



## Modeanalysen 2022

Fashionwebinar

1. november 2022

# Introduktion til modeanalysen

Formål, indhold og anvendelsesområde

I Deloittes Modeanalyse tager vi 2 gange årligt temperaturen på branchen, dykker ned i de seneste tendenser og kaster et blik mod fremtiden for at se, hvordan branchen rykker sig, og hvad aktørerne kan gøre for at ruste sig til fremtiden.



**Målgruppe:** Analysen giver indsigter og indblik i de aktuelle tendenser og udfordringer baseret på officielle regnskabstal



## Anvendelsesområde

Vi ønsker at give de danske aktører i branchen de rette værktøjer, så de er bedre rustet til at træffe beslutninger og til at skabe rentable forretninger.



**Datakilder:** Alle regnskaber trækkes ud af Erhvervsstyrelsens register og suppleres af data indsamlet fra Danmarks Statistik, samt data fra artikel-samarbejdspartnerne.



## Indhold af analysen

Nøgletal: Engros, Detail, Fodtøj.

Indsigtsartikler: Zalando, Bæredygtighed på mode og Digitale salgskanaler.

# Nyt indhold

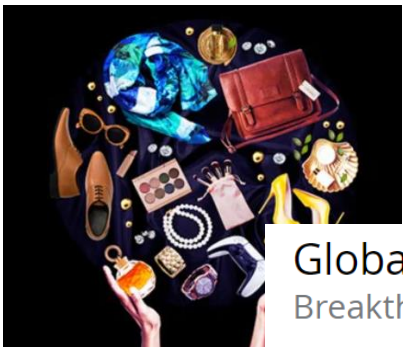
Tre nye inspirationsartikler

## Zalando: "Grønne planer skal bære det kommercielle overskud"

"

"Vi tror, at vores forpligtigelse til den bæredygtige agenda vil bidrage til succes og vækst på den lange bane. Men vi tror faktisk også, at det kun er modevirksomheder, der tager bæredygtigheden seriøst, som vil eksistere i fremtiden."

Kate Heiny, Bæredygtighedsdirektør i Zalando.



## Global Powers of Luxury Goods 2021 Breakthrough luxury

The pandemic was the catalyst for change as luxury goods companies adopted new paradigms of value creation. As they seek new ways to connect with their customers, they are changing their approach and mindset by incorporating sustainability and digitalization into their long-term strategies, to align with consumers' demands and new regulatory requirements.

## Deloitte/ Ganni: "Bæredygtighed er på mode. Men hvordan bliver moden mere bæredygtig"?

"Vi befinder os i en ikke-reguleret branche, hvor der fra statsligt niveau ikke bliver stillet specifikke krav til modevirksomhederne. Derfor er det vigtigt, at der findes en række værktøjer og tredjepartscertificeringer, så branchen bliver stillet til ansvar for miljøet og samfundet."

Lauren Bartley, Head of Sustainability & CSR i Ganni



Analysis

## Global Powers of Retailing 2022

A year of resilience and rising sustainability

In the past year retailers faced some strong economic headwinds against the backdrop of an unpredictable virus and its resurging variants. And yet retailers remained resilient and managed to grow in these unprecedented times and were able to respond to consumer expectations.

## Deloitte: "Digitale salgskanaler tæller højt i investorernes karakterbøger"

"

"De modevirksomheder, som har knækket koden og udvist et stærkt digitalt kompetencesæt – og som samtidig har en sund balance mod de mere traditionelle offline-salgskanaler – har klaret sig godt under COVID-19."

Mads Damberg, partner i Deloitte

# Modeanalysen 2022

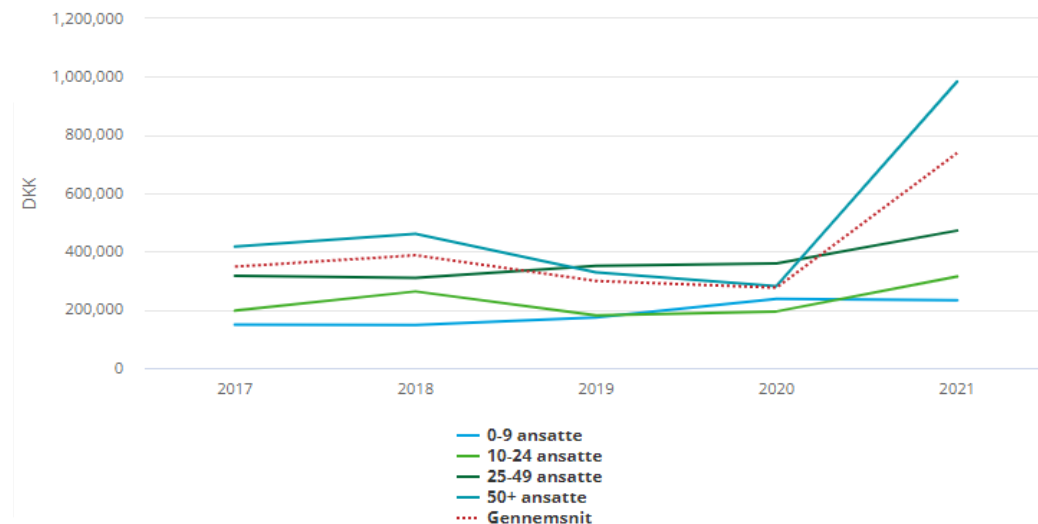
Engros

De danske engrosforhandlere går forrest på den digitale agenda og viser positive regnskaber trods nedsat samfundsaktivitet. Kløgtig omkostningsreduktion styrker resultatet.

### Primært resultat pr. ansat:

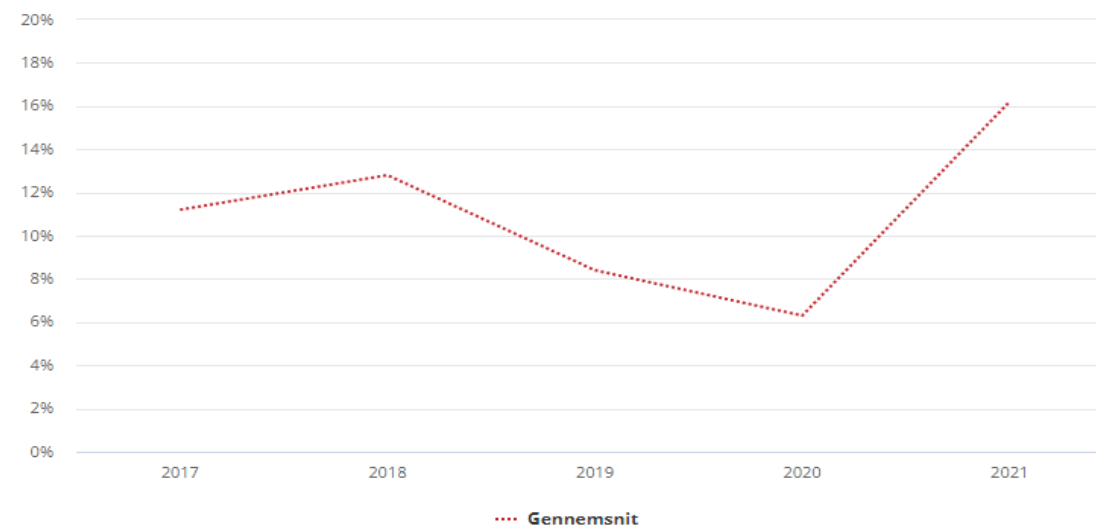
Årets modeanalyse viser, at de danske engrosforhandlere i gennemsnit leverede et driftsresultat pr. ansat på 738.200 kroner i 2020/21. Sammenlignet med de knap 276.000 kroner i 2019/20, er det en stigning på 167 procent.

Særligt de store virksomheder med 50+ ansatte har haft markant fremgang – fra 281.500 i 2019/20 til 984.000 i 2020/21. Det er en stigning på 250 procent.



### Overskudsgrad:

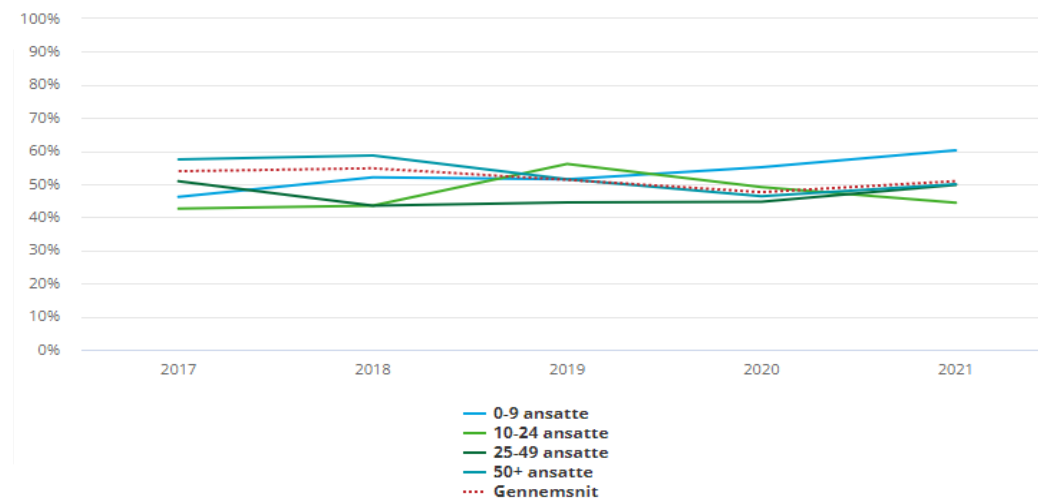
Det øgede salg har også sat sit præg på overskudsgraden, der med 16,2 procent i 2021 er vokset knap ti procentpoint siden 2020, og markerer den højeste overskudsgrad set over de sidste fem år.



De danske engrosforhandlere går forrest på den digitale agenda og viser positive regnskaber trods nedsat samfundsaktivitet. Kløgtig omkostningsreduktion styrker resultatet.

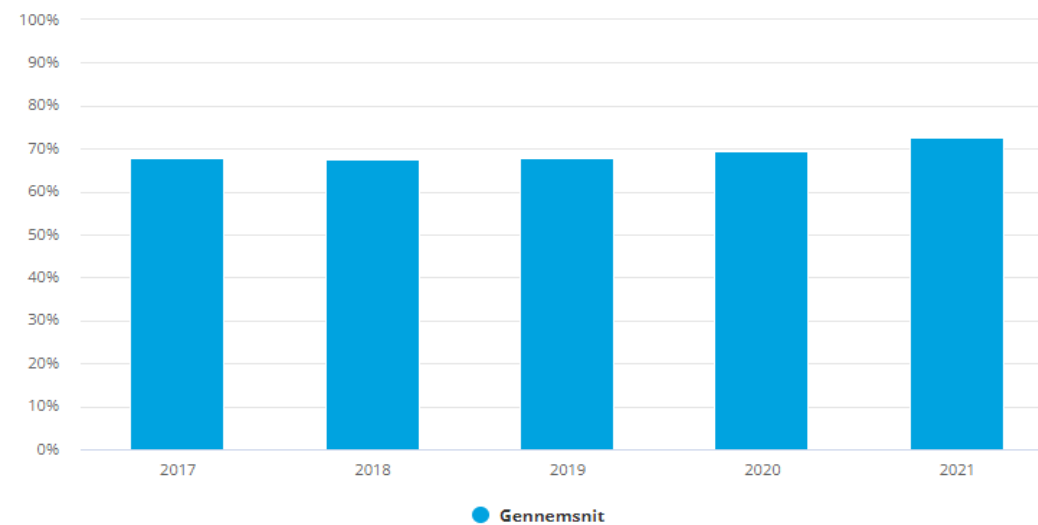
### Soliditet:

Branchens soliditet er steget med 3,3 procentpoint og er næsten på niveau med 2019 igen, hvilket viser, at pandemien har vist sig kun at have en midlertidig effekt på soliditeten. Med en gennemsnitlig soliditet på over 50% står branchen finansielt stærkt.



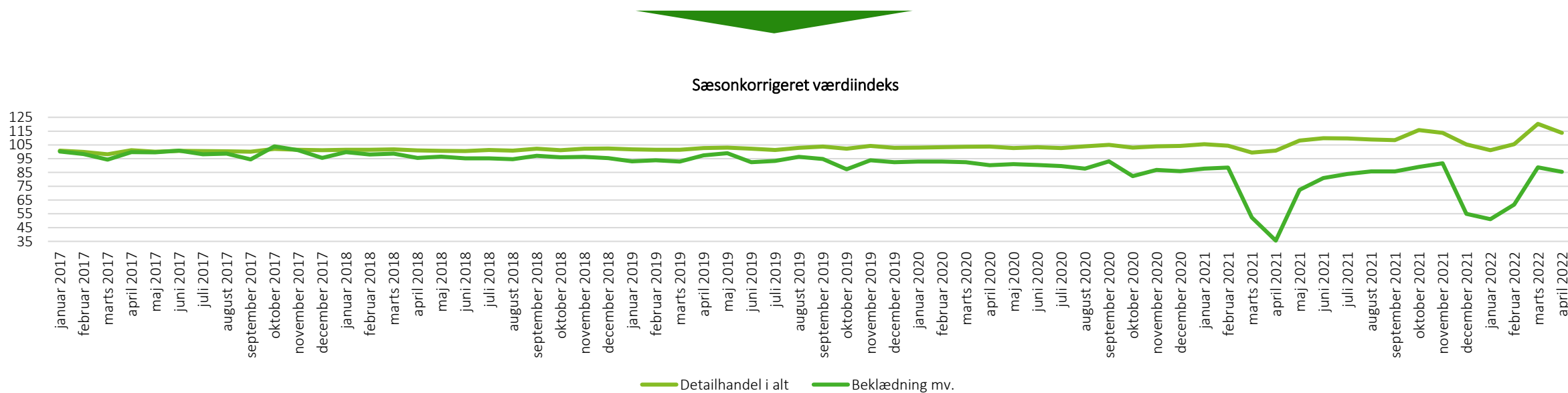
### Andel med overskud:

Andelen af engrosforhandlere med overskud er steget og ligger på det højeste niveau i mange år. Mere end 70% af selskaberne i branchen har overskud.



# Makro – økonomiske forhold

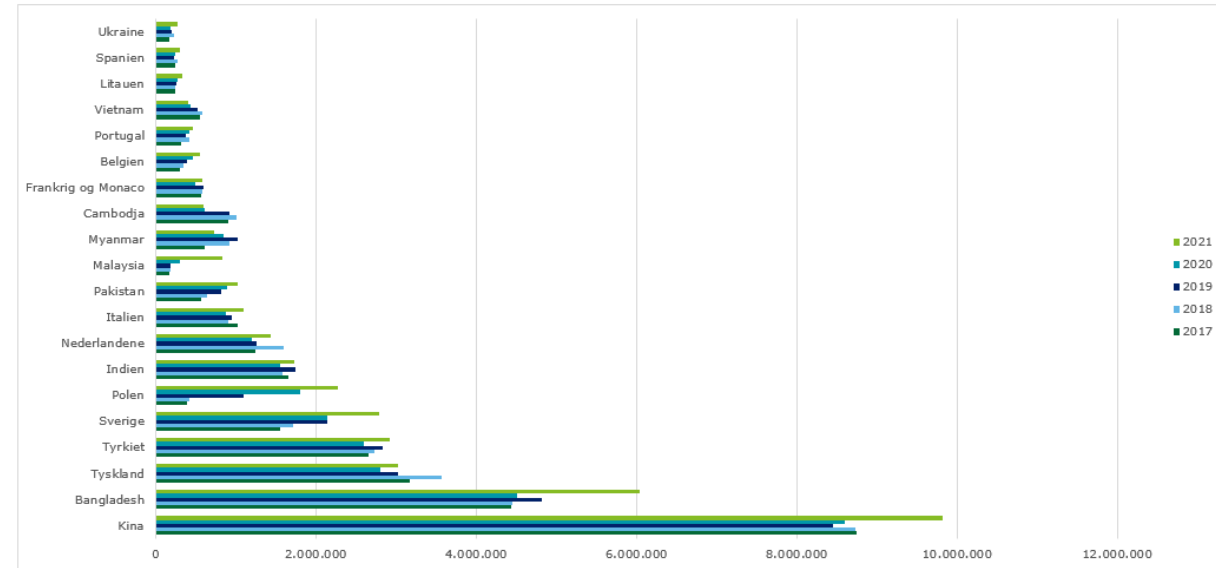
Fashionindustrien er følsom overfor konjunkturerudsving, internationale kriser og forbrugernes rådighedsbeløb



# Import / Eksport

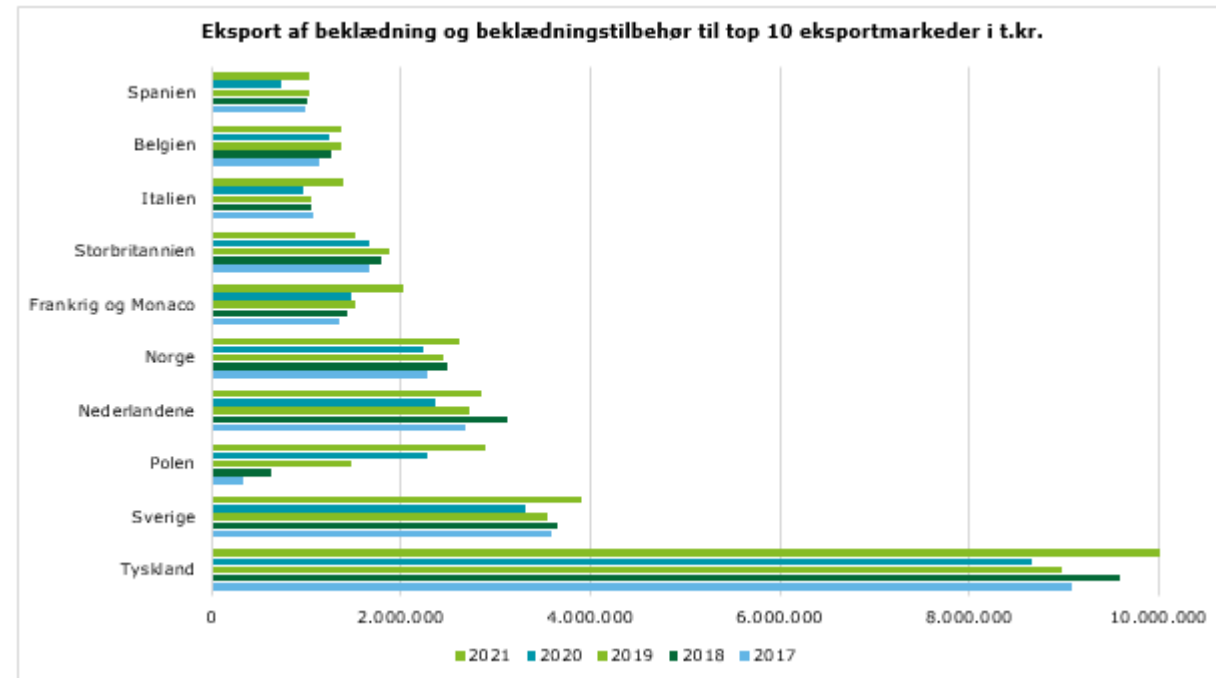
## Import:

Langt størstedele af produktionen sker stadig i Kina og Bangladesh.



## Eksport:

Tyskland er stadig vores væsentligste eksportmarked.





# Opsummering

Hvad tager vi med videre fra 2021/22?

# Opsummering

Mange udfordringer i sigte...

