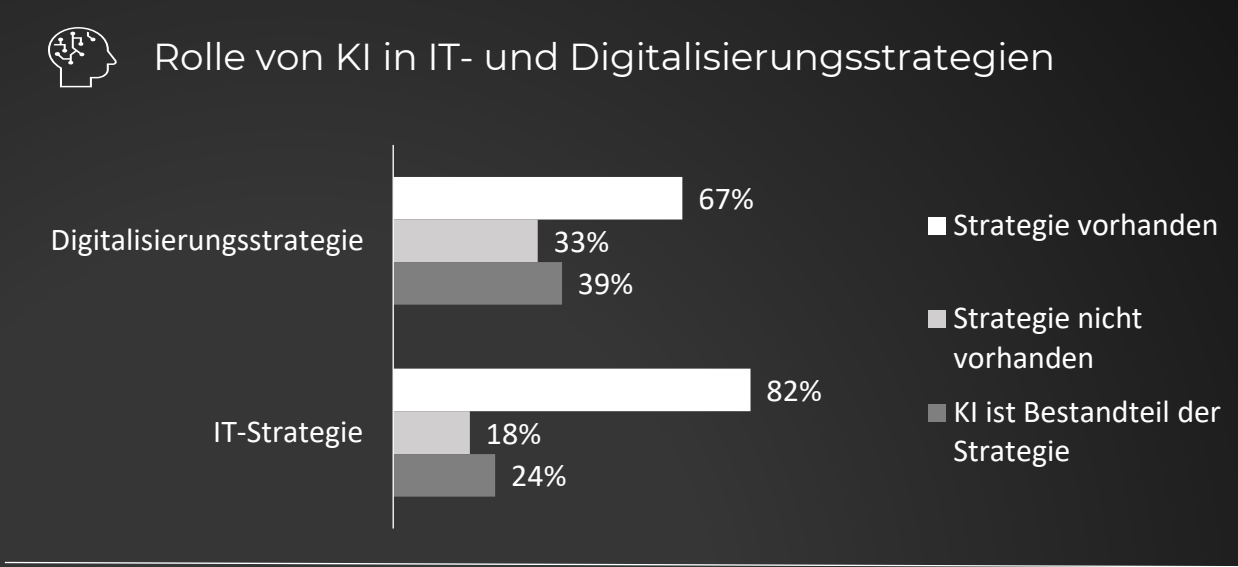
Die Teilnehmer des Branchenmonitors Digitalisierung spiegeln die Vielfalt der Modebranche wider. Die Betriebsgrößen variieren stark, wobei die Mehrheit einen Netto-Umsatz von unter 100 Millionen Euro aufweist. Wir freuen uns darüber, dass wir so ein vielfältiges Teilnehmerfeld aufweisen. Der Digitalisierungsgrad der Fachbereiche hat sich in den letzten drei Jahren in fast allen Fachbereichen stark verbessert. Nur der Bereich Beschaffung & Produktion wurde 2024 besser als 2025 bewertet.

Branchenmonitor Digitalisierung

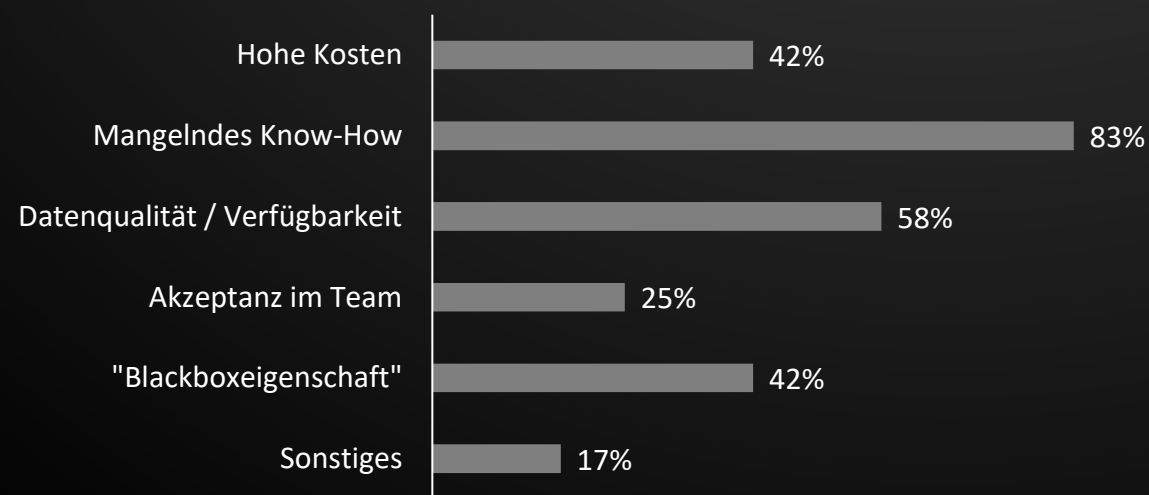
Künstliche Intelligenz

In der Branche nach wie vor eher zurückhaltender Einsatz

KI ist in IT- und Digitalisierungsstrategien bereits angekommen, allerdings mit unterschiedlicher Tiefe. Zwar verfügen 67 % der Unternehmen über eine Digitalisierungsstrategie, doch nur bei 39% ist KI tatsächlich ein Bestandteil davon. Das deutet darauf hin, dass KI häufig noch parallel oder experimentell betrachtet wird, statt konsequent in Architektur, Prozesse und Zielbilder eingebettet zu sein. Auch in der IT-Strategie ist dieses Muster mit stärkerer Ausprägung zu erkennen.



Herausforderungen bei der Einführung von KI



Die Nutzung von KI unterscheidet sich deutlich je nach Fachbereich: Während sich Vertrieb & Marketing bereits mehrheitlich in der Planung und Umsetzung befinden, ist der Einsatz von KI in Bereichen Finanzen & Administration für die meisten Unternehmen noch kein Thema. Mangelndes KnowHow ist bei den Unternehmen die größte Hürde für den Einsatz von KI. Auch Datenqualität bleibt ein zentrales Thema, da ungenügende oder inkonsistente Daten das KI-Training und den produktiven Einsatz erschweren.

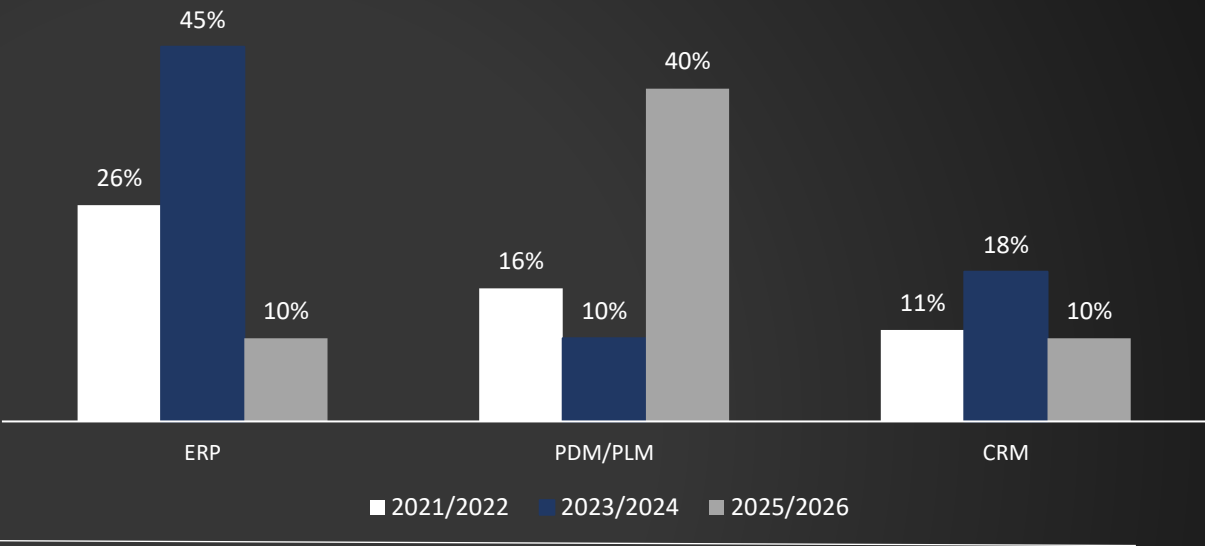
Branchenmonitor Digitalisierung

Digitalisierung und laufende Projekte

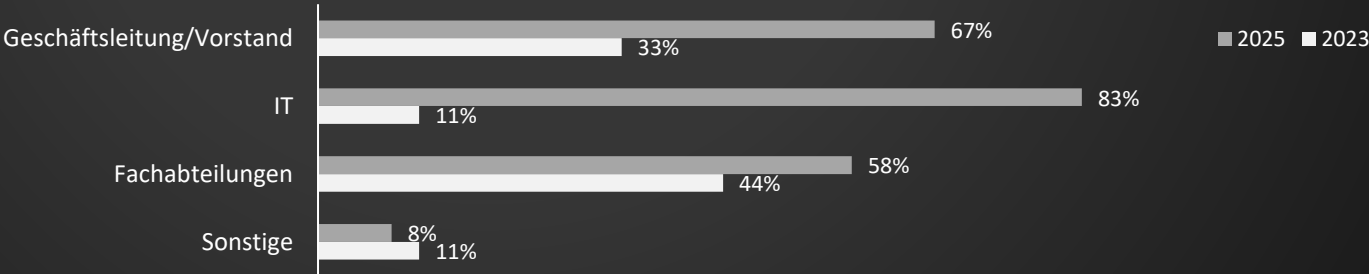
PLM löst ERP bei meisteingeführter Software ab.

Ein Trend 2025/2026 ist, dass vermehrt auf PDM/PLM –Systeme gesetzt wird, um Design-/Produktprozesse zu stärken. ERP-Einführungen laufen aktuell eher aus und CRM-Systeme haben einen soliden Platz 3 in der Software-Priorität. Von 2023 auf 2025 ist ein breiter Bedeutungszuwachs aller Akteursgruppen als digitale Treiber zu erkennen. Besonders stark legt die IT zu; was auf eine massive Aufwertung ihrer Rolle als Enabler, Architekt und Mitgestalter der Transformation hinweist:

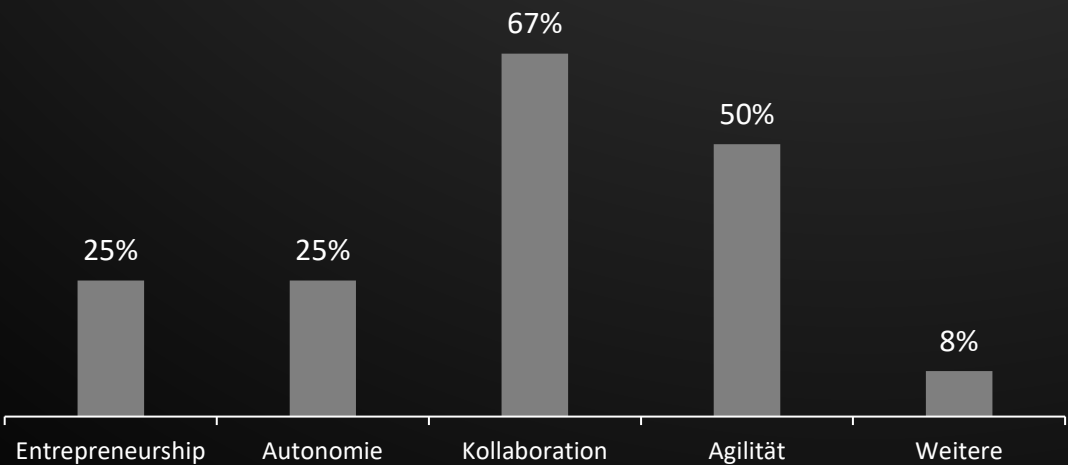
Die wichtigsten 3 Systeme die von 2021/2022 bis. 2025/2026 eingeführt wurden / werden sollen



Wer ist der digitale Treiber?



Die wichtigsten Digitalisierungstransformationen



Die Ergebnisse zeigen, dass Unternehmen die digitale Transformation primär als organisatorische und kulturelle Veränderung verstehen. Mit 67 % wird Kollaboration klar als zentraler Hebel gesehen, was auf den hohen Stellenwert vernetzter Arbeitsweisen, bereichsübergreifender Prozesse und transparenter Kommunikation hinweist. Agilität mit 50 % unterstreicht den Bedarf an schnelleren Entscheidungs- und Anpassungsmechanismen in einem zunehmend volatilen Marktumfeld.

Branchenmonitor Digitalisierung

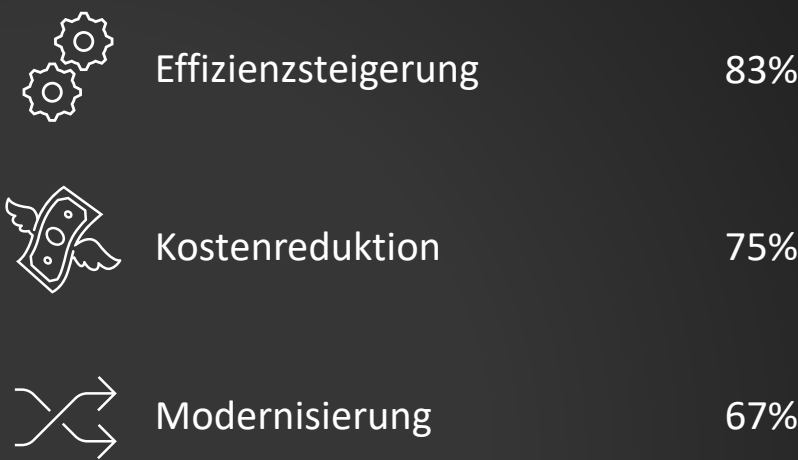
Digitalisierung und laufende Projekte

Klare Effizienz- und Kostenziele stehen im Mittelpunkt vieler eher kleinerer Projekte

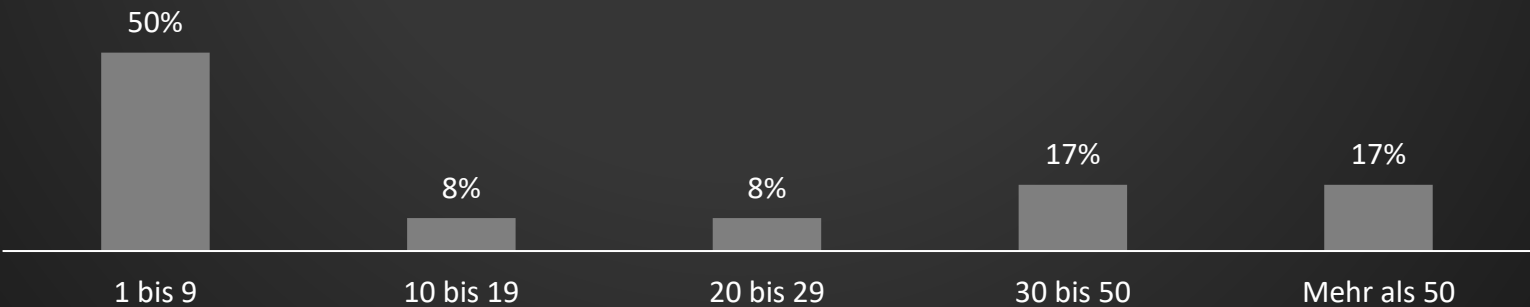
Digitalisierungsprojekte sind momentan stark von operativen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen geprägt. Im Vordergrund steht die Optimierung bestehender Prozesse. Digitalisierung ist kein Selbstzweck sondern Voraussetzung für Effizienz, Zukunftsfähigkeit und Wirtschaftlichkeit. Die Auswertung der Beteiligten ergibt, dass viele Digitalisierungsprojekte im kleinen Rahmen umgesetzt werden. Gleichzeitig gibt es einen relevanten Anteil sehr großer Initiativen mit hohem Personalaufwand, was auf zentrale Transformationsprojekte schließen lässt, die in den Unternehmen stattfinden.



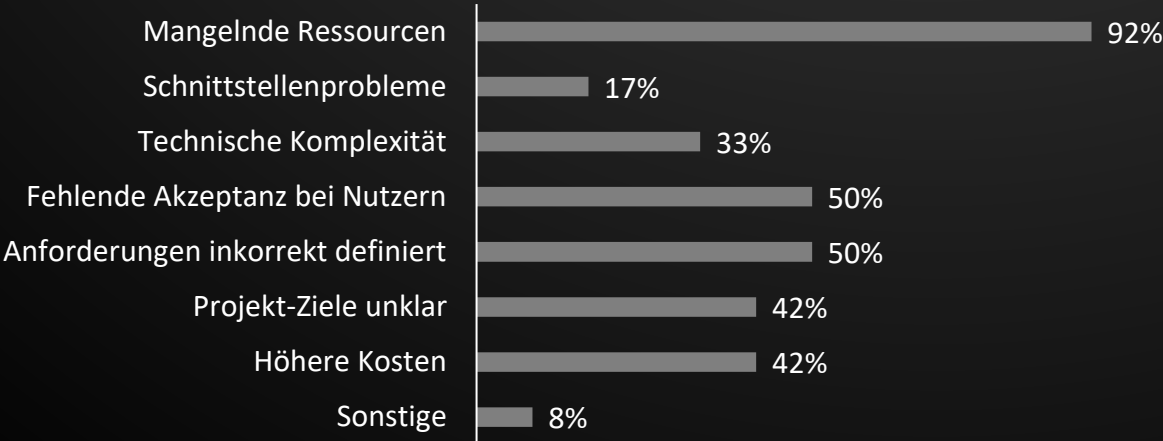
3 wichtigsten Ziele von Digitalisierungsprojekten



Beteiligte am größten Digitalisierungsprojekt



Gründe für Verzögerungen/Misserfolge in Digitalisierungsprojekten



Mangelnde Ressourcen (Personal, Budget und Zeit) bremsen Projekte bei fast allen Teilnehmern aus. Bei der Hälfte sind fehlende Nutzerakzeptanz und falsch definierte Anforderungen ein Problem, häufig weil Changemanagement und Konzeptphasen unterschätzt werden. Bei 42% der Unternehmen fallen höhere Kosten an als gedacht, was auf nachträgliche Anpassungen im Projektverlauf und wachsende Komplexität in der Umsetzung hindeutet. Schnittstellenprobleme sind ein nachrangiger aber oft technisch relevanter Faktor.

Branchenmonitor Digitalisierung

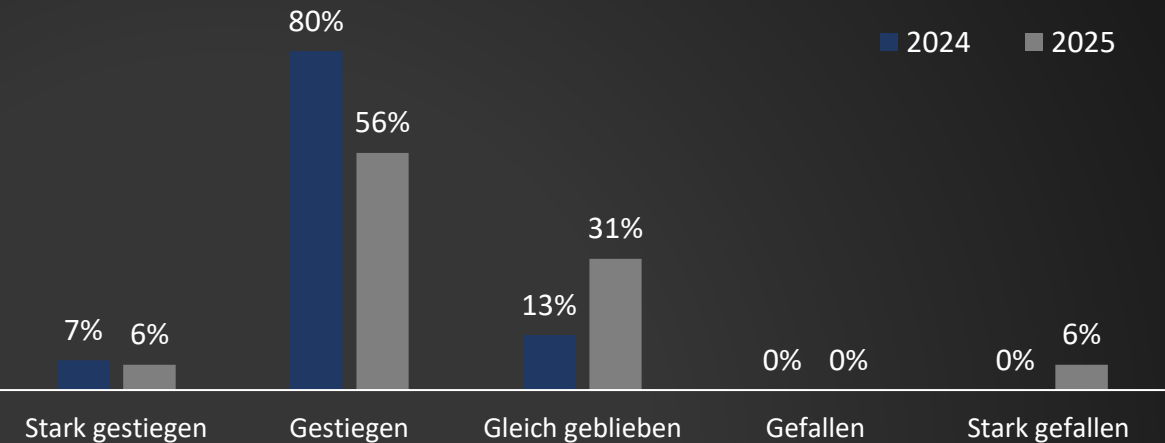
E-Commerce, Vertrieb & Marketing

Kosten eCommerce am Steigen und Shopware
hauptgenutztes WebShop-System

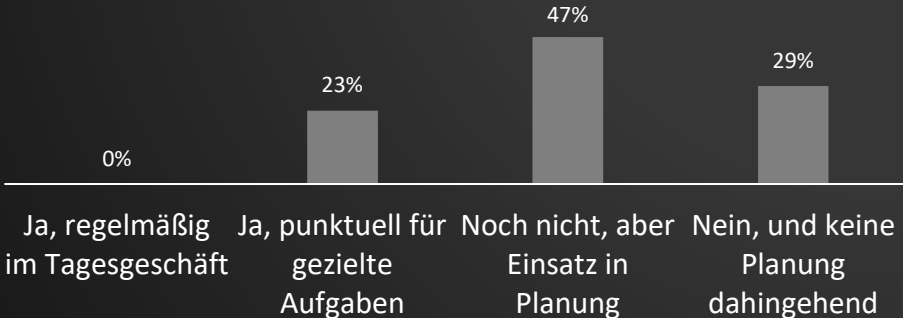
Die eCommercekosten sind für die meisten Unternehmen 2024/2025 zum zweiten Mal in Folge gestiegen. Dies spiegelt branchenweite Trends durch höhere Logistik-, Marketing und Plattformgebühren wider. Entsprechend der Umfragewerte aus dem Bereich Digitalisierung ist auch im eCommerce der Einsatz von autonomen KI-Agenten bei fast der Hälfte der Unternehmen in Planung oder bereits für einzelne Aufgaben erfolgt.



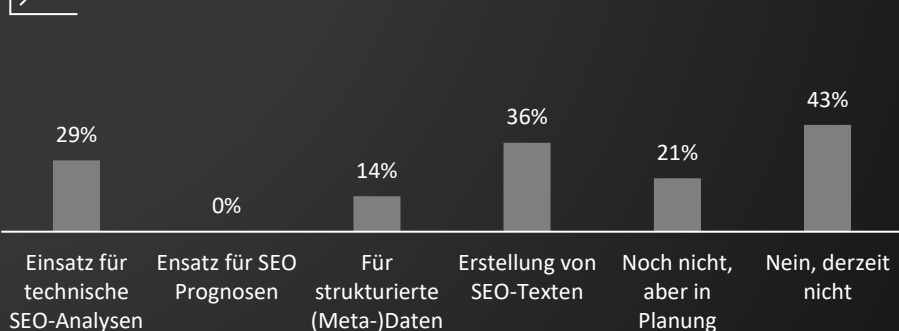
Entwicklung der eCommerce-/online Vertriebskosten im Vergleich zum Umsatz



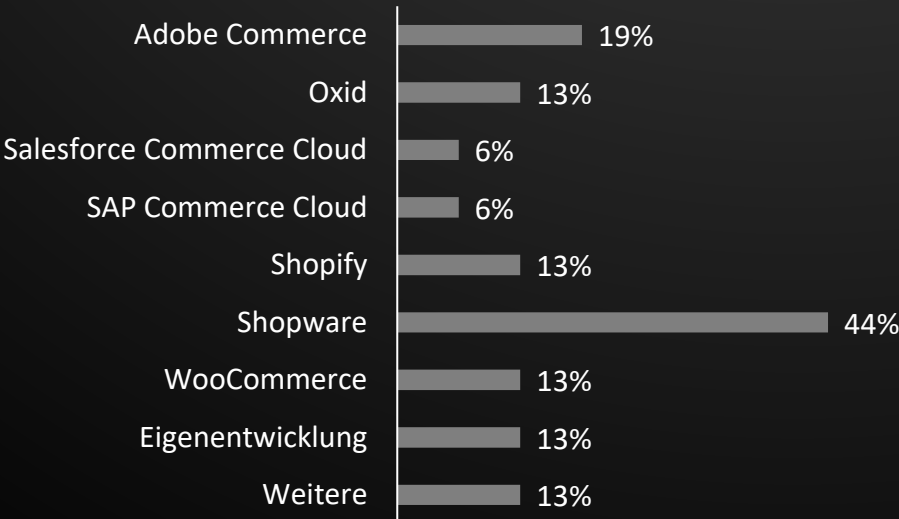
Nutzung autonomer Agenten (Copilot etc.) für E-Commerce, Vertrieb & Marketing



Einsatz von KI für SEO - Aktivitäten



Welche E-Commerce Plattform nutzen Sie aktuell?



Shopware dominiert den E-Commerce-Markt mit 44% Nutzung, gefolgt von Adobe Commerce (19%), während Anbieter wie Shopify oder Eigenentwicklungen bei 13% liegen. Diese Verteilung zeigt eine Präferenz für etablierte, skalierbare deutsche Plattformen in einem fragmentierten Markt. Shopware führt durch lokale Stärke und B2C-Flexibilität, während Enterprise-Tools wie SAP/Salesforce seltener eingesetzt werden

Branchenmonitor Digitalisierung

E-Commerce, Vertrieb & Marketing

Email und Social Media sind
Hauptkommunikationskanäle

Der Digitalisierungsgrad zeigt deutliche Unterschiede zwischen B2C- und B2B-Bereichen. Die B2C-Digitalisierung spiegelt den Marktdruck durch Kundenerwartungen wider. B2B ist aufgrund von komplexen und beziehungsbasierten Prozessen langsamer in der Digitalisierung unterwegs. Insbesondere Marketing B2B und Customer Service B2B sind von langfristigen Partnerschaften geprägt, die weniger Digitalisierung erfordern.



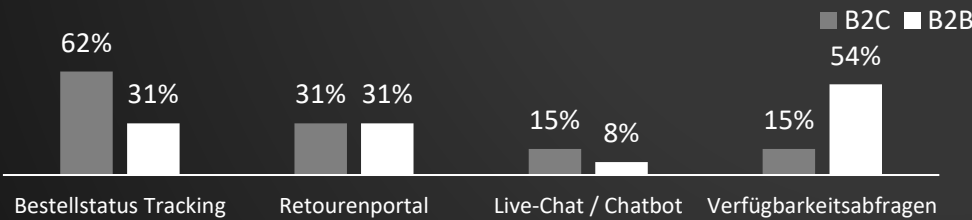
Digitalisierungsgrad eCom, Vertrieb & Marketing

E-Commerce B2C	★★★★☆	4,15
Marketing B2C	★★★★☆	3,54
Customer Service B2C	★★★★☆	3,15
Vertrieb B2B	★★★★☆	3,56
Marketing B2B	★★★☆☆	2,81
Customer Service B2B	★★★☆☆	2,88

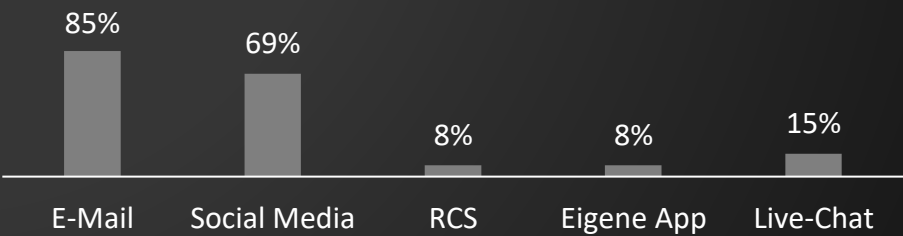
5 ★ : Vollständig digitalisiert: Der Prozess ist vollständig systemisch integriert
4 ★ : Hoch digitalisiert: der Prozess wird in großen Teilen softwareunterstützt, benötigt jedoch geringe manuelle Tätigkeiten.
3 ★ : Mittel digitalisiert: der Prozess wird teilweise softwareunterstützt.
2 ★ : Gering digitalisiert: der Prozess läuft weitestgehend manuell, mit geringer Softwareunterstützung, wie bspw. E-Mail oder Excel.
1 ★ : Nicht digitalisiert: der Prozess läuft komplett ohne Softwareunterstützung ab.



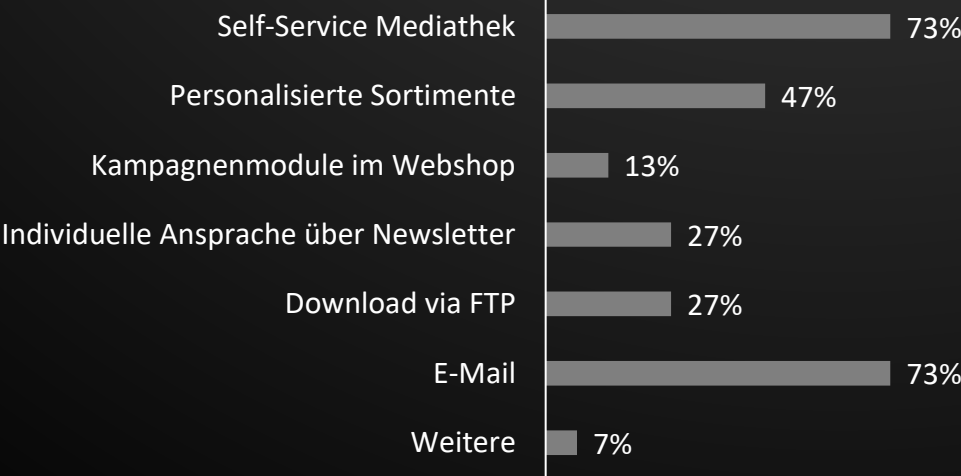
Self-Service Funktionen für Ihre Kunden



Kanäle für B2C Kundenkontakt



Wie stellen Sie Ihren B2B Kunden digitale Marketinginhalte für Verfügung?



Self-Service-Funktionen zeigen klare Unterschiede zwischen B2C und B2B: B2C setzt stärker auf Tracking (62%), während B2B Verfügbarkeitsabfragen priorisiert (54%). Dies unterstreicht die höhere Kundennähe im B2C mit Fokus auf Bequemlichkeit. B2C nutzt Tracking für Echtzeit-Transparenz (passend zu Digitalisierungsgrad 4,15), B2B Verfügbarkeit für prozesssichere Planung Retouren gleichgewichtig bei fragmentierter Implementierung.

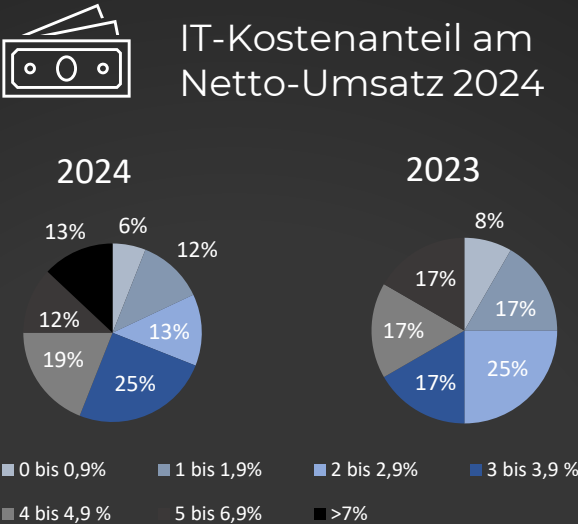
Branchenmonitor Digitalisierung

IT-Kosten & IT-Infrastruktur

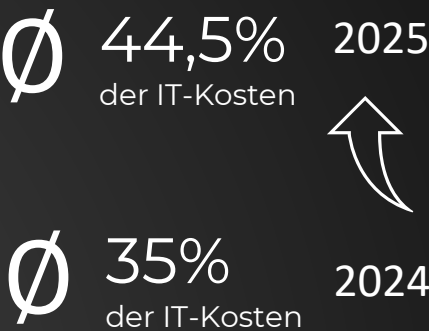
IT-Kosten und Anteil externer Dienstleister steigen

Investitionen in die IT sind essenziell, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Im Vergleich zu 2023 gibt es jetzt einen signifikanten Anteil an Unternehmen deren Kosten über 7% des Netto-Umsatzes liegen. Ansonsten zeigt sich ein ähnliches Bild.

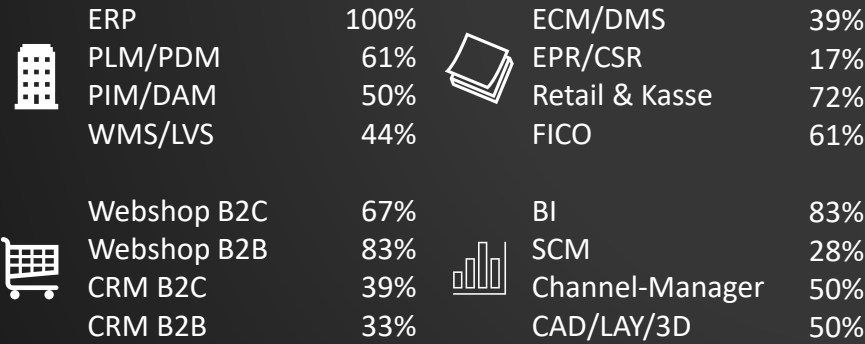
Auch der Anteil an Kosten für externe Dienstleister ist um fast 10% gestiegen, das zeigt, dass zunehmend auf externe Effizienz und Know-How gesetzt wird.



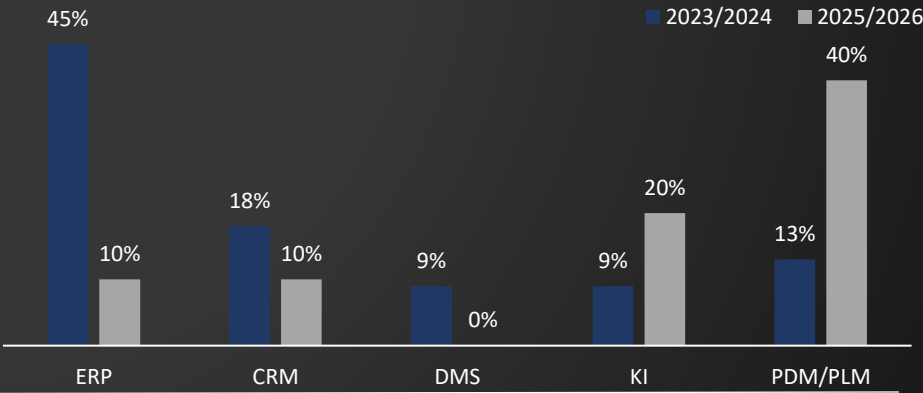
IT-Kostenanteil für externe Dienstleister



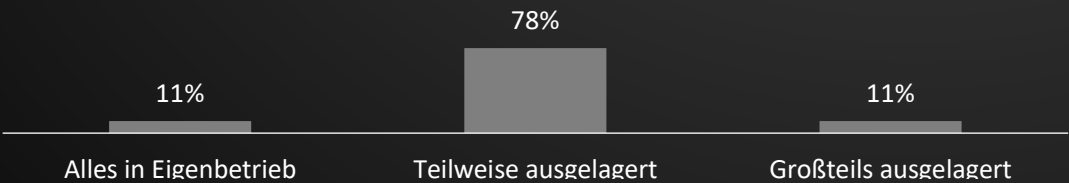
Eingesetzte Systeme



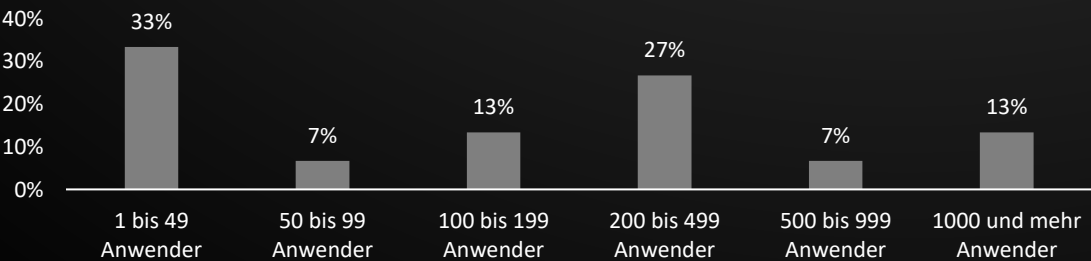
Die wichtigsten Systeme, die eingeführt wurden oder werden sollen 2023 - 2026



Rolle externer Hosting-/Infrastrukturpartner



Anzahl der verwalteten Anwender durch die IT



Bei den eingesetzten Systemen gibt es deutliche Unterschiede. SCM und CSR-System werden bislang nur von wenigen Unternehmen eingesetzt. 61% der Firmen verwenden bereits ein PLM/PDM - System, zugleich sind diese Systeme, wie die Auswertung des Branchenmonitors gezeigt hat , diejenigen, deren Einführung für 2025 und 2026 am häufigsten geplant sind. Stark verbreitet sind auch Business-Intelligence Lösungen, da sie datenbasierte Entscheidungen in Echtzeit ermöglichen und so die Wettbewerbsfähigkeit erhalten und oft auch die Grundlage für KI-Tools liefern.

Branchenmonitor Digitalisierung

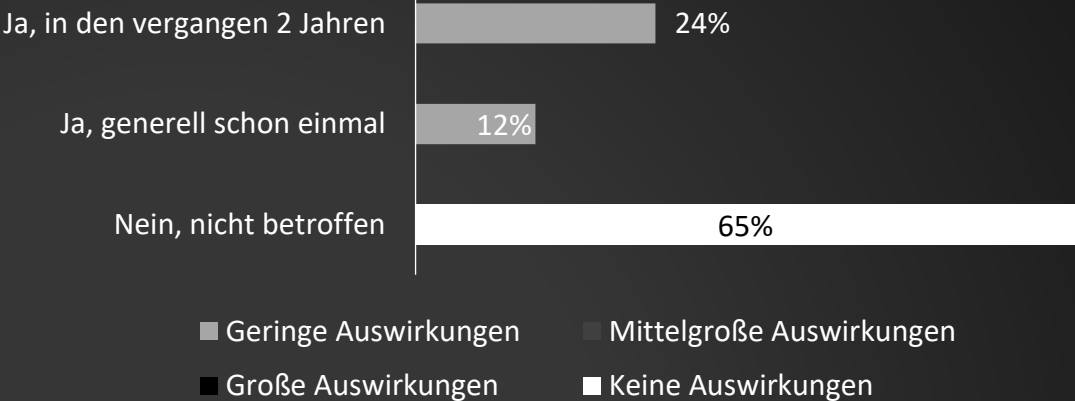
IT-Sicherheit

Branchen-IT's haben mehrheitlich robuste Umgebungen, die mit der aktuellen Sicherheitslage zurecht kommen

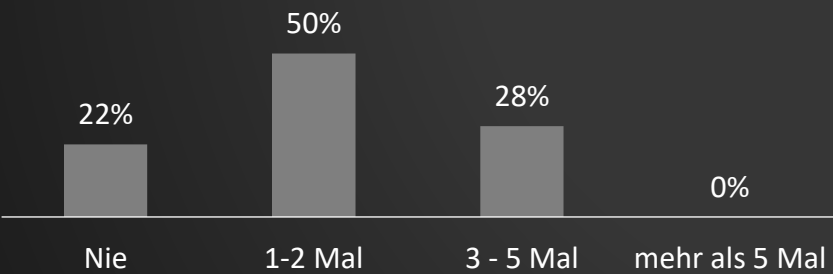
Im IT-Sicherheitsbereich zeigen die Daten eine gute Ausstattung der Unternehmen. Nur 24% waren in den letzten zwei Jahren von Cyberangriffen betroffen, wobei die Auswirkungen meist gering ausfielen, während 65% gänzlich verschont blieben. Relevante Systemausfälle bleiben selten, über 70% der Unternehmen haben sehr wenige Vorfälle. Dies unterstreicht die robusten IT-Infrastrukturen.



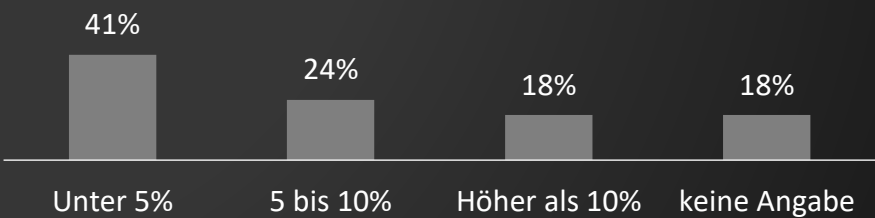
Cyberangriffe & Auswirkungen



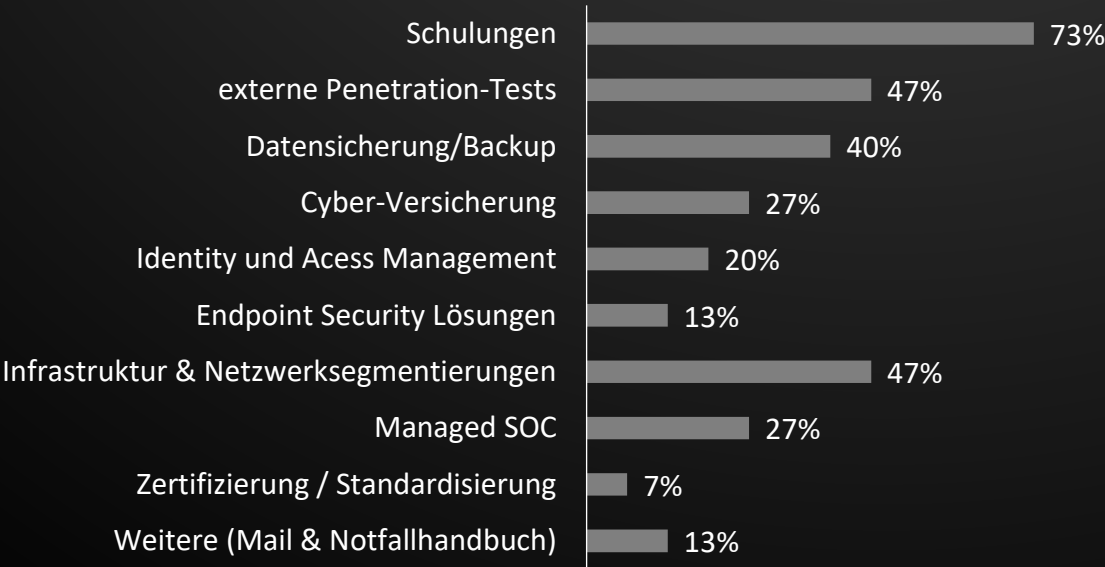
Relevante Systemausfälle pro Jahr



IT-Sicherheitsausgabenanteil



Geplante IT-Security-Investitionen



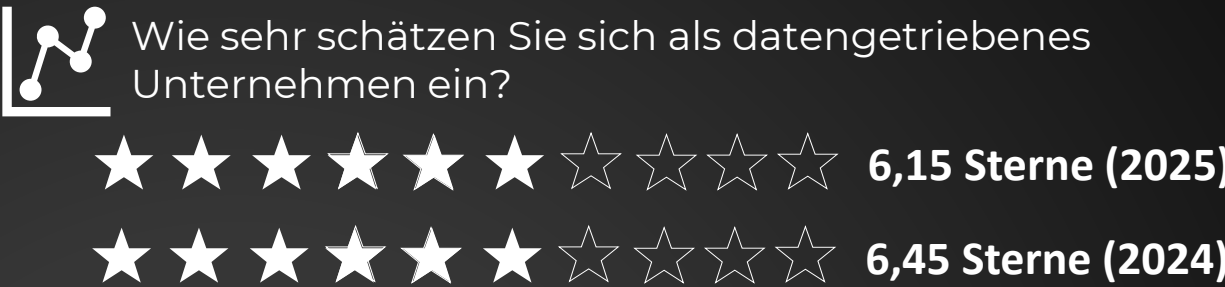
Unternehmen planen gezielte IT-Sicherheitsinvestitionen mit klarem Fokus auf Prävention und Schulung mit 73%. Trotz bester Technik sind geschulte Mitarbeiter die Grundlage eines sicheren Systems. Auch wird bei den meisten Firmen in externe Penetrationstests und eine gute Infrastruktur investiert. Eine Cyberversicherung ist nur bei 27% als Ergänzung zu den präventiven Maßnahmen vorgesehen.

Branchenmonitor Digitalisierung

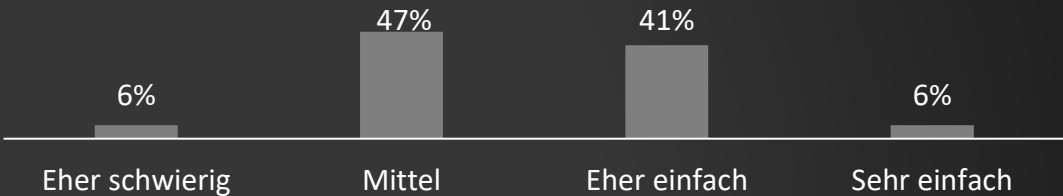
BI & Datenanalyse Teil 1

Anforderungen steigen schneller als Technik Einsatz

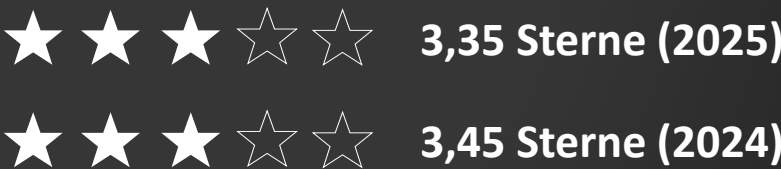
BI und Datenanalyse entwickeln sich vom reinen Reporting zur Grundlage für fundierte Entscheidungen und Wettbewerbsfähigkeit. Die Selbsteinschätzung zeigt einen soliden, aber nicht voll ausgereiften Grad der Datenorientierung, der leicht schlechter als 2024 ausgefallen ist, die Erwartungen/Anforderungen sind stark am Steigen. Der Datenzugriff wird als mittel bis eher einfach wahrgenommen, ist jedoch noch nicht durchgängig standardisiert. Auch die Verknüpfung der Software-Apps mit der Auswertung wurde 2024 besser bewertet. Insgesamt zeigt sich, dass die Branche noch dabei ist, sich mit den vielen Veränderungen im Markt einzufinden.



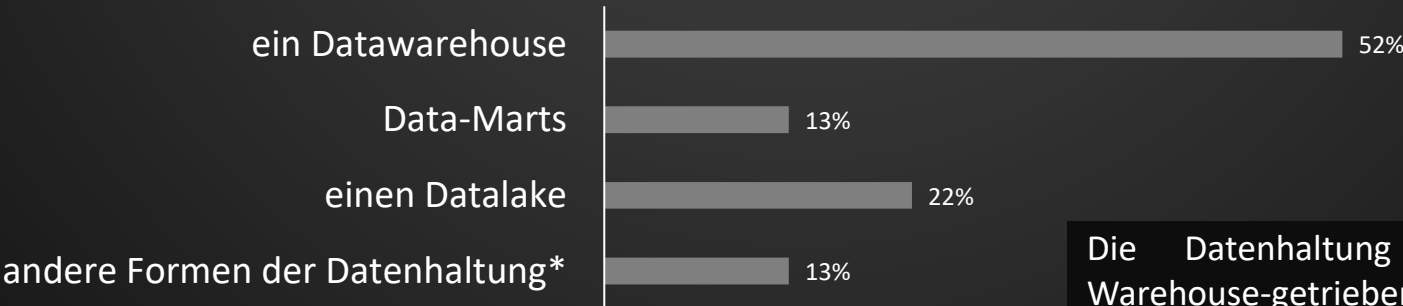
Wie einfach können Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen auf relevante Daten zugreifen?



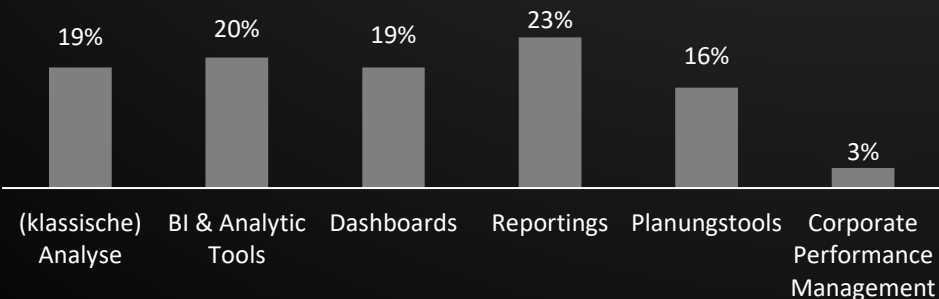
Verknüpfung von Software-Apps mit Auswertung



Welche Formen der Datenhaltung gibt es?



Welche Software-Kategorien für BI und Datenanalyse haben Sie im Einsatz?



Die Datenhaltung ist klar Data-Warehouse-getrieben, während Data Lakes ergänzend an Bedeutung gewinnen; Data Marts spielen nur eine Nebenrolle. Der BI- und Analyse-Stack ist breit und fragmentiert aufgestellt, mit Schwerpunkten in Reporting, Dashboards und klassischen Analyse-Tools, während integrierte Steuerungslösungen bislang kaum verbreitet sind.

Branchenmonitor Digitalisierung

BI & Datenanalyse Teil 2

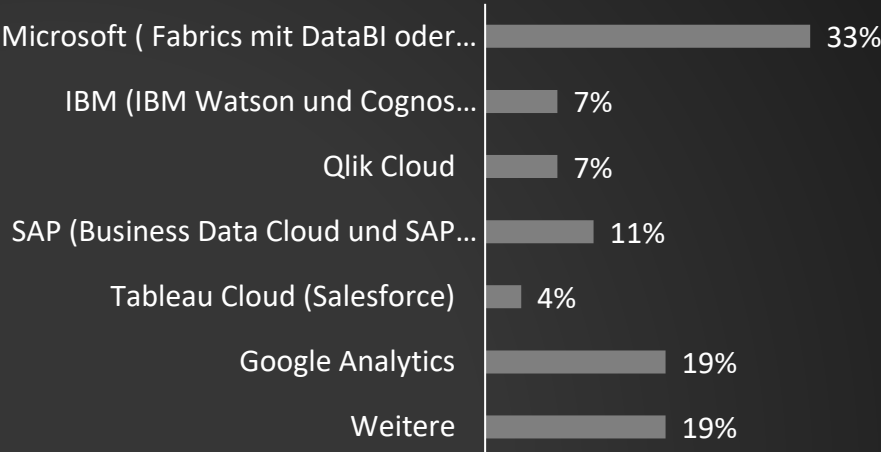
Datenqualität und KnowHow als Haupt-Herausforderungen

Im Einsatz sind vor allem etablierte Plattformen wie Microsoft-Lösungen, Google Analytics und SAP. Es zeigt sich eine Mischung aus klassischen und spezialisierten Tools, welche die unterschiedlichen Anforderungen der Unternehmen abdecken.

Die größten Hürden liegen klar bei Datenqualität sowie fehlenden Fachkräften und der Integration von Daten. Kosten oder die heterogene Toollandschaft spielen im Vergleich nur eine untergeordnete Rolle.



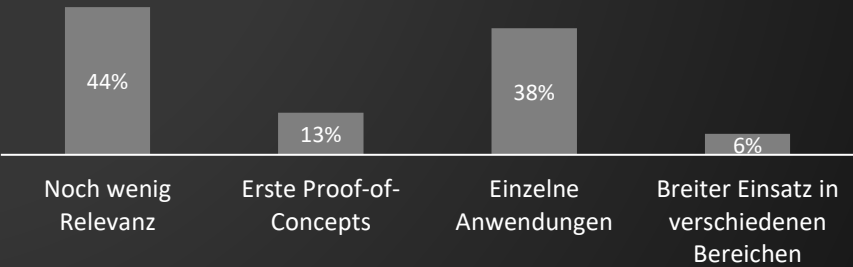
Welche BI-Tools oder Plattformen setzen Sie derzeit ein?



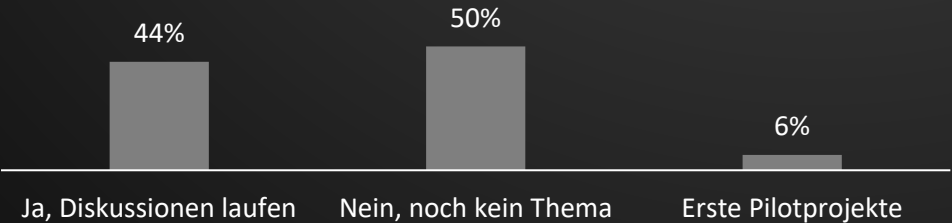
Was sind die größten Herausforderungen bei BI & Analytics?



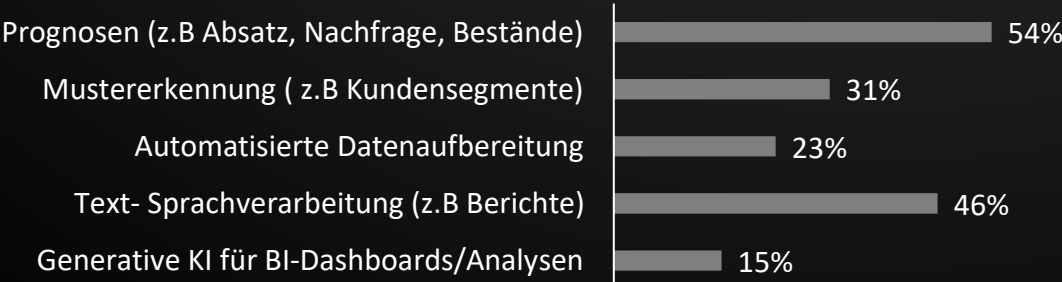
Welche Rolle spielt KI in Ihrem BI-/Analytics Bereich



Gibt es Überlegungen oder erste Schritte zum Einsatz von KI-Agenten im BI-/Analytics-Umfeld?



Für welche Use-Cases im BI Kontext verwenden Sie KI oder planen den Einsatz?



KI gewinnt zunehmend an Aufmerksamkeit bei BI & Analytics. Während 44 % der Unternehmen sie aktuell noch wenig nutzen, setzen einzelne bereits erste Anwendungen ein oder testen Proof-of-Concepts. Bei knapp der Hälfte der Unternehmen (44 %) laufen Diskussionen über mögliche Einsätze von KI, während die andere Hälfte das Thema noch nicht konkret verfolgt. Erste Pilotprojekte zeigen jedoch, dass die Branche langsam Potenziale erschließt.

Branchenmonitor Digitalisierung

Fazit



Messbare Fortschritte der Branche in der Digitalisierung der Unternehmen



In der Branche nach wie vor eher zurückhaltender Einsatz von KI



Klare Effizienz- und Kostenziele stehen im Mittelpunkt vieler eher kleinerer Projekte



Email und Social Media sind Hauptkommunikationskanäle



PLM löst ERP bei meisteingeführter Software ab.



Kosten eCommerce am Steigen und Shopware hauptgenutztes WebShop-System



IT-Kosten und Anteil externer Dienstleister steigen



Anforderungen steigen schneller als Technik Einsatz



Branchen-IT's haben robuste Umgebungen, die mit der aktuellen Sicherheitslage zurecht kommen



Datenqualität und KnowHow als Haupt-Herausforderungen

Die Ergebnisse des Monitors zeigen eine Branche, die in der Digitalisierung spürbare Fortschritte erzielt hat, jedoch weiterhin primär auf Stabilisierung und Effizienz fokussiert ist. Die digitale Reife ist in vielen Bereichen gestiegen, bleibt insgesamt aber auf einem mittelhohen Niveau und entwickelt sich überwiegend inkrementell statt wirklich transformativ.

Künstliche Intelligenz wird weiterhin zurückhaltend eingesetzt und vor allem dort genutzt, wo kurzfristige Effekte erzielbar sind, insbesondere in Vertrieb & Marketing sowie bei Produkt und Design Prozessen. Entsprechend stehen Effizienzsteigerung und Kostenkontrolle im Zentrum vieler, meist kleinerer Digitalprojekte, während strategische Neuausrichtungen seltener sind.

In der Systemlandschaft zeichnet sich ein klarer Prioritätenwechsel ab: PLM gewinnt deutlich an Bedeutung und löst ERP als dominierendes Einführungsprojekt ab. Dies unterstreicht den steigenden Stellenwert von Produktdaten und Time-to-Market. Gleichzeitig nehmen die Anforderungen an BI und datenbasierte Steuerung schneller zu als deren tatsächliche Umsetzung, gebremst durch unzureichende Datenqualität und fehlendes KnowHow.

Insgesamt präsentiert sich die Branche digital robuster und sicherer als in den Vorjahren, aber weiterhin pragmatisch geprägt. Die weiteren Entwicklungen der Digitalisierung werden davon bestimmt, inwieweit Unternehmen technologische Optionen, fachliche Anforderungen und strategische Ziele zu einem konsistenten Transformationsansatz zusammenführen können.

Wir danken allen Teilnehmern und Mitwirkenden dieses Branchenmonitors herzlich für ihr Engagement. Ohne Ihre wertvollen Beiträge und konstruktiven Fragen wären viele wichtige Einblicke nicht möglich gewesen. Auf ein erfolgreiches Jahr 2026 und hoffentlich bis bald zum nächsten Branchenmonitor!