

Die Schuhindustrie im Umbruch, dank On-Demand Fertigung

INHALTSVERZEICHNIS

- Überblick — On-Demand-Fertigung in der Schuhindustrie..... 2
- Der Umstieg von der Lagerfertigung auf die On-Demand-Produktion..... 3
- Kunden wollen außergewöhnliche Produkte online erleben..... 4
- Eine nachhaltige und kosteneffiziente Lösung..... 5
- Ihr Einstieg in die 3D-Produktkonfiguration..... 6
- Quellenangabe..... 7





ÜBERBLICK

On-Demand-Fertigung in der Schuhindustrie

Wissenswertes

On-Demand-Fertigung:

Die Produkte werden hergestellt, sobald ein Kunde eine Bestellung aufgibt.

Herstellung auf Vorrat:

Die Produkte werden hergestellt und dann auf Lager gelegt.

Direct-to-Consumer (D2C):

Die Produkte werden direkt an die Endkunden versandt und nicht in Lagerhäusern aufbewahrt.

3D-Produktkonfiguration:

Die Kunden stellen ihre eigenen Produkte im E-Commerce zusammen.

Augmented Reality (AR):

Die Kunden können sich die Produkte in ihrer eigenen räumlichen Umgebung ansehen.

Wir lösen uns von den traditionellen Prozessen der Schuhproduktion (z. B. der Herstellung auf Vorrat - „Make-to-Stock“) und wenden uns nachhaltigeren Prozessen wie der On-Demand-Fertigung zu, die dem Kunden ein spannendes und aufregendes Erlebnis bieten.

Wenn Kunden die Möglichkeit haben, Produkte im E-Commerce individuell zu gestalten und/oder zu personalisieren, fühlen sie sich in den Prozess mit einbezogen. **Tatsächlich entscheiden sich 77 % der Kunden für eine Marke, die ein personalisiertes Erlebnis bietet, empfehlen sie weiter oder sind bereit, mehr dafür zu zahlen**¹. Das ist der Mehrwert, den 3D-Produktkonfiguration und Augmented Reality (AR) im E-Commerce mit sich bringen.

Bei der On-Demand-Fertigung werden die Produkte direkt an die Endkunden versandt (D2C), was der Schuhbranche ein völlig neues Geschäftsmodell eröffnet. Ein Paar Schuhe wird erst dann produziert, wenn der Kunde eine Bestellung aufgegeben und dafür bezahlt hat. Doch damit nicht genug: Durch die Verringerung der Lagerbestände (es fallen weniger Abfälle an), weniger bis gar keine Rücksendungen und schnellere Entwicklungszyklen werden die Marken zunehmend nachhaltiger. Der herkömmliche Entwicklungszyklus von 12 bis 18 Monaten wird durch ein kundenorientiertes Modell ersetzt, das es erlaubt, Schuhe innerhalb weniger Tage zu liefern.

Schlüsseltrends der Schuhbranche im E-Commerce:

- Maßgeschneiderte und personalisierte Produkte, die exakt auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten sind
- Eine kundenorientierte, präzise Darstellung der online verfügbaren Produkte
- Verkürzung der Lieferkette durch intelligentere Prozesse



Der Umstieg von der Lagerfertigung auf die On-Demand-Produktion

AUF DEM WEG ZU EINER NACHHALTIGEN LÖSUNG MIT 3D UND AUGMENTED REALITY.

Seien wir ehrlich: Die Herstellung auf Lager ist ein überholtes Geschäftsmodell. Werden Produkte auf der Grundlage der voraussichtlichen Kundennachfrage (und nicht der tatsächlichen Bestellungen) hergestellt, sind die Hersteller gezwungen,

- ein Muster für jedes Produkt anzufertigen,
- zusätzliche Rohmaterialien zu beschaffen,
- Produkte auf der Grundlage unzutreffender Prognosen herzustellen,
- große Lagerbestände vorzuhalten, die Finanzmittel binden,
- Produkte mithilfe von teuren Marketing- und Vertriebsteams in den Markt zu bringen.

Der Lager-Fertigungsprozess ist insgesamt kostspielig, langsam und ermöglicht nur eine begrenzte Interaktion mit den Endkunden. Dank neuer Technologien wie der 3D-Produktkonfiguration sind Hersteller in der Lage, auf eine bedarfsorientierte Fertigung umzustellen.

Ein Beispiel für die Einsparungen bei einer großen Schuhmarke, die Expivis 3D-Produktkonfigurator einsetzt:

55%

Ersparnis bei den Bemusterungskosten, speziell bei Prototypen: 500.000 USD pro Saison

50%

Ersparnis bei den saisonalen Verkaufsmustern: 2.500.000 USD

40%

Ersparnis bei den Luftfrachtkosten für globale Verkaufsmuster: 200.000 USD pro Saison

6-12

Monate schneller mit digitalisierten Produkten auf den Markt kommen.

Schuhmarken, die bereits auf 3D-Konfiguratoren umgestiegen sind, profitieren von einer nachhaltigen End-to-End-Lieferkette sowie von

- Wettbewerbsvorteilen
- Einer schnelleren Bereitstellung für den Endkunden
- Kosteneinsparungen durch geringere Lagerbestände bei gleichzeitig größeren finanziellen Rücklagen
- einer intensiveren Kundenbindung durch Personalisierungsmöglichkeiten
- Zusätzlichen B2B-Möglichkeiten
- Kollaborationen, die das Markenimage stärken



Kunden wollen außergewöhnliche Produkte online erleben

VISUALISIERUNG, INDIVIDUALISIERUNG UND PERSONALISIERUNG SIND DIE SCHLÜSSELFAKTOREN.

Kunden erwarten in zunehmendem Maße ein höheres Engagement der Marken, mit denen sie interagieren. So haben Untersuchungen ergeben, **dass 83 % der Kunden auf eine starke Visualisierung und auf eine bewegte Darstellung von Produkten emotional reagieren².**

Für Schuhmarken eröffnen sich große Chancen, mit ihren Kunden zu interagieren, indem sie Visualisierungs-, Individualisierungs- und Personalisierungstools auf ihren E-Commerce-Websites einsetzen.

So können die Kunden das Produkt zu Hause auf einer ebenen Fläche platzieren und den Schuh bis ins kleinste Detail begutachten.

Aufgrund von Technologien, die den Online-Einkauf erleichtern, **glauben 25 % der Kunden sogar, dass sie in der Zeit nach COVID³. weniger in Ladengeschäften und Einkaufszentren einkaufen gehen werden.** Eine attraktive E-Commerce-Plattform ist daher von entscheidender Bedeutung.

Nachhaltige Lösungen werden in nahezu jeder Branche immer bedeutender, um Abfälle zu reduzieren, aber auch um eine größere Skalierbarkeit zu realisieren. So werden beispielsweise **Bekleidung und Schuhe im Wert von 230 Mrd. USD nicht verkauft und haben somit keinerlei weiteren Verwendungszweck⁴.**



Clark, S. (2020, September 30). What Are the Emotional Drivers Behind Customer Experience? CMSWire.Com. <https://www.cmswire.com/customer-experience/what-are-the-emotionaldrivers-behind-customer-experience/>

3 Berkenstock, B. (2021, May 7). Q1 Spotlight on SAP Partners: How COVID-19 changed the way we work. SAP Blogs. <https://blogs.sap.com/2021/05/07/q1-spotlight-on-sap-partners-howcovid-19-changed-the-way-we-work/>

2 PreciseTarget. (2021). Fashion Has a \$230 Billion Inventory Problem. Here's What it Can Do. <https://sourcingjournal.com/topics/retail/precisetarget-230-million-apparel-footwearinventory-coronavirus-discounts-233899/>



Eine nachhaltige und kosteneffiziente Lösung

DIRECT-TO-CONSUMER IST DIE ZUKUNFTSWEISENDE LÖSUNG FÜR DIE NACHHALTIGKEIT VON SCHUHWARE.



E-Commerce



Fabrikant



5 Lieferung

Dementsprechend gibt es unzählige Lagerhäuser voll mit lagernden Produkten, die darauf warten, unter hohen Kosten und mit Preisnachlässen auf den Markt gebracht zu werden. Ein weiteres großes Problem für die Hersteller sind Rücksendungen. **Tatsächlich werden jedes Jahr 35 % der ausgelieferten Schuhe zurückgeschickt. Das sind rund dreimal mehr Retouren, als im restlichen E-Commerce anfallen und entspricht einem Gegenwert⁵.**

Aus diesem Grund spielt der bedarfsorientierte Produktionsprozess eine entscheidende Rolle. Die Bestellungen gehen ein, werden komplett bezahlt und individuell für den jeweiligen Kunden angefertigt. Bei einem Direct-to-Consumer- (D2C)-Prozess wird der Artikel nicht eingelagert und nur selten zurückgeschickt – denn wer will schon einen maßgeschneiderten oder personalisierten Artikel zurückgeben?

Mit einem Enterprise-Resource-Planning-(ERP)-System generiert jede Bestellung über einen 3D-Produktkonfigurator eine vollständige Liste der benötigten Materialien (Bill of Materials, BOM) für den Herstellungsprozess. Es werden sämtliche Rohmaterialien, Bauteile und Mengen aufgelistet, die für die Herstellung des Artikels benötigt werden und ohne manuelle Eingriffe in das ERP-System des Unternehmens übernommen. Eine nachhaltige Lösung, die für jedes Unternehmen vorteilhaft ist, denn es wird nur das produziert, was bestellt wurde, und das Ausgangsmaterial wird auf intelligente Weise genutzt.

Darüber hinaus reduziert das ERP-System den Lagerbestand. Die Zukunft der Schuhindustrie liegt somit in einer dynamischen Lieferkettenlösung, die schnell, kosteneffizient und nachhaltig ist.

5

Poole, R. (2021, March 16). How should the footwear industry respond to online shopping? AlixPartners. <https://www.alixpartners.com/insights-impact/insights/as-consumers-buy-more-shoes-online-how-should-the-footwear-industry-respond/>



Get Started With 3D Product Configuration

Kontaktieren Sie uns und wir stellen Ihnen gerne eine kostenlose Demoversion unseres Services vor: sales@expivi.com

Über Expivi

Expivi ist eine „Software as a Service“, die es Unternehmen ermöglicht, mithilfe eines 3D-Konfigurators und Augmented Reality ein eindrucksvolles Kundenerlebnis zu realisieren.

Die Plattform ermöglicht die sofortige Konfiguration von Preisen und Angeboten, verschlankt die Prozesse zwischen dem Hersteller und dem Kunden durch die automatische Erstellung von Materiallisten für die Produktion, sorgt für einen schnelleren Vertrieb und minimiert Fertigungsfehler. Hersteller sind so in der Lage, ihren Endkunden eine breitere Produktpalette anzubieten, Ausschuss zu vermeiden und gleichzeitig Lagerbestände zu reduzieren.

Expivi beschleunigt den Weg in die Direct-to-Consumer-Zukunft.

Das 2017 gegründete Unternehmen Expivi mit Hauptsitz in Eindhoven in den Niederlanden beschäftigt seit 2020 ein Team in Salt Lake City, USA und seit 2022 auch in München, Deutschland.

www.expivi.com



Quellenangaben

Berkenstock, B. (2021, May 7). Q1 Spotlight on SAP Partners: How COVID-19 changed the way we work. SAP Blogs. <https://blogs.sap.com/2021/05/07/q1-spotlight-on-sap-partners-how-covid-19-changed-the-way-we-work/>

Clark, S. (2020, September 30). What Are the Emotional Drivers Behind Customer Experience? CMSWire.Com. <https://www.cmswire.com/customer-experience/what-are-the-emotional-drivers-behind-customer-experience/>

Henkel Adhesive Technologies. (2021). Key trends shaping the footwear manufacturing industry in 2021. <https://www.henkel-adhesives.com/vn/en/insights/all-insights/blog/footwear-manufacturing-industry.html>

Petro, G. (2015, October 20). Sprinting Into the Future of Footwear Technology. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/gregpetro/2015/10/19/sprinting-into-the-future-of-footwear-technology/?sh=1c55c20a6fc6>

Poole, R. (2021, March 16). How should the footwear industry respond to online shopping? AlixPartners. <https://www.alixpartners.com/insights-impact/insights/as-consumers-buy-more-shoes-online-how-should-the-footwear-industry-respond/>

PreciseTarget. (2021). Fashion Has a \$230 Billion Inventory Problem. Here's What it Can Do. <https://sourcingjournal.com/topics/retail/precisetarget-230-million-apparel-footwear-inventory-coronavirus-discounts-233899/>

Sahin, B. (2021a, December 2). eCommerce Personalization: 2021 Complete Guide | Bloomreach. Bloomreach.Com. <https://www.bloomreach.com/en/blog/2017/08/e-commerce-personalization.html>

WorldFootwear. (2021, December 28). Mind launches innovative software for shoe designers. Copyright | World Footwear. <https://www.worldfootwear.com/tag/technology/33.html>



Expivi

www.expivi.com