



Weniger ist mehr

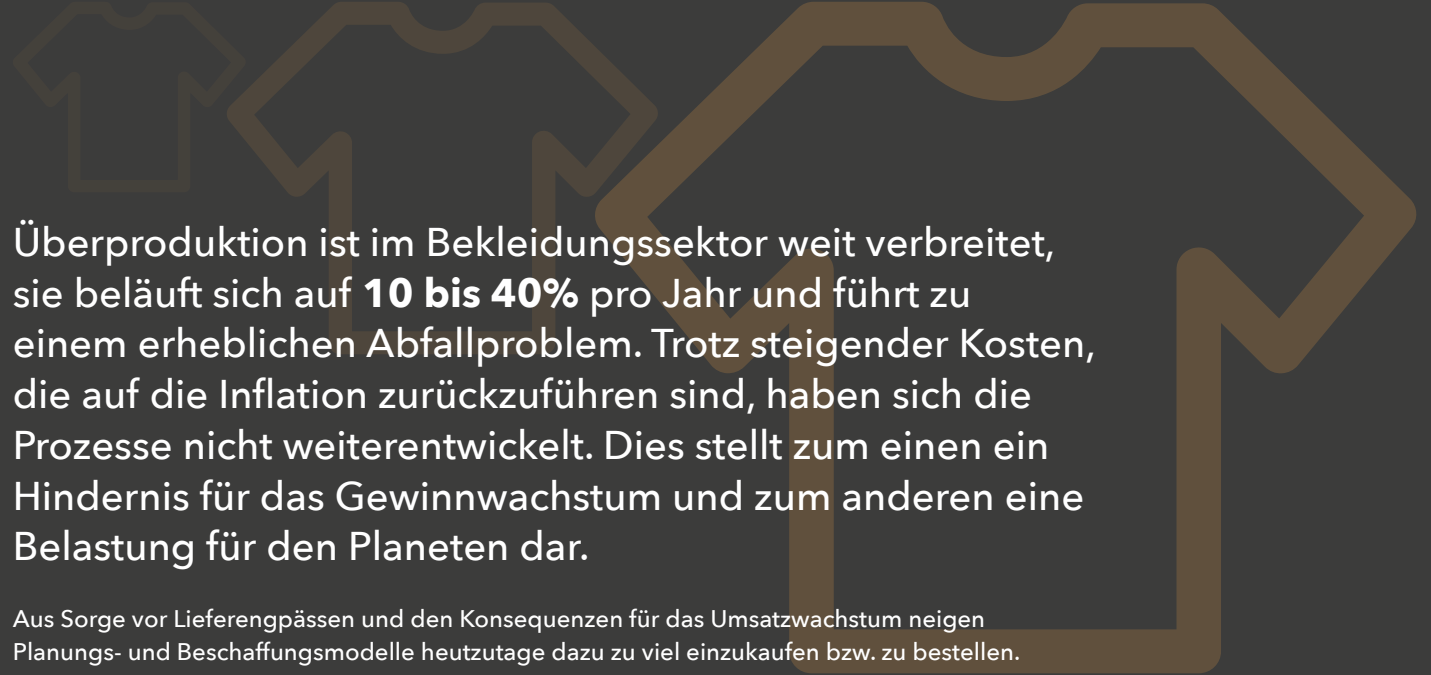
Mit Voraussicht zum Erfolg

WGSN



OC&C
Strategy consultants

uncommon sense™



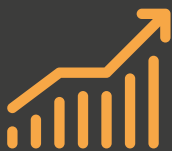
Überproduktion ist im Bekleidungssektor weit verbreitet, sie beläuft sich auf **10 bis 40%** pro Jahr und führt zu einem erheblichen Abfallproblem. Trotz steigender Kosten, die auf die Inflation zurückzuführen sind, haben sich die Prozesse nicht weiterentwickelt. Dies stellt zum einen ein Hindernis für das Gewinnwachstum und zum anderen eine Belastung für den Planeten dar.

Aus Sorge vor Lieferengpässen und den Konsequenzen für das Umsatzwachstum neigen Planungs- und Beschaffungsmodelle heutzutage dazu zu viel einzukaufen bzw. zu bestellen. Dieses Problem wurde durch die Unterbrechung der Lieferketten, insbesondere durch Covid-19, weiter verschlimmert und fordert die Prognosefähigkeiten von Markenherstellern heraus.

Die Lagerbestände und das Angebot verbessern sich jedoch mit einer allmählichen Verlagerung hin zu stärker nachfrageorientierten und datengestützten Einkaufsprozessen. Durch die Implementierung benutzerfreundlicher, KI-gestützter Modelle verfeinern Marken ihre Sortimente in Übereinstimmung mit der Verbrauchernachfrage, wodurch sie einen erheblichen Mehrwert schaffen und effizienter arbeiten.

Unsere Ergebnisse zeigen, wie Daten genutzt werden können, um Vertrauen in die Entscheidungsfindung zu schaffen, Verschwendung zu reduzieren und kommerzielle und nachhaltige Ziele miteinander zu verbinden.

DIE VERBESSERUNG DER EINKAUFSPROZESSE KANN ZU ERHEBLICHEN VORTEILEN FÜR MARKEN FÜHREN:



1 Verbesserung des Deckungsbeitrags

...um **1-3%** für die jeweilige Produktkategorie



2 Reduzierung der Überproduktion

...um **5-15%** für die jeweilige Produktkategorie



3 Verringerung der Kohlenstoffemissionen

...um **~3%** für die jeweilige Produktkategorie

In diesem Bericht:

Wir haben die Vorteile des Einsatzes von Prognosetools für die Beschaffung des richtigen Bestandes in Zusammenarbeit mit dem Datenprognosetool TrendCurve+ analysiert. Diese Studie verwendet Daten von WGSN TrendCurve+, welche mehrere Datenquellen kombiniert, darunter E-Commerce-Portfolio, soziale Medien und Laufstegshows, um das Potenzial für nahtlose Einkaufs- und Merchandising-Verbesserungen über die wichtigsten Geschäftsentscheidungen und -kennzahlen darzustellen.

Beitrag zur Verbesserung der Gewinnmarge



In der aktuellen wirtschaftlichen Lage ist es für Marken wichtiger denn je, ihre Einkaufsprozesse weiterzuentwickeln, da Margen und Lagerbestände unter Druck stehen.

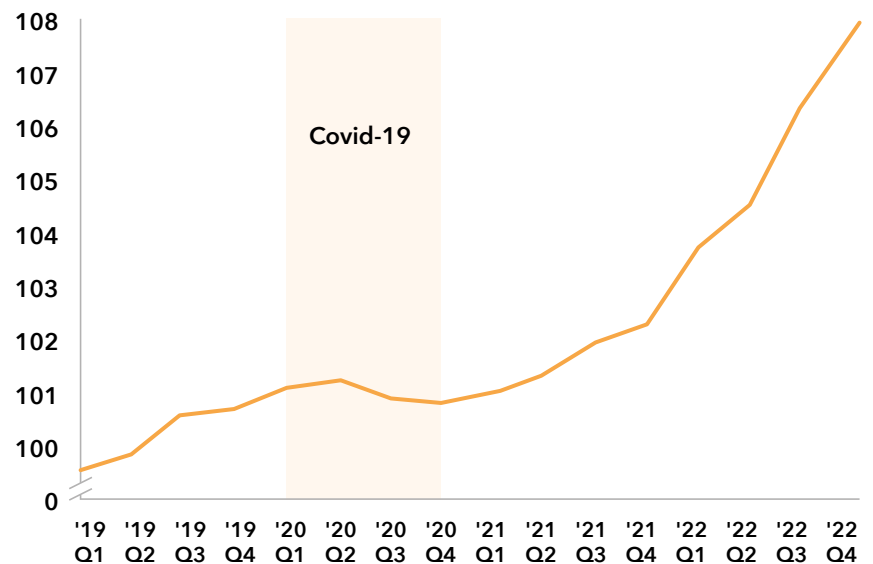
Der Abbau von übermäßigen Käufen und die Vermeidung von unnötigen Ausgaben können den Gesamtbeitrag pro Produktkategorie um 1-3%P erhöhen und das Inventar-Management verbessern.

Dies ist auf eine Reihe von Faktoren zurückzuführen, darunter:

- Verbesserte Sell-Through-Rate
- Ein höherer Anteil der zum vollen Preis verkauften Produkte
- Mehr strategische Rabatte, mit optimierten Abschlägen

Die Verwendung von Nachfrageprognosedaten ermöglicht es außerdem Marken mutigere Entscheidungen bei der Anzahlanpassung einer bestimmten Produktlinie zu treffen, die ihnen die Sicherheit geben, auf dem marktgerechten Niveau zu kaufen – was immer das sein mag,

ERZEUGERPREISINDEX DEUTSCHLAND: HERSTELLUNG VON BEKLEIDUNG, Q1 2019 - Q4 2022 (INDEXIERT Q1 2019 = 100)



Source: Eurostat, OC&C analysis

Nachhaltigkeit

Überproduktion ist nicht nur kommerziell ineffektiv, sie hat auch erhebliche Folgen für die Nachhaltigkeitsagenda einer Marke.

Der Druck auf die Marken, ihr ESG-Engagement unter Beweis zu stellen, wird immer größer. Wenn die Modeindustrie das Pariser UN-Abkommen einhalten will, muss sie ihre Emissionen um 45% gegenüber dem Niveau von 2019 senken.

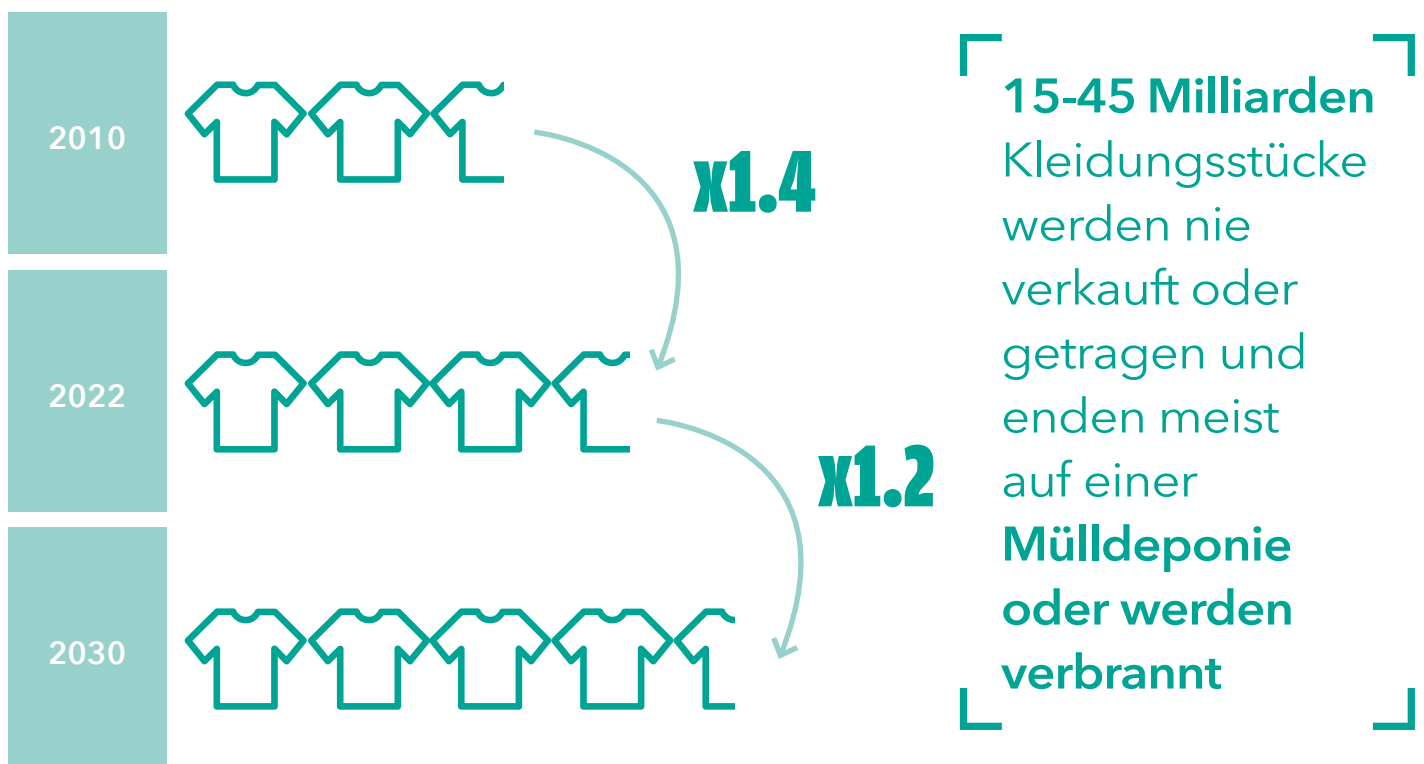
Trotzdem werden 15-45 Mrd. Kleidungsstücke (von den ca.150 Mrd. jährlich produzierten Kleidungsstücken) nie verkauft oder getragen, sondern landen meist auf Mülldeponien oder werden verbrannt. Dies hat erhebliche Auswirkungen auf die Umwelt; die Abfälle für jede Bekleidungskategorie entsprechen der Menge von Hunderten von Langstreckenflügen pro Jahr.

Die Umstellung auf ein bedarfs- und datenbasiertes Planungs- und Einkaufsmodell kann die Überproduktion um 5-15% senken und eine der Hauptquellen für unnötige Verschwendung beseitigen. Dies entspricht einer Reduzierung der Kohlenstoffemissionen von etwa 3%.

Die Weiterentwicklung des Beschaffungsmodells ist daher ein wichtiger Schritt, um die Nachhaltigkeitsperspektiven einer Marke zu verbessern und ein profitables Wachstum anzutreiben.

DAS PRODUKTIONSVOLUMEN IST SEIT 2010 DEUTLICH GESTIEGEN

Verkaufsvolumen Bekleidung, 2010-30F²



2. Inkludiert Kinderkleidung, aber exkludiert Schuhe. 2022-26 Forecast basierend auf Euromonitor Projektion; 2026-30 basierend auf langfristigem Euromonitor Forecast



CASE STUDY

SKINNY-JEANS FÜR FRAUEN - CASE STUDY ZU ÜBERMÄSSIGEN KÄUFEN (2022)

Zusammenarbeit von OC&C mit WGSN TrendCurve+

Unsere Studie zeigt, wie ein Einzelhändler im Massenmarkt die Gewinnspanne seiner Damen Skinny Jeans Linie um **€1 Mio. bis €1,5 Mio.** hätte verbessern können, wenn genauere Prognosedaten verwendet worden wären.

Ein Einkauf im Einklang mit dem Rückgang der Marktnachfrage im Jahr 2021 hätte zu einer Verringerung des Endbestandes um 10-40Tsd. Einheiten geführt.

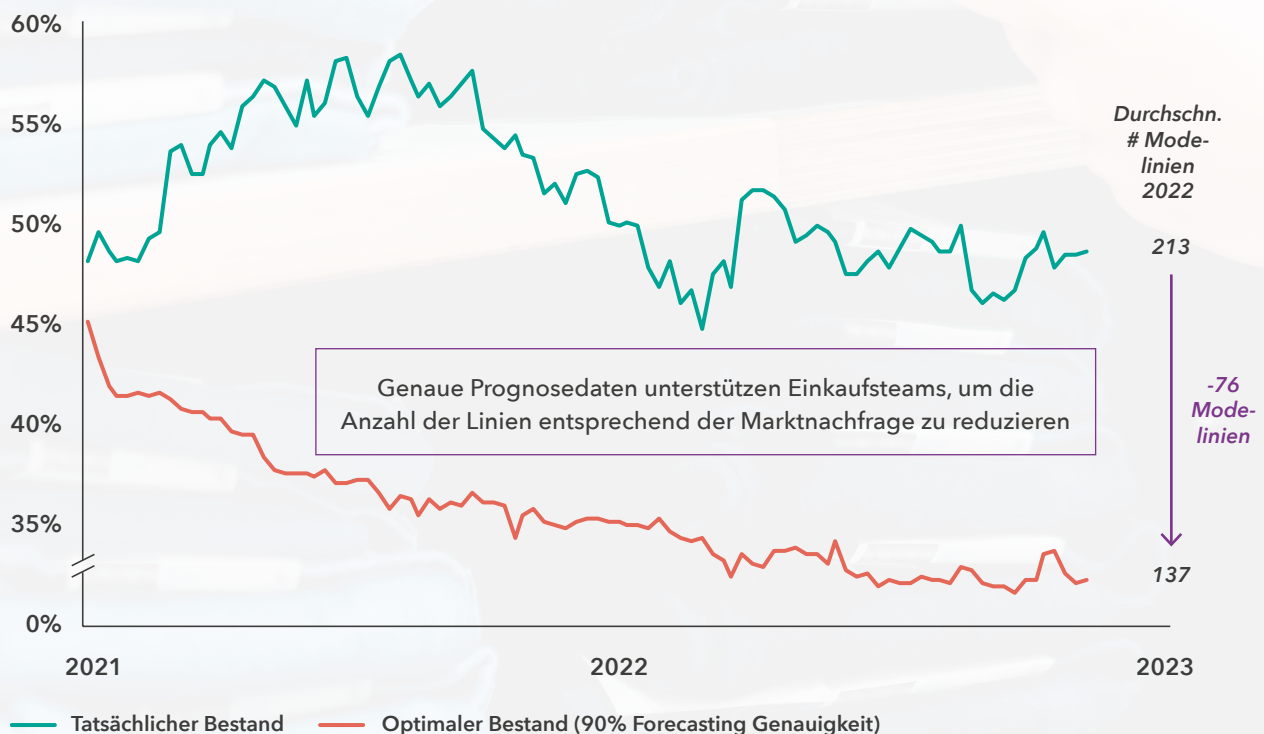
Durch den Kauf von weniger Einheiten hätte die Marke €300Tsd.-700Tsd. in ihrem Inventar-Plan zurückgewonnen, was es ermöglicht hätte, basierend auf den neuesten Trend-Vorhersagen in andere Kategorien zu investieren und somit weiteres Umsatzwachstum zu erzielen.

Die Verwendung von Prognosedaten könnte erhebliche Vorteile bringen für Marge, Endbestand, Open-to-Buy und Kohlenstoffreduzierung. In diesem Fall hätte durch die Verminderung von übermäßigen Käufen eine Reduzierung von bis zu 2.000 Tonnen CO2 erreicht werden können.

Eine intelligentere Beschaffung hätte zu folgenden Ergebnissen geführt:

- **Verbesserte Gewinnspanne um €1-1,5 Mio.**
- **10-40Tsd. weniger Einheiten des Endbestandes**
- **€300Tsd.-700Tsd. gespart für alternative Investitionen**
- **Eine Reduzierung von 500+ Tonnen CO2**

GEKAUFTE SKINNY-JEANS-LINIEN FÜR FRAUEN (#) IN % ALLER FRAUEN-JEANS-LINIEN



Source: OC&C analysis, WGSN TrendCurve+

Wie optimieren Sie Ihr Betriebsmodell?

Um diese Vorteile nutzen zu können, müssen die traditionellen Betriebsmodelle für Einkauf und Merchandising optimiert werden. Hier sind einige der wichtigsten Wege, wie Sie dies erreichen können:



Die Trendlandschaft ist zunehmend komplex

Die Verbraucher agieren und handeln über mehrere Kanäle von physisch über digital bis hin zu sozial (z. B. TikTok) und darüber hinaus. Ein ganzheitlicheres Verständnis der Verbrauchereinflüsse ist essenziell, um sicherzustellen, dass der Bestand mit der Kundennachfrage übereinstimmt.

Bessere Prognosen

wirken sich am stärksten auf Marken mit hohem Volumen und hoher Nachfrage aus



Zirkularität, Vermietung und Wiederverkauf sind disruptiv

Völlig andere Betriebsmodelle gewinnen an Bedeutung, da Marken und Verbraucher auf Nachhaltigkeit Wert legen. Wiederverkauf macht ca. 7% des Marktwertes aus und bedeutende Innovationen im Bereich der Kreislaufwirtschaft finden statt. Marken müssen zunehmend die Anforderungen für den Wiederverkauf in ihrer Planung berücksichtigen.

Dieses modernisierte Betriebsmodell hilft Merchandisern, ihr Bauchgefühl mit Daten zu untermauern, und verschafft ihnen den nötigen Spielraum, um mutigere Produktentscheidungen zu treffen.

Technik unterstützt Effizienz + Entscheidungsfindung

Steigende Kosten und Komplexität treiben den Bedarf an größerer Effizienz in den Abläufen vom Entwurf / der Planung bis zum Depot / Lieferkette. Technologie ist entscheidend für die Erschließung von 'weniger ist mehr'.



Planung muss in Echtzeit erfolgen

Die Umstellung auf kürzere, häufigere Käufe, die direkter an die Nachfrage gekoppelt ist, ermöglicht eine bessere Reaktion auf Trends, Management von Verschwendung, Schutz des Cashflows und Verringerung von Preisnachlässen. Die Verbraucher bewegen sich von schneller zu langsamerer Mode, und deshalb ist es wichtiger denn je auf den richtigen Trend zu setzen.

Kürzere Lieferketten und Ansammlung von Beständen ermöglichen Flexibilität

Größere Flexibilität bei der Zuteilung von Beständen entsprechend der Nachfrage wird immer wichtiger, um die Effizienz über alle Kanäle und Märkte hinweg zu steigern.



BÜROS

Belo Horizonte

Boston

Hong Kong

London

Melbourne

Mailand

München

New York

Paris

Rotterdam

Sao Paulo

Shanghai

Sydney

Warschau

occstrategy.com



Um mehr über dieses Thema zu erfahren, wenden Sie sich bitte an:

Christoph Treiber, Partner
christoph.treiber@occstrategy.com

Madlien Lorenz, Associate Partner
madlien.lorenz@occstrategy.com

Über WGSN TrendCurve+:

WGSN TrendCurve+ ist das einzige Modeplanungsprodukt, das unzählige Datenquellen über Social Media, Searches, Positionierung, Shows und Kundenstimmung, mit fortschrittlichem Machine-Learning kombiniert, um Ihnen zu sagen, in welche Trends es sich lohnt zu investieren, in welchem Umfang und wann. Mit über 90 % Prognosegenauigkeit für Tausende von Produkten, Silhouetten, Drucken, Farben und Designdetails, geben wir Marken die Möglichkeit genau passen zu zukünftigen Verbrauchernachfragen zu investieren.

Für weitere Informationen, kontaktieren Sie bitte:

Francesca Muston, VP Fashion, WGSN
francesca.muston@wgsn.com

Jocelyn Corner, VP Strategy, WGSN
jocelyn.corner@wgsn.com

WGSN



OC&C
Strategy consultants

For the latest insights follow us on:



© OC&C Strategy Consultants 2023. Trademarks and logos, including 'Uncommon Sense', are registered trademarks of OC&C Strategy Consultants and its licensors.