



Modehändler sollten ihre Lieferketten überdenken - gefragt sind Schnelligkeit, Flexibilität, Reaktionsfähigkeit und Kontrolle

Modehändler sollten ihre Lieferketten überdenken - gefragt sind Schnelligkeit, Flexibilität, Reaktionsfähigkeit und Kontrolle
Globale Markenhersteller für Erstellung des Branchenberichts befragt Merkmale für kundenspezifische Lieferketten identifiziert
Eine heute veröffentlichte Studie empfiehlt Einzelhändlern und Herstellern in der stark umkämpften Modebranche, ihre Lieferketten an die hohen Erwartungen ihrer Kunden anzupassen, die zunehmend rasch wechselnde Ansprüche haben und dazu noch rund um die Uhr bestellen.
Fashion Unleashed: supply chain innovation is everything - So lautet der Titel der Studie, die Lisa Harrington, Vorsitzende der Harrington group LLC, in Zusammenarbeit mit DHL erstellt hat. Harrington ist gleichzeitig stellvertretende Leiterin des Supply Chain Management Centers und unterrichtet Supply Chain Management an der Robert H. Smith School of Business der University of Maryland in den USA.
Die Ergebnisse zeigen, dass Modehändler und -hersteller angesichts des sich schnell wandelnden und oft unvorhersehbaren Kaufverhaltens der Verbraucher ihre Lieferketten überdenken. Diese Veränderungen gehen auf das Internet, die mobile Kommunikation und die zunehmende Kaufkraft zurück - in der Modebranche sind Volatilität und Komplexität heute eher die Norm als die Ausnahme.
Vielfältige Vertriebskanäle, erweiterte Serviceanforderungen, kürzere Produktlebenszyklen sowie verstärkter Kosten- und Margendruck stellen die Produzenten vor große Herausforderungen. Hinzu kommt der demographische Wandel, ein schnelles Wachstum in aufstrebenden Märkten und das weltweite Anwachsen der Mittelklasse - alles Faktoren, die dazu beitragen, dass Vorhersagen zunehmend schwerer werden.
Bericht bietet Einblicke in diese neue Weltordnung
Mit Blick auf Geschwindigkeit, Flexibilität, Reaktionsfähigkeit und Kontrolle bietet der aktuelle Bericht Einblicke in diese neue Weltordnung, in der das Internet die Anforderungen exponentiell angehoben hat. Heutzutage stehen Hersteller und Händler weltweit im Wettbewerb, hinsichtlich Ort und Zeit gibt es keine Grenzen mehr. Modeunternehmen, die sich an dieses neue Umfeld nicht schnellstens anpassen, müssen mit unangenehmen Konsequenzen rechnen. In einer Branche, in der die Anforderungen je nach Sektor, Kanal und Produkt stark variieren, ist dies allerdings nicht ganz einfach.
Auf Basis dieser Erkenntnisse erläutert der Report, wie die verschiedenen Märkte auf der ganzen Welt durch Lieferketten versorgt werden können, die so beweglich sind, dass sie auf plötzliche oder unerwartete Veränderungen entsprechend reagieren: flexibel genug, um an die jeweiligen Produkte angepasst zu werden und effizient genug, um die erforderlichen Margen zu sichern.
Der Bericht basiert auf einer branchenweiten Umfrage sowie Roundtable-Diskussionen mit globalen Marktführern, die Anfang des Jahres an einer Fashion Masterclass teilgenommen haben, darunter so renommierte Namen wie Betty Barclay, Debenhams, Hunkemöller, IC Company, Keen Footwear, Levi Strauss & Co und TOM TAILOR.
Bildunterschrift: Der Report erläutert, wie die verschiedenen Märkte auf der ganzen Welt durch Lieferketten versorgt werden können.
Sabine Hartmann
Pressesprecherin: Unternehmensbereich SUPPLY CHAIN, Williams Lea, Global Mail und Innovationsthemen
Deutsche Post DHL
Charles-de-Gaulle-Str. 20
53113 Bonn
Tel.: (0228) 182 9944
Fax: (0228) 182 9880

Pressekontakt

Deutsche Post DHL

53113 Bonn

Firmenkontakt

Deutsche Post DHL

53113 Bonn

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage