

Pressemitteilung

Kosten drücken Stimmung der Modehersteller

GermanFashion präsentiert Statistik und Erwartungen 2022/2023

Köln, 20.03.2023. Das Jahr 2022 endete für die deutschen Bekleidungshersteller insgesamt mit wenig Grund zur Freude. „Auch wenn wir ein Umsatzplus von knapp 20 % im Vergleich zu 2021 vermelden können, gab es aufgrund der gestiegenen Kosten entlang der gesamten Lieferkette wenig echte Gewinne,“ schildert Gerd Oliver Seidensticker, Präsident des deutschen Modeverbandes **GermanFashion**, die Lage. „Das Niveau des Vorpandemiejahres 2019 konnte trotz großer Anstrengungen noch nicht erreicht werden,“ so Seidensticker weiter.

Weiterhin zeigen die amtlichen Zahlen des Statistischen Bundesamtes bei den Beschäftigtenzahlen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ein leichtes Minus von 0,6 %. Durch Insolvenzen in der Branche ist die Anzahl der Betriebsstätten um 10 % zurückgegangen.

Neue Exportländer im Fokus

Der Export ist die Stütze der deutschen Industrie. Hier konnte trotz des Wegfalls des russischen Marktes ein Plus von knapp 10 % erreicht werden.

Auffallend ist eine Exportsteigerung in die USA von rund 44 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum, womit USA von Platz 17 auf Platz 14 der wichtigsten Exportmärkte der Branche steigt, Tendenz weiter steigend.

Die wichtigsten zehn Exportmärkte der deutschen Hersteller zeigen bis auf Frankreich (leichtes Minus mit 1 %) erfreulicherweise wieder alle ein Plus, selbst das Vereinigte Königreich mit einem Plus von knapp 5% konnte sich stabilisieren.

Bei den wichtigsten zehn Exportländern der Branche liegt nahezu unverändert folgende Rangliste vor: Schweiz, Österreich, Polen, Niederlande, Frankreich, Italien, Belgien, Tschechien, Spanien, und Vereinigtes Königreich.

Import: China zurück auf Platz 1

China – das wohl am meisten diskutierte Sourcingland hat sich den Platz 1 in der Importstatistik zurückerobert.

Während es den Trend gibt, alternative Produktionsländer aufzusuchen, gehen einige Unternehmen ganz bewusst zurück nach China, da sich die Lieferkette größtenteils stabilisiert hat. Das Jahr 2022 zeigt ein Umsatz-Importplus von knapp 30 % in China.

Die Produktion hat insgesamt im Jahr 2022 angezogen mit insgesamt rund 22 % Umsatzplus im Vergleich zum Vorjahreszeitraum, so dass für viele Länder ein Plus vor der Zahl steht. Bangladesch, das zweitwichtigste Land, zeigt ebenfalls einem Zuwachs von rund 35 %.

Weitere Gewinner im Import sind Vietnam (44 %), Indien (26 %), Pakistan (knapp 30 %), Kambodscha (34 %) und Myanmar (55 %).

Nach China heißen die wichtigsten Importländer Bangladesch, Türkei, Vietnam, Indien, Pakistan, Italien, Kambodscha, Myanmar (erstmalig in den Top 10) und Niederlande. Importverlierer sind die europäischen Länder Italien, Niederlande, Polen, Frankreich, Österreich. Einen Trend zum Nearshoring in Europa gibt es somit auch weiterhin nicht.

„Aktuell bereiten den deutschen Modeherstellern die wirtschaftlichen Schwierigkeiten ihrer Partner – der Handel – große Sorgen. Angesichts der weiteren Flächenreduzierungen werden Umsatzsteigerungen im Inland immer herausfordernder. Hinzu kommen die bekannten Kostensteigerungen in vielen Bereichen der Supply Chain, die die Stimmung für das Jahr 2023 auf einem gedrückten Niveau halten,“ so Gerd Oliver Seidensticker.

Die gesamte Statistik finden Sie [hier](#).

GermanFashion Modeverband Deutschland e.V. vertritt die Interessen der deutschen Modeindustrie, insbesondere der Hersteller von Damen- und Herrenoberbekleidung, Sportswear und Berufsbekleidung.