

# ERGEBNISSE DES BRANCHENMONITOR LOGISTIK 2023

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



# Inhaltsverzeichnis

## Ergebnisse des Branchenmonitors Logistik

### *Der Branchenmonitor Logistik*

Teilnehmende Unternehmen und ihre Sortimente	4
Kosten	5
Beschaffung und Transport	6
Lagerlogistik	7
Lagerlogistik - Auslieferung	8
Auslieferung Transportdienstleister	9
Retouren	10
Digitalisierung in der Logistik	11
Zukunft in der Logistik	12
Fazit	13

# Der Branchenmonitor Logistik 2023



Wir freuen uns, Ihnen den Branchenmonitor Logistik in der Modebranche für das Jahr 2023 vorzustellen. In einem Jahr, das von bemerkenswerten Veränderungen und Herausforderungen geprägt war, haben wir durch unsere vierteljährlichen Umfragen wichtige Einblicke in die Entwicklung und den Fortschritt der Logistik in der Modebranche gemeinsam mit Ihnen gewinnen können.

Über vier Quartale hinweg, haben wir die verschiedenen Bereiche der Logistik abgefragt. Im Fokus standen Logistikkosten, Beschaffung und Transport, Lagerlogistik, die Auslieferung, Retouren, Digitalisierung und auch Zukunftsthemen, die die Logistik beschäftigen.

Diese Bereiche sind entscheidend, um die Herausforderungen und Chancen zu verstehen, die sich aus der momentanen Situation in der Logistik ergeben.

Unser Jahresbericht bietet eine umfassende Analyse dieser unterschiedlichen Logistikbereiche und beleuchtet, wie sie sich im Laufe des Jahres 2023 entwickelt haben. Sie finden darin detaillierte Erkenntnisse und Bewertungen, die auf den Ergebnissen unserer quartalsweisen Umfragen basieren. Diese Informationen sollen Ihnen nicht nur einen Rückblick auf das vergangene Jahr bieten, sondern auch als Grundlage für zukünftige strategische Entscheidungen dienen.

Wir planen, diese Untersuchungen im Jahr 2024 fortzusetzen und regelmäßig Updates sowie jährliche Zusammenfassungen zu liefern, um Sie stets über die neuesten Trends und Entwicklungen in der Logistikwelt der Modebranche auf dem Laufenden zu halten.

Wir möchten uns bei Ihnen für Ihr Interesse und Ihre aktive Teilnahme an unseren Umfragen bedanken und freuen uns darauf, Sie auch im kommenden Jahr mit wertvollen Informationen und Analysen zu unterstützen.

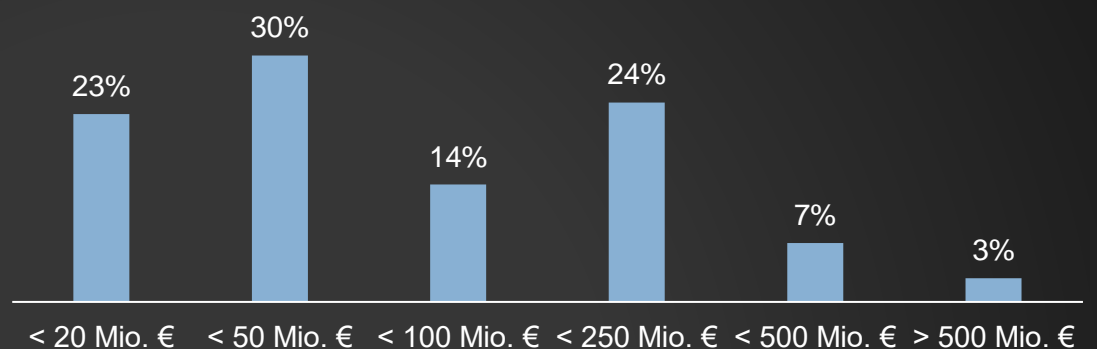
## Branchenmonitor Logistik

# Teilnehmende Unternehmen und ihre Sortimente


Die Umsatzverteilung der Teilnehmenden des Branchenmonitors Logistik zeigt: Zwei Drittel der Unternehmen liegen bei einem Umsatz bis zu 100 Mio. €. 10 % der befragten Unternehmen erwirtschafteten einen Umsatz von mehr als 250 Mio. €. Damit dominieren mittelständische Unternehmen die Umfrage.




### Netto-Umsatz der befragten Unternehmen




### Teilnehmende Unternehmen & ihre Sortimente


 Men 49%


 Women 51%

 Kinder 19%

 Accessoires 24%

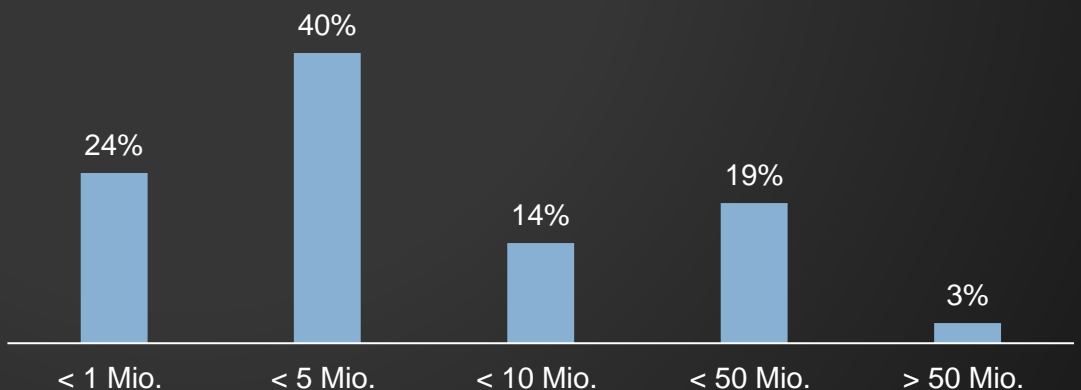
 Schuhe 21%

 Sport & Outdoor 20%

 Arbeitsschutz 17%



### Absatzmenge



Die Teilnehmenden des Branchenmonitors Logistik repräsentieren die facettenreiche Modeindustrie. Der Fokus liegt auf Damenmode (51%) und Herrenmode (49%), ergänzt durch substantielle Anteile in den Bereichen Kinderbekleidung (19%), Accessoires (24%), Schuhe (21%) und Sport & Outdoor (20%). Das Segment Arbeitsbekleidung ist ebenfalls mit 17% vertreten. Die Unternehmen zeigen eine breite Streuung in der Absatzmenge, mehrheitlich liegen sie unter 5 Millionen Einheiten, was die Präsenz von kleineren und mittelgroßen Betrieben unterstreicht. Diese Diversität verdeutlicht, dass logistische Herausforderungen und deren Lösungen branchenübergreifend von hoher Bedeutung sind.

## Branchenmonitor Logistik

# Kosten

### Logistikskosten

Kosten pro Stück (Gesamtkosten WE bis WA; ungewichtet)

Ø 2,52 €      Niedrigster Wert: 0,60 €  
Höchster Wert: 4,72 €

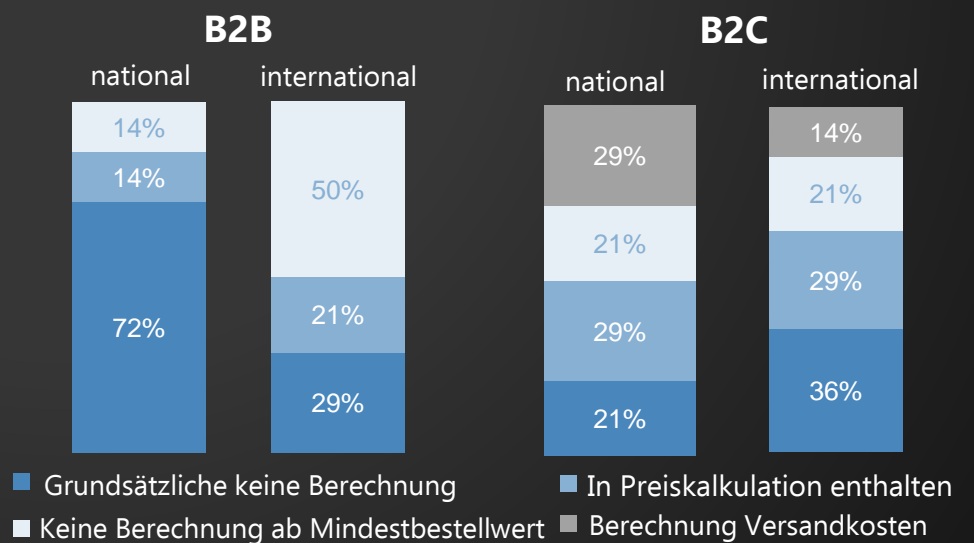
Kosten prozentual am Umsatz

Ø 6,72 %      Niedrigster Wert: 3,0 %  
Höchster Wert: 11,6 %

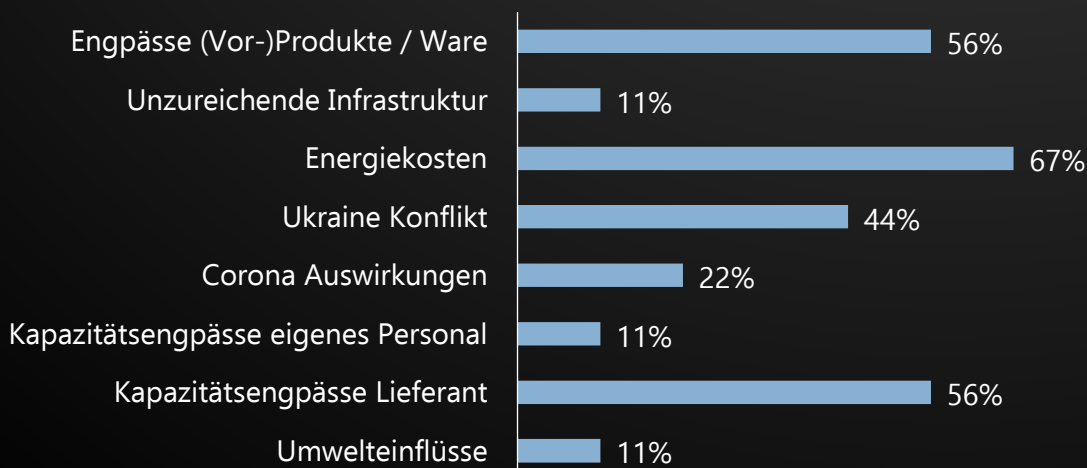
Die durchschnittlichen Logistikkosten pro Stück liegen bei 2,52 €, mit einer Spanne von 0,60 € bis 4,72 €, was auf die große Sortimentsvielfalt und sehr unterschiedlichen Abwicklungen zurückzuführen ist. Prozentual zum Umsatz betragen die Kosten durchschnittlich 6,72%, mit Werten zwischen 3,0% und 11,6%, was deren signifikanten und variablen Anteil am Umsatz unterstreicht.

Im B2B-Segment werden Versandkosten häufiger direkt berechnet, vor allem international mit 50%. Im B2C-Bereich sind die Versandkosten eher in die Produktpreise einbezogen, besonders national mit 29%. Dies weist darauf hin, dass im B2B-Geschäft Transparenz bei den Versandkosten wichtiger ist, während im B2C-Sektor eine all-inclusive Preisgestaltung bevorzugt wird, um für den Endkunden attraktiver zu sein.

### Berechnung Versandkosten Kunden



### Hauptfaktoren für Logistikkosten

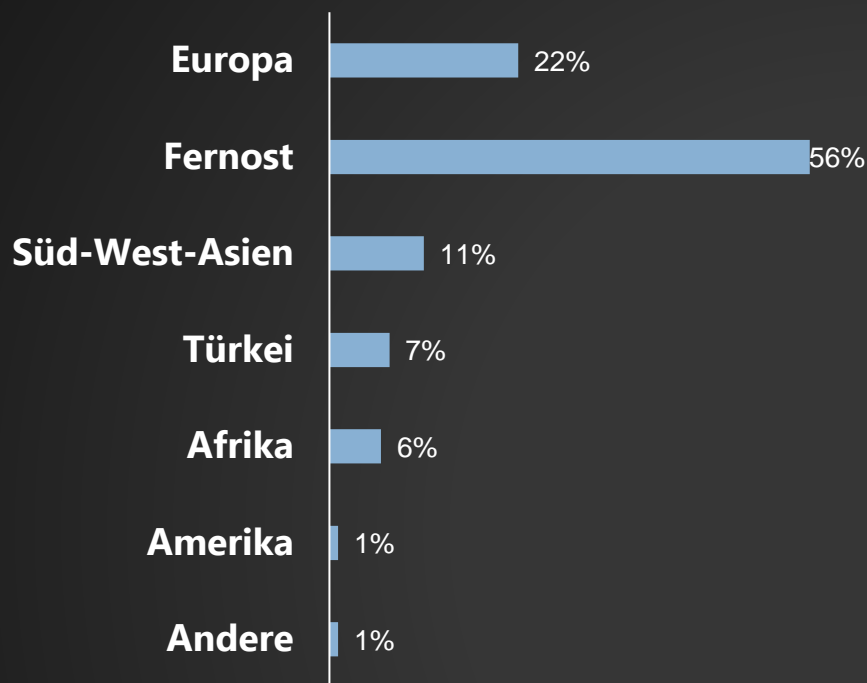


Engpässe bei Vorprodukten und Waren sowie kapazitätsbedingte Lieferantenausfälle sind mit jeweils 56% die Hauptfaktoren für steigende Logistikkosten, was auf die Bedeutung einer stabilen Lieferkette hinweist. Energiekosten und Auswirkungen durch den Ukraine-Konflikt folgen mit 67% bzw. 44%, was die signifikanten externen Einflüsse auf die Logistikkosten reflektiert.

## Branchenmonitor Logistik

# Beschaffung & Transport

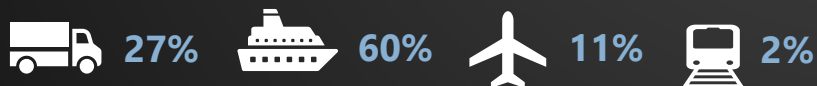
### Beschaffungsregionen



In den Beschaffungsregionen dominiert, wie gewohnt, Fernost mit 58% als Hauptbeschaffungsregion, was die zentrale Rolle Asiens in globalen Lieferketten unterstreicht. Europa stellt mit 22% den zweitgrößten Anteil. Süd-West-Asien, die Türkei und Afrika folgen den erstgenannten Regionen auf den Plätzen 3 bis 5. Die Verteilung zeigt die anhaltende Stärke in Fernost im Bereich der globalen Beschaffungsmärkte.

### Verkehrsträger

Anteil pro Verkehrsträger



Beim Transport zeigt sich, dass der Seeweg mit 60% den größten Anteil der Verkehrsträger einnimmt, während der Anteil des Schienenverkehrs keine relevante Zunahme erfährt.

Der Anteil der Landverkehre entspricht in etwa dem Beschaffungsvolumen aus Europa und der Türkei während für 11% des Volumens auf Luftfracht zurückgegriffen wird.

### Verlässlichkeit pro Verkehrsträger

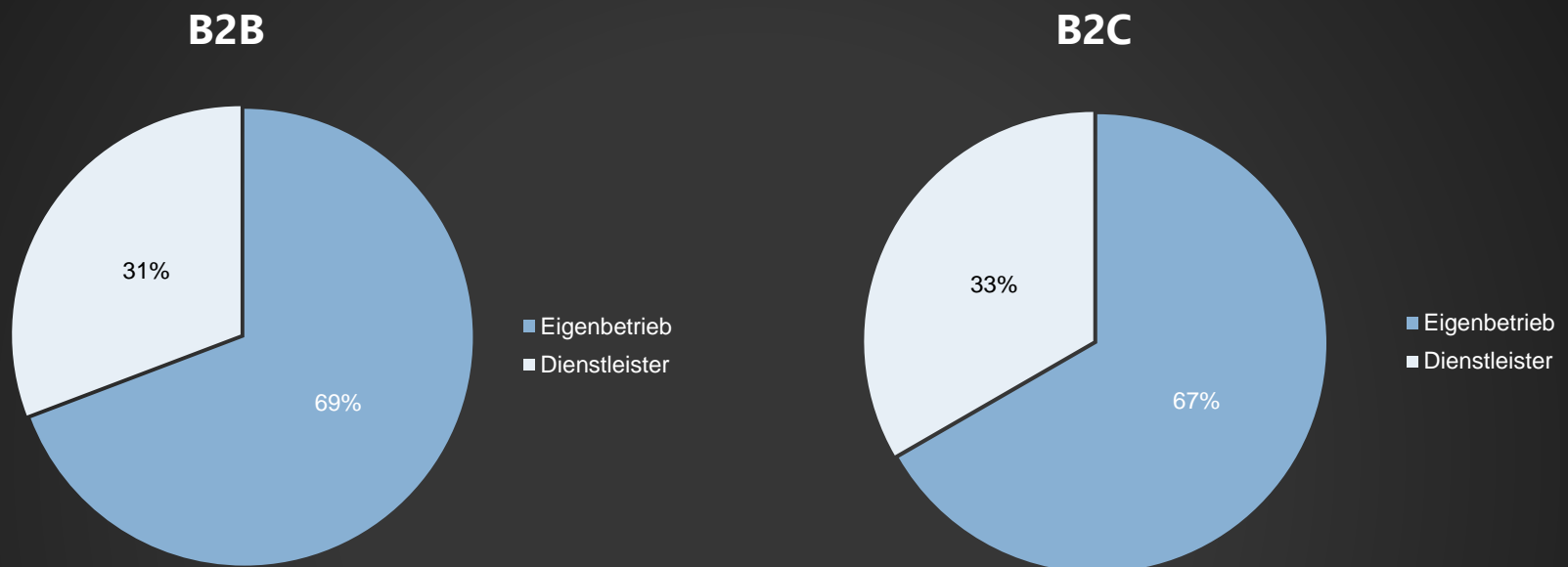


In Bezug auf die Performance der Verkehrsträger wurden Landverkehre und Luftfracht als verlässlichste Transportmittel bewertet. Der Schienenverkehr wurde von den Teilnehmenden mit 32% als am wenigsten verlässlich eingestuft. Die darauffolgende Seefracht (47%) wurde zum Zeitpunkt der Abfrage noch ohne die Auswirkungen der Angriffe/ Unruhen im Roten Meer bewertet.

## Branchenmonitor Logistik

# Lagerlogistik

### ↪ Eigenbetrieb vs. Dienstleister



Die Grafiken verdeutlichen, dass im B2B-, als auch im B2C-Bereich die Unternehmen zu zwei Drittel Ihre Logistik im Eigenbetrieb abwickeln. Diese Tendenz war bereits in den vergangenen Jahren zu beobachten. Hier scheint die Präferenz vieler Unternehmen auf mehr Kontrolle bei möglicherweise besserer Integration der Logistikprozesse in die Unternehmensstruktur zu liegen. Neben der Steuerbarkeit spielt für viele Unternehmen mit einem Eigenbetrieb die Vertriebskanalübergreifende Bestandsführung und Auslieferung eine große Rolle.

### Performance Lagerlogistik

Zufriedenheit



Ø 6,18

Niedrigster Wert: 3

Höchster Wert: 8

Die Zufriedenheit mit der Performance der Lagerlogistik wird durchschnittlich mit 6,18 bewertet, was auf einer Skala von 1 bis 10 deutlich über dem Mittel liegt. Dies deutet darauf hin, dass die Mehrheit der Befragten zufrieden bis sehr zufrieden mit den Lagerlogistikleistungen ist, obwohl es auch hier zum Teil noch deutlichen Raum für Verbesserungen gibt.

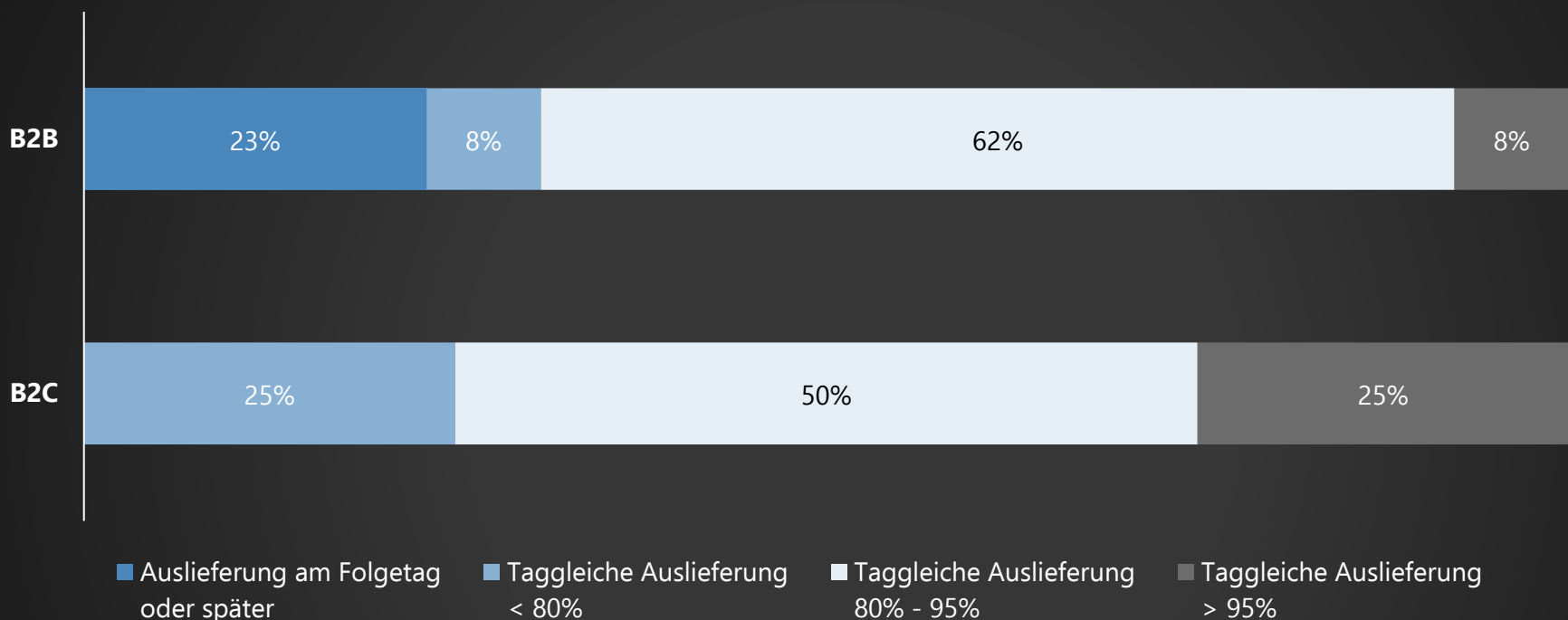
## Branchenmonitor Logistik

# Lagerlogistik - Auslieferung



### Auslieferung

#### Performance



In der Auslieferungsperformance der Lagerlogistik wurden von den Teilnehmenden die Auslieferungen zum Kunden nach Geschwindigkeit vom Auftragseingang bis zur Übergabe an den Transportdienstleister bewertet.

Im B2B-Segment zeigt die Auslieferungsperformance, dass der Großteil der Lieferungen mit 62% im Korridor von 80 – 95% des Volumens am Tag des Auftragseingangs erfolgt während (nur) 8% im Korridor von 95 bis 100 % liegen. Im Gegensatz zum B2C-Geschäft in dem die Verteilung bei 50% zu 25% liegt, zeigt dass eine deutlich höhere Toleranz im Umgang mit der Auslieferungsgeschwindigkeit in Richtung der Handels- und Endkunden.

Dies unterstreicht abermals die Bedeutung der Liefergeschwindigkeit für die Kundenzufriedenheit im Endkundenmarkt und erfordert in der Konsequenz auch eine entsprechende Priorisierung oder sogar Unterscheidung der logistischen Abwicklungsstränge in den verschiedenen Vertriebskanälen.

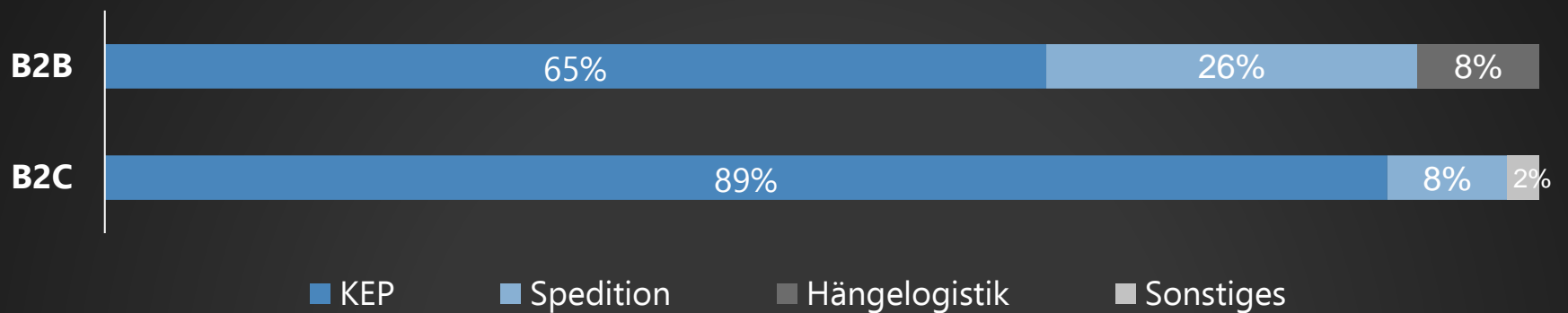
In beiden Kanälen werden gegenüber der taggleichen Belieferung ca. ein Viertel der Auslieferungen am Folgetag getätigt, was sowohl für B2B, als auch B2C auf die Verarbeitung von späteren Auftragseingängen schließen lässt.



## Branchenmonitor Logistik

# Auslieferung Transportdienstleister

### Transport Auslieferung



Bei der Wahl der verschiedenen Transportmöglichkeiten dominiert im B2C-Geschäft mit großem Abstand (89%) der Bereich der Kurier-, Express- und Paketdienste (KEP), was die Notwendigkeit schneller und flexibler Lieferoptionen im Endkundengeschäft hervorhebt.

Der speditionelle Anteil sowie der Anteil Hängelogistik stellen für den B2B-Bereich mit mehr als einem Drittel weiterhin einen relevanten Anteil dar.

### Auswahlkriterien Transport-Dienstleister

	B2B	B2C
Preise / Versandkosten	★★★★★☆☆	★★★★★☆☆
Laufzeit / Performance	★★★★★☆☆	★★★★★☆☆
Versandservices (Retouren-Service, Sendungsverfolgung)	★★★★★☆☆	★★★★★☆☆
Netzwerkstruktur (Eigen oder Partner)	★★★★☆☆☆☆	★★★★★☆☆
Zusatzversand-Optionen (Same-Day, Next-Day, alternative Zustellungen)	★★★☆☆☆☆	★★★★★☆☆
Emissionsfreie Zustellung	★★★☆☆☆☆	★★★★★☆☆
Sonstiges	★★★☆☆☆☆	★★★☆☆☆☆

Für die Auswahl der Dienstleister wurden im Rahmen der Umfrage die Teilnehmer nach den entsprechenden Auswahlkriterien befragt.

Neben dem Top-Thema der Laufzeit wurden der Preis, sowie verschiedene Versandservices genannt. Aber auch die Netzwerkstruktur gilt als wichtiges Bewertungskriterium. Die emissionsfreie Zustellung hingegen liegt noch nicht im vollen Fokus der Ausschreibung von Transportleistungen.

## Branchenmonitor Logistik

# Retouren



### Retouren-Kosten

(pro Stück)

**B2B**      Ø 5,42€

**B2C**      Ø 6,90€



### Durchlaufzeiten

(Retouren-Eingang bis Wiedereinlagerung)

**B2B**      Ø 5,3 Tage

**B2C**      Ø 3,9 Tage

Für die Retourenabwicklung wurden im Rahmen der Befragung die Kosten der Retourenabwicklung im Lager vom Wareneingang bis zur (Wieder-) Einlagerung (ohne Transport) abgefragt.

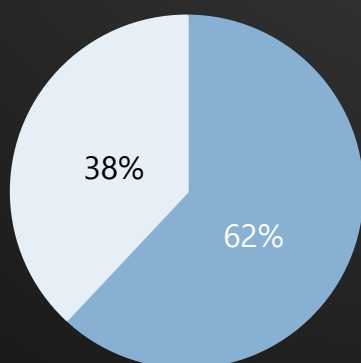
Hierzu fallen im Durchschnitt bei den teilnehmenden Unternehmen für die Vertriebskanäle im B2B 5,42 € pro Stück und im Bereich B2C sogar 6,90 € pro Stück an. Für die höheren Kosten im Bereich B2C sprechen vor Allem die Notwendigkeit der höheren Geschwindigkeit, sowie die Kosten die zur Herstellung der Verkaufsfähigkeit für Aufbereitungs- und Verpackungsprozesse entstehen.

In Bezug auf die Durchlaufzeiten vom Eingang bis zur Einlagerung liegen Artikel aus B2C-Retouren bei den Teilnehmenden bei einer durchschnittlichen Dauer von 3,9 Tagen.

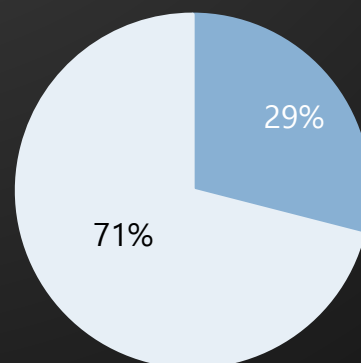


### Retouren-Abwicklung

**B2B**



**B2C**



■ Eigenbetrieb    ■ Dienstleister

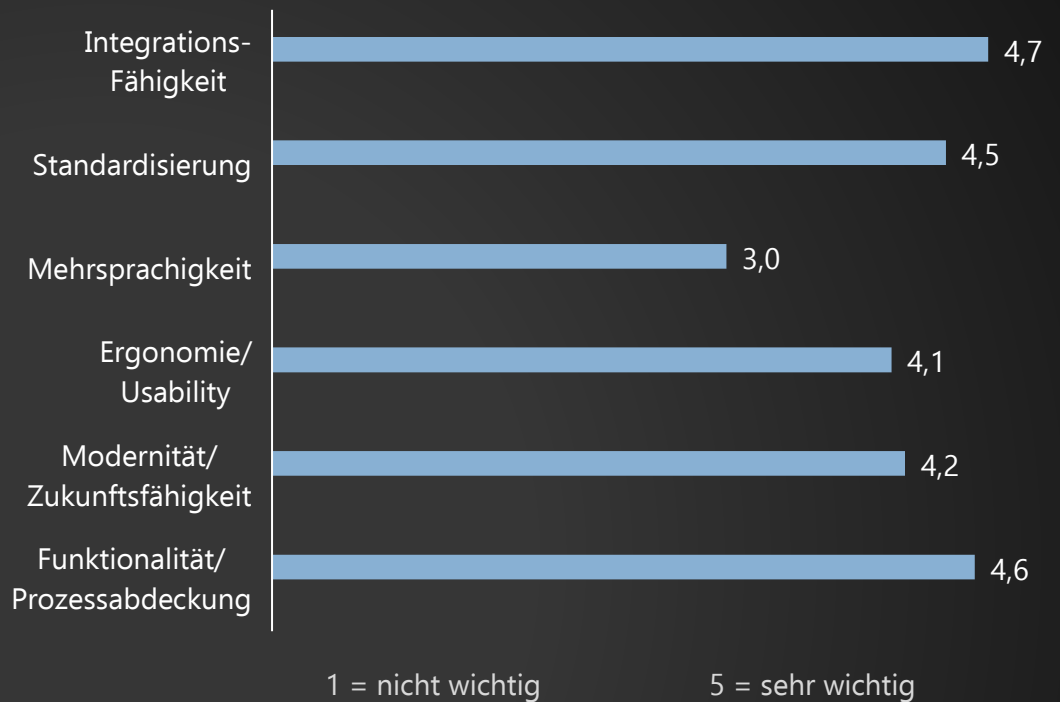
Ebenso wie in der Lagerlogistik wurden auch für die Retouren die Verteilungen von Eigenbetrieb und externer Dienstleistung für den Bereich der Retouren abgefragt. Während sich im B2B der Anteil von Eigenbetrieb und Dienstleisterabwicklung deutlich stärker decken liegt im Bereich B2C der Einsatz von externen Dienstleister deutlich höher (71%). Damit werden für B2C zum Teil Retourenabwicklungen zum Teil explizit ausgelagert.

## Branchenmonitor Logistik

# Digitalisierung in der Logistik

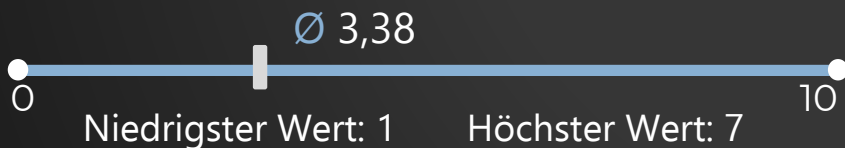
In der Modebranche konzentriert sich die digitale Logistik auf essenzielle Systemfunktionen, wobei der Bedarf an nahtloser Integration, Standardisierung und vor Allem Prozessunterstützung besonders hoch ist. Diese Schwerpunkte zeugen von dem Bestreben, langfristige Lösungen zu implementieren, die eine durchgehende Prozessoptimierung in einem dynamischen Marktumfeld ermöglichen.

### Auswahlkriterien Systeme



### Automatisierung

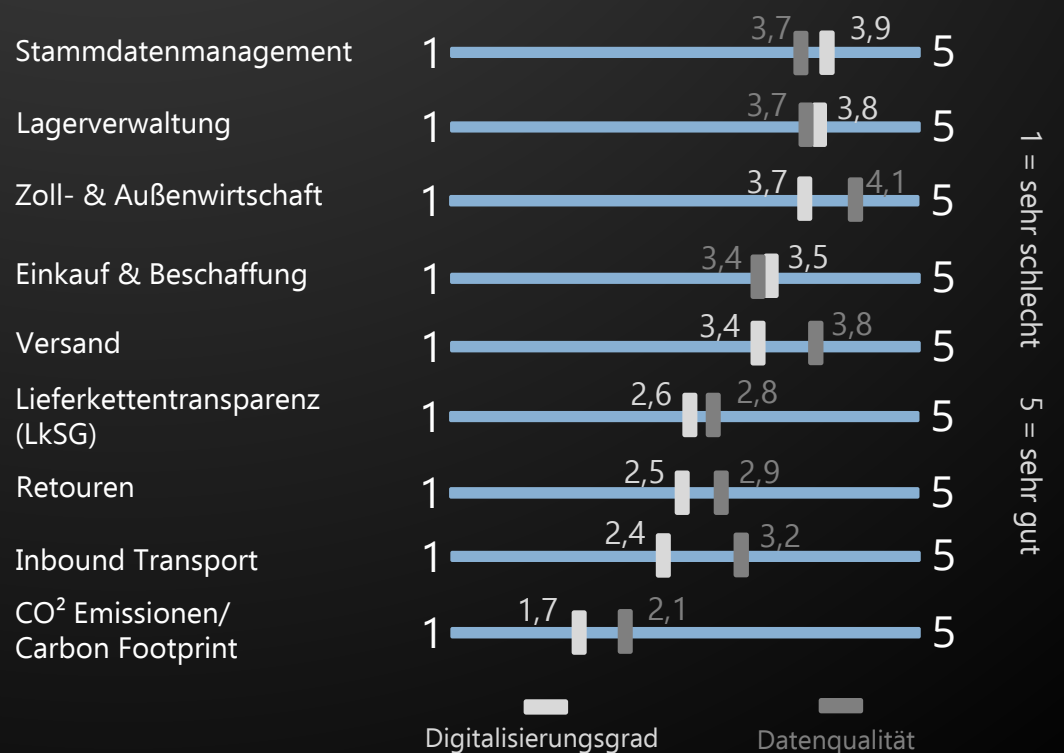
Automatisierungsgrad



Der Automatisierungsgrad in der Logistik ist mit einem Wert von 3,38 etwas über dem Mittel, was auf Potenzial für weitere Automatisierung hindeutet. Der Digitalisierungsgrad wird in Schlüsselbereichen wie Stammdatenmanagement und Lagerverwaltung als relativ hoch eingeschätzt, während die Datenqualität in fast allen Bereichen höher bewertet wird, was auf eine Diskrepanz zwischen der Implementierung digitaler Systeme und der Qualität der daraus resultierenden Daten hinweist, insbesondere in Bereichen wie CO<sub>2</sub>-Emissionen/Carbon Footprint und Lieferkettentransparenz.



### Digitalisierungsgrad & Datenqualität

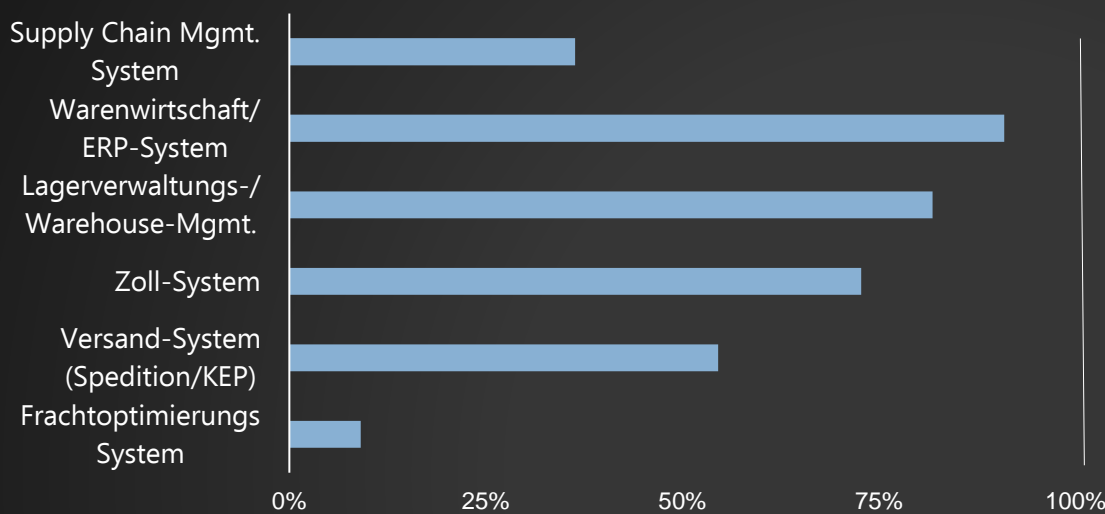


## Branchenmonitor Logistik

# Zukunft in der Logistik

### Systemeinsatz & geplante Investitionen

Welche Systeme werden in der Logistik eingesetzt?



Wo sind Investitionen geplant?



Investitionen in der Logistik konzentrieren sich im Bereich der Systeme in der Zukunft stark auf Supply Chain Management- & Warenwirtschafts-/ERP-Systeme, sowie den Bereich der Lagerverwaltung.

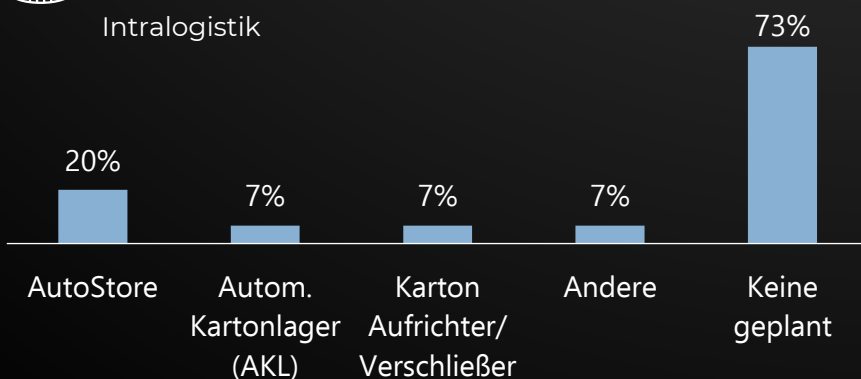
Im Bereich der Intralogistiktechnologien prüfen bis zu 20% der Unternehmen den Einsatz von weiteren Technologien. 73% der Teilnehmenden planen hier keine Investitionen was auf eine allgemeine Zurückhaltung gegenüber Investitionen zurückzuführen sein könnte.



### Einfluss von KI für die Logistik in den nächsten 5-10 Jahren



### Geplante Investitionen



Künstliche Intelligenz (KI) und Machine Learning werden als die wichtigsten Technologietrends in der Logistik betrachtet, wobei KI voraussichtlich den größten Einfluss haben wird. Dies legt nahe, dass Unternehmen vermehrt auf innovative Technologien setzen, um ihre Effizienz zu steigern und wettbewerbsfähig zu bleiben.

## Branchenmonitor Logistik

# Fazit

Die Umfragen des Branchenmonitor Logistik im Bereich der Bekleidungsindustrie war im Jahr 2023 facettenreich und informativ.

Während sich in der Verteilung der Beschaffungsmärkte und damit verbundenen Transporte wenig neue Erkenntnisse ergeben haben, zeigen andere Teilbereiche spannende Entwicklungen auf. Die Lagerlogistik im Eigenbetrieb der Unternehmen nimmt für B2B und B2C weiterhin zu wobei in der B2C-Retourenabwicklung häufiger auf externe Lösungen zurückgegriffen wird.

In Bezug auf die Performance der Auslieferung sind die Unternehmen mit Ihrer Lagerlogistik überwiegend zufrieden, wissen aber auch um Ihre Potentiale. So steht für einen Teil der Unternehmen sowohl die Investition und Weiterentwicklung der Systeme für ERP, SCM und LVS/WMS, aber auch die Investition in Intralogistiktechnologien im Raum.

Für den Transport der Lieferungen zu den Kunden im B2B und B2C-Geschäft stehen eine schnelle Lieferung (möglichst am gleichen Tag) bei kurzer Transportlaufzeit weiterhin im Fokus. Daher dominiert hier vor Allem der KEP-Bereich (B2B = 65%; B2C = 89%) stark. Bei der Auswahl der Dienstleister sind für die Unternehmen Laufzeiten, Performance, Preise und Strukturen die wichtigsten Kriterien.

In der bereits angesprochenen Weiterentwicklung der Systemwelten wurde im Branchenmonitor gezielt auf die Frage des Digitalisierungsgrads geschaut. Nach Angabe der Teilnehmenden besteht hier vor Allem in den Bereichen von Einkauf und Beschaffung, Inbound-Transport, Lieferkettentransparenz, aber auch Retouren und CO2 Emissionen noch Nachholbedarf. Bei der zukünftigen Auswahl von Systemen wird hier neben der Prozessabdeckung vor Allem Wert auf Standardisierung gelegt.

Mit Blick in die Zukunft haben die teilnehmenden Unternehmen Ihre Einschätzung zur Auswirkung von KI auf die verschiedenen Teilbereiche der Logistik benannt. Im Ergebnis wird ein hoher Einfluss in den verschiedenen Bereichen vor Allem für die Produktions- und Lagerlogistik erwartet.

Wir möchten unsere aufrichtige Anerkennung und Dankbarkeit gegenüber allen Teilnehmern und Mitwirkenden dieses Branchenmonitors zum Ausdruck bringen. Ihr Engagement, Ihre wertvollen Beiträge und konstruktiven Fragen sowie Ihre durchgängige Unterstützung über die Jahre hinweg waren und sind von unschätzbarem Wert.

Mit dem Branchenmonitor Logistik wird der GermanFashion Modeverband auch im Jahr 2024 mit Umfragen zu aktuellen und innovativen Themen fortfahren.