

06.07.2018 13:40 CEST

## Mode- und Lifestyle-Branche: Anywhere & Anytime-Konsum und schnelle Rotation zwingen Firmen zu dynamischem Lieferantenmanagement

**München, Juli 2018: Mode- und Lifestyle-Firmen müssen schnell und flexibel sein. Denn nur so können sie dem harten Wettbewerb durch Fast-Fashion-Retailer, den digitalen Kanälen sowie dem veränderten Kommunikations- und Einkaufsverhalten der Konsumenten gerecht werden. Dafür müssen Unternehmen ihre gesamte Lieferkette an die neuen Kundenanforderungen anpassen. So sind rund 40 Prozent der Modefirmen derzeit auf der Suche nach neuen Lieferanten, die diese Voraussetzungen besser erfüllen. Andererseits betreibt nur jede fünfte Firma ein professionelles Lieferantenmanagement, so die neue Roland-Berger-Studie "*Dynamic Supplier Management*" ([Download](#)), für die Führungskräfte von Mode- und Schuhunternehmen befragt wurden.**

"Die Mode- und Lifestyle-Branche hat sich in den vergangenen 20 Jahren radikal gewandelt", sagt Richard Federowski, Partner von Roland Berger. "Händler, die bis zu 40 Kollektionen pro Jahr präsentieren, digitale Player, die über Nacht liefern, sehr großzügig bei Umtausch sind und die Möglichkeit für die Kunden, immer online zu kommunizieren, sich zu inspirieren und auszutauschen. Die Digitale Vernetzung hat den Kaufprozess signifikant verändert."

Kein Wunder, dass viele traditionelle Modeunternehmen sich schwer tun, mit diesen Trends Schritt zu halten und entsprechend flexibel zu bleiben. "Nicht mehr die Schaufenster in den Innenstädten sind maßgeblich für das, was im Modebereich angesagt ist", so Federowski.

## **Nur jeder Fünfte hat definierte Prozesse für das Lieferantenmanagement**

Für den Markterfolg im hart umkämpften Modebereich reicht es nicht, den Kunden ein Einkaufserlebnis über alle Kanäle zu bieten; die gesamte Lieferkette muss angepasst und flexibel gestaltet werden – allen voran die Lieferantenseite. Das Problem haben viele Firmen bereits erkannt: So ist mehr als die Hälfte der Befragten der Meinung, dass ein dynamisches Lieferantenmanagement ein zentrales Element der Unternehmensstrategie sein sollte. Viele sind sich aber nicht bewusst darüber, dass dies einer der Kernschlüssel zur Omnichannel-Kompetenz ist.

Weniger als ein Drittel der befragten Firmen (29%) haben das Thema tatsächlich in der Firmenstrategie verankert. Strukturierte Prozesse für das Management und die Entwicklung von Zulieferern nutzt gerade mal jeder Fünfte. Dabei suchen mehr als 40 Prozent der Befragten derzeit nach neuen Lieferanten.

Doch Federowski warnt: "Geografische Nähe zum Lieferanten reicht alleine nicht." Ohne eine dynamische und flexible Lieferkette können Firmen im Omnichannel-Geschäft nicht erfolgreich sein. "Die gesamte Beschaffungsorganisation muss schneller, flexibler, digitaler und innovativer werden – und dazu gehört auch ein dynamisches Lieferantenmanagement", erklärt Oliver Hein, Senior Advisor bei Roland Berger. "Nahtloses End-to-End ist der Schlüssel zum Erfolg."

## **Dynamisches Lieferantenmanagement – Analyse nach Clustern**

Beim dynamischen Lieferantenmanagement geht es in erster Linie darum, die Lieferkette regelmäßig strategisch zu analysieren. Dazu werden die Zulieferer auf Basis ihrer Fähigkeiten in Cluster eingeteilt – zum Beispiel eine Gruppe aus schnellen und flexiblen Lieferanten für die Masse, eine aus Kreativen für neue Kollektionen oder eine aus Spezialisten für Sonderfälle. Für jedes Cluster wird ein Bewertungssystem etabliert, um die Zulieferer regelmäßig zu evaluieren und den aktuellen Status mit dem strategischen Ziel abzugleichen.

"Auf dieser Basis können Modeunternehmen ihre Lieferanten aktiv steuern, kontrollieren sowie weiterentwickeln: ein Erfolgsfaktor um End-to-End zu operieren", erklärt Federowski. Ein solches dynamisches Lieferantenmanagement erlaube es zum Beispiel, die Geschwindigkeit und

Flexibilität der Beschaffung zu steigern, erhöhe die Lieferantenverlässlichkeit und senke die Leerverkaufsrate. So kann die Branche ihr Optimierungspotenzial nutzen.

---

*Roland Berger, 1967 gegründet, ist die einzige der weltweit führenden Unternehmensberatungen mit deutscher Herkunft und europäischen Wurzeln. Mit rund 2.400 Mitarbeitern in 35 Ländern ist das Unternehmen in allen global wichtigen Märkten erfolgreich aktiv. Die 52 Büros von Roland Berger befinden sich an zentralen Wirtschaftsstandorten weltweit. Das Beratungsunternehmen ist eine unabhängige Partnerschaft im ausschließlichen Eigentum von rund 230 Partnern.*

## Kontaktpersonen



### **Maximilian Mittereder**

Pressekontakt

PRESS CONTACT GLOBAL PR

maximilian.mittereder@rolandberger.com

+49 89 9230-8180



### **Silvia Constanze Zösch**

Pressekontakt

PRESS CONTACT GLOBAL PR

silvia.zoesch@rolandberger.com

+49 89 9230 8750



### **Kerstin Hoppe**

Pressekontakt

Head of Global Marketing and Communications

kerstin.hoppe@rolandberger.com

+49 89 9230 8575