

CUSTOMIZATION - DIE ZUKUNFT DER FASHIONBRANCHE

Customization – gekommen, um zu bleiben. Ob Kaffeemarke, Garderobe, gestreamte Musik oder Lieblingsfilme, dieser Trend macht vor keiner Branche halt und wird auf lange Sicht ein Trend bleiben.

Das Anbieten von personalisierter Mode ist ein mehrdimensionaler Ansatz, der den Kunden in den Mittelpunkt stellt. Er kann auf Produkte, Dienstleistungen und Erfahrungen angewandt werden. **Customization ist die höchste Form des Ausdrucks der eigenen Persönlichkeit und Erfahrung.**

DABEI IST DAS GEFÜHL SICH EINZIGARTIG ZU FÜHLEN VON WESENTLICHER BEDEUTUNG



74 %

der Millennials und Generation Z sind am Kauf von individuell gestalteten Produkten interessiert, die genau ihren Geschmack widerspiegeln bzw. speziell für sie angefertigt wurden

42 %

haben mindestens ein speziell für sie personalisiertes Produkt



der Verbraucher sind bereit,

20 %

mehr für ein individualisiertes Produkt zu zahlen



41 %

aller Altersgruppen wollen individuelle Kleidung kaufen

DER WERT VON CUSTOMIZATION



VERBRAUCHER

“Ich trage meine eigenen Kreationen.”

Produktmanager,
internationale Modebrand



BRANDS

“Individualisierung ermöglicht den Ausdruck persönlicher Werte und bedient sich dabei der Attraktivität einer Brand.”

Produkt-/F&E-Manager,
internationale Modebrand



RETAILER

“Durch Customization können Sie im Rahmen Ihrer Omnichannel-Strategie ein Produkt bzw. eine Dienstleistung vorschlagen oder eine einzigartige Erfahrung schaffen.”

Leiter Produkt-/Markenimage,
internationale Modebrand



PRODUZENTEN

“Produzenten müssen ihre Zuschnittabteilung anpassen und die entsprechenden Optionen einbinden, um der steigenden Nachfrage nach individualisierten Produkten gerecht zu werden.”

Produktionsleiter,
internationale Modebrand

WIE SIEHT ES IN DER FASHIONBRANCHE AUS?

Die Entscheidung, Customization im richtigen Maß anzubieten, wird sich als wichtiger Wachstumstreiber und als starker Wettbewerbsvorteil erweisen

Die Fashionindustrie **verändert** sich rasanter denn je. Die Bedürfnisse der Konsumenten nehmen stetig zu und die Verbraucher werden immer **anspruchsvoller und technologiegetriebener**. Zudem ist ihr Verhalten nur äußerst schwer vorhersehbar.

Trotz des großen **Drucks**, dem Brands, Retailer und Produzenten ausgesetzt sind, bietet sich ihnen eine **Fülle an neuen Geschäftschancen**. Darunter ist Customization die vielversprechendste Chance.

Customization in der Modebranche war der **Top-Trend im Jahr 2018**. Customization ist die Zukunft der Fashionbranche. Sie wird die Modewelt revolutionieren und eine Alternative zu Fast-Fashion bilden. Dabei stehen individuelle Wünsche und eine soziale Verantwortung im Mittelpunkt.



WELCHE MÖGLICHKEITEN HABEN BRANDS, RETAILER UND PRODUZENTEN, UM IN EINER NEUEN ÄRA DER MODE EINEN SCHRITT NACH VORNE ZU MACHEN?

“Ob Customization oder Made-to-Measure, die von Ihnen ausgewählte Art der Individualisierung hängt von den Merkmalen Ihres Unternehmens ab, wie z. B. Größe, Strategie, globale Präsenz, Ertragsmodell und Kernwerte.”

Leiter Produktentwicklung, internationale Modebrand



Customization ist ein kollaborativer Prozess und die Mitwirkung der Kunden ist von entscheidender Bedeutung.

Zur Customization gehören jedoch keine Modelländerungen. Sie erfolgt innerhalb eines bestehenden Größenbereichs und einer Produktreihe.



Bei **Made-to-Measure** werden die Modelle an eine individuelle Morphologie angepasst.

Zusätzlich zu den Vorteilen von Customization, gehört hierbei auch die Änderung der Passform. Die Änderungen werden an einem bestehenden Modell durchgeführt.

CUSTOMIZATION ODER MADE-TO-MEASURE BIETEN MEHRERE VORTEILE

Mode für die Massen



Design



Entwicklung



Senden des Produktionsauftrags



Massenproduktion



Vertrieb



ABFALL

Individuelle Mode



Design



Entwicklung



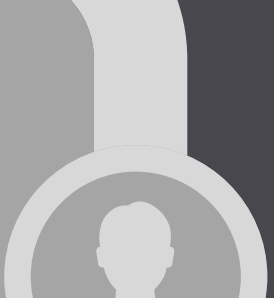
Vertrieb



Senden des Produktionsauftrags



On-Demand-Produktion



VERBRAUCHER

- Verbesserung des Cashflows
- Weniger kostspielige Bestände
- Kosten werden vorab beglichen
- Weniger Abfall

JETZT IST DER RICHTIGE ZEITPUNKT, UM SICH DEN HERAUSFORDERUNGEN DER INDIVIDUALISIERUNG ZU STELLEN

1

Die Botschaft ist eindeutig: Verbraucher möchten sich einzigartig fühlen, an der Kreation ihrer Kleidung mitwirken und eine Alternative zu Fast-Fashion haben



In der Mode hat eine neue Ära begonnen. Brands, Retailer und Produzenten müssen den nächsten mutigen Schritt wagen: vorangetrieben durch den Kunden, Service und die Nähe zum Kunden immer wichtiger. Dabei stehen ethische und gleichzeitig rentable Arbeitsweisen im Vordergrund.

2

“Um erfolgreich zu sein, müssen Brands, Retailer und Produzenten in neue digitale Produkte und Werkzeuge investieren, die Kunden, Service und Produktion in den Mittelpunkt Ihrer Strategie stellen. Der Schlüssel zum Erfolg ist das Schaffen eines Ökosystems, das alle Beteiligten einbezieht.”

Fashion Industry Expert

Quellen: Die Daten stammen aus dem YPULSE-Bericht „Customization“ (2017), Deloitte UK (2015) und dem McKinsey-Bericht „The State of Fashion 2018“. Die Zitate stammen aus Interviews, die Lectra mit Experten aus der Modebranche geführt hat.



@LectraOfficial



Lectra



LectraOfficial



Lectra

LECTRA

Empowering customers through industrial intelligence