

PRESSEMITTEILUNG

5. Dezember 2016

Weniger Wachstum: Modebranche leidet unter Volatilität und veränderten Ansprüchen

*Gemeinsame Studie von Business of Fashion (BoF) und McKinsey:
Umsatzwachstum der Branche geht 2016 weltweit zurück, Gewinn stagniert –
Verhaltener Optimismus für 2017*

DÜSSELDORF. Die weltweite Modeindustrie hat ein ernüchterndes Jahr hinter sich nach dem stürmischen Wachstum der Vorjahre. Mit 2,0 bis 2,5 Prozent prognostiziertem Umsatzzuwachs erwirtschaftet sie 2016 das schwächste Ergebnis seit der Finanzkrise 2009. Die Gewinnmarge (vor Steuern) der Branche stagniert bei knapp 10 Prozent. Besonders zu spüren bekamen das Modeunternehmen aus dem Luxus- und mittleren Segment. Ihre Wachstumsrate erreichte zuletzt nur noch 0,5 bis 1,0 Prozent. Für 2017 sieht es etwas besser aus: Im kommenden Jahr wird ein durchschnittliches Umsatzwachstum von 2,5 bis 3,5 Prozent erwartet. Damit erholt sich die Branche zwar merklich, kann allerdings nicht an die Top-Ergebnisse des vergangenen Jahrzehnts anknüpfen, als die Modeindustrie jährlich um durchschnittlich 5,5 Prozent und damit stärker als das globale BIP wuchs.

Das sind die zentralen Ergebnisse des ersten Reports „[The State of Fashion](#)“, der die Entwicklung der globalen Modeindustrie untersucht. Für den Report des Medienunternehmens Business of Fashion (BoF) und der Topmanagementberatung McKinsey & Company wurden 450 Modeunternehmen analysiert sowie 140 Branchenexperten befragt.

Vorsichtiger Optimismus für das kommende Jahr

„Wir erwarten, dass sich die Branche 2017 erholen wird. Viele Modeunternehmen haben inzwischen umfassend restrukturiert, was sich im kommenden Jahr auszahlen wird“, sagt Imran Amed, Gründer und Chefredakteur von BoF. Gestützt wird diese Prognose durch Vorhersagen über bessere wirtschaftliche Rahmendaten wie ein stärkeres weltweites BIP-Wachstum. Insgesamt erwartet fast die Hälfte der befragten Modemanager, dass 2017 besser als 2016 wird.

„Alle Marktsegmente außer Discount werden 2017 stärker wachsen. Im Segment über dem Discount, dem sogenannten Value-Segment, erwarten wir mit 3 bis 4 Prozent Wachstum eine besonders starke Entwicklung“, sagt Achim Berg, Seniorpartner bei McKinsey und Experte für die Mode- und Luxusindustrie. „Im Segment der erschwinglichen Luxusmode erwarten wir sogar bis 4,5 Prozent“, so Berg. Beide Segmente profitieren von Verschiebungen im Käuferverhalten: Mehr Kunden bevorzugen statt reiner Luxusmode erschwingliche Luxusmode, gleichzeitig greifen mehr Käufer zu Value statt Discount.

Die Kategorie Sportmode wird mit 6,5 bis 7,0 Prozent Wachstum alle anderen Kategorien überflügeln. Bereits 2016 ist sie mit 8 bis 8,5 Prozent weit über dem Durchschnitt gewachsen.

Zehn Trends für 2017

Die Autoren des Reports definieren zehn Trends, die die Modebranche im kommenden Jahr besonders bewegen werden. Ein Teil der Trends wird von der globalen Wirtschaftsentwicklung beeinflusst, darunter die Intensivierung der Volatilität, die anhaltende Unsicherheit im chinesischen Markt und die zunehmende Bedeutung der Großstädte. Der zweite Teil der Trends wird von den Verbrauchern getrieben, die immer besser informiert und anspruchsvoll sind und deren demografisches Profil sich verändert. Weitere Veränderungen beziehen sich auf den Wandel im Modesystem. „Technologische Fortschritte verändern die Branche bereits nachhaltig. Darüber hinaus erwarten wir, dass es einige branchenerschütternde Entwicklungen geben wird, wenn größere Spieler ihr Unternehmen umstrukturieren und Branchenfremde in die Modeindustrie eindringen“, sagt Leonie Brantberg, Associate Partner bei McKinsey und Co-Autorin der Studie.

Hintergrund

McKinsey & Company ist die in Deutschland und weltweit führende Unternehmensberatung für das Topmanagement. 27 der 30 DAX-Konzerne zählen 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, weltweit mit über 100 Büros in mehr als 60 Ländern.

Business of Fashion ist ein Mode-Medien-Unternehmen konzipiert für die heutige global vernetzte Welt. Gegründet im Jahr 2007 von Imran Amed, ist BoF bekannt für seine maßgebliche, agenda-setzende Sicht auf die globale Modeindustrie und ist eine unverzichtbare Quelle für Führungskräfte der Modebranche, Kreative, Studenten und Unternehmer in mehr als 200 Ländern. BoF wurde als „The Economist of Fashion“, „eine tägliche Adresse für die Macher der Mode“ und „Die Industrie-Bibel“ beschrieben, www.businessoffashion.com

Hier finden Sie den Report zum Download:

<https://www.mckinsey.de/modebranche-leidet-unter-volatilitaet-und-veraenderten-anspruechen>

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Adriana Clemens, Telefon 0211 136-4503,
E-Mail: Adriana_Clemens@mckinsey.com
www.mckinsey.de

Alle Pressemitteilungen im Abo auf Twitter: [@McKinsey_de](https://twitter.com/McKinsey_de)

Kim Molloy, Telefon + 44 (0)20 3642 2987,
E-Mail: Kim@tcs-uk.net
www.businessoffashion.com
twitter: @BoF