

Pressemitteilung

13. Dezember 2011

Textilindustrie: Bangladesch boomt in der Bekleidungsproduktion

China verliert an Bedeutung als Lieferant für Kleidung – Modeunternehmen verlagern Produktion zunehmend nach Bangladesch – Das Land ist bereits drittgrößter Exporteur von Kleidung nach Europa

DÜSSELDORF. "Made in Bangladesh" steht inzwischen auf fast jedem zehnten Kleidungsstück in Europa. Rund 9% aller Textilimporte nach Europa (EU-15) stammen aus Bangladesch. Noch vor 15 Jahren waren es nur etwa 3%. Damit ist Bangladesch inzwischen die drittgrößte Exportnation von Kleidung nach Europa. Dieser Trend wird sich auch in Zukunft fortsetzen: Mehr als drei Viertel der Einkaufschefs in Europa und den USA nennen Bangladesch als wichtigstes von drei aufstrebenden Textileinkaufsländern der nächsten Jahre. Damit liegt Bangladesch weit vor Vietnam mit 52% Nennungen und vor Indonesien mit 41%.

Das sind zentrale Erkenntnisse einer aktuellen Studie der internationalen Unternehmensberatung McKinsey & Company. Für die Studie wurden führende Einkaufschefs in Europa und den USA befragt, die gemeinsam ein Bekleidungs-Einkaufsvolumen von 46 Mrd. USD verantworten. Zudem wurden Interviews mit mehr als 100 lokalen Lieferanten sowie ergänzende Feldstudien in Bangladesch durchgeführt.

"In den vergangenen 15 Jahren war China der große Profiteur der sinkenden Einkaufspreise in der Textilproduktion. Das Ende der Deflation ist in Sicht", sagt Achim Berg, der sich als McKinsey-Partner auf die Beratung von Modeunternehmen in den Bereichen Operations, Strategie und Marketing spezialisiert hat. "Die Karawane zieht weiter, China wird in naher Zukunft als eines der ersten Länder Ein-

bußen hinnehmen." Derzeit spielt China für Europa mit einer Abdeckung von rund 40% der Textilimporte in die EU-15-Staaten die wichtigste Rolle als Herstellerland. Allerdings geben 86% der befragten Einkaufschefs an, einen Teil ihres Bekleidungsinkaufs aus China in den kommenden fünf Jahren in andere asiatische Länder verlagern zu wollen: 54% planen, ihren Einkauf in China um bis zu 10% zu senken; 32% erklären, sogar mehr als 10% ihres Einkaufs aus China abzuziehen. Damit wird China in den kommenden fünf Jahren Exportanteile für Europa und die USA im Discount- und mittleren Segment verlieren. Als Gewinner wird vor allem Bangladesch aus dieser Entwicklung hervorgehen.

Europäische und US-amerikanische Einkaufschefs wollen laut der McKinsey-Befragung ihren Sourcing-Anteil in Bangladesch im Discount-Segment von derzeit 20% auf 25 bis 30% erhöhen, Unternehmen im mittleren Preissegment von derzeit 13% auf 20 bis 25%. Dies hätte ein Wachstum der Bekleidungsexporte aus Bangladesch um 7 bis 9% jährlich zur Folge. Die Exporteinnahmen würden dadurch von zuletzt 15 Mrd. USD auf bis zu 42 Mrd. USD im Jahr 2020 steigen. Schon heute machen die Einnahmen aus den Bekleidungsexporten rund 13% des Bruttoinlandprodukts in Bangladesch aus.

"Bangladesch bietet viele Vorteile, die ein guter Beschaffungsort benötigt: zufriedenstellende Qualitätslevel sowie Geschwindigkeit und Risiko auf akzeptablem Niveau. Doch muss noch an drei wesentlichen Herausforderungen gearbeitet werden", sagt Achim Berg. Probleme liegen vor allem in der Infrastruktur, in den sozialen Bedingungen und teilweise immer noch unzureichenden Arbeitsstandards sowie beim Fachkräftemangel und der Leistungsfähigkeit der Lieferanten.

Hintergrund

McKinsey & Company ist die in Deutschland und weltweit führende Unternehmensberatung für das Topmanagement. 26 der 30 DAX-Konzerne zählen aktuell zu den Klienten. In Deutschland und Österreich ist McKinsey mit Büros an den Standorten Berlin, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, Köln, München, Stuttgart und Wien aktiv.

Mehr Informationen zur Studie finden Sie unter www.mckinsey.de

Für Rückfragen wenden Sie sich bitte an Adriana Clemens,
Telefon: 0211 136-4503, E-Mail: adriana_clemens@mckinsey.com