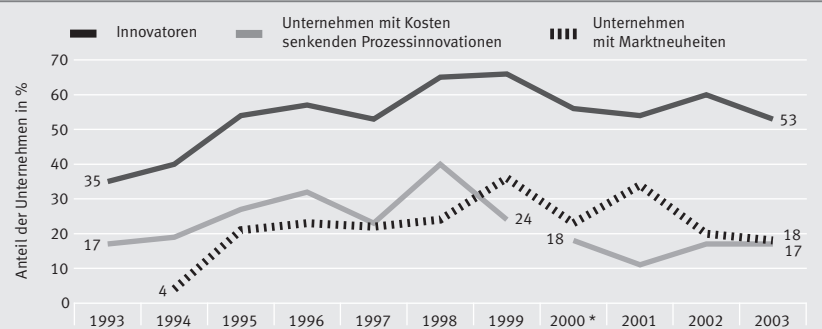


Innovationsreport: Textil-, Bekleidungs- und Lederindustrie

Im Textil-, Bekleidungs- und Ledergewerbe (Textilindustrie) ist der Innovatorenanteil im Jahr 2003 wieder gesunken. Der Anteil von Unternehmen mit Marktneuheiten ist ebenfalls zurückgegangen, während der Anteil an Unternehmen mit Kosten senkenden Prozessinnovationen konstant geblieben ist. Die Innovationsaufwendungen sind hingegen gestiegen.

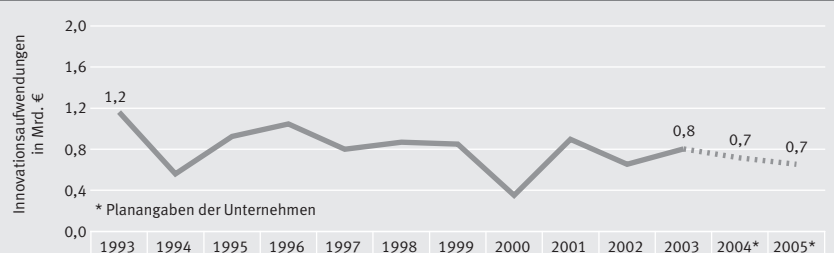
Nachdem die Unternehmen der deutschen Wirtschaft im Jahr 2002 aufgrund der anhaltenden Wachstumsschwäche die Durchführung von Innovationsaktivitäten deutlich verringert hatten, kam es im Jahr 2003 zu einem leichten Anstieg des Innovatorenanteils im verarbeitenden Gewerbe (2003: 59% gegenüber 2002: 58%). Vor allem der Anteil an Unternehmen mit Prozessinnovationen stieg 2003 gegenüber dem Vorjahr auf nun 35% an (2002: 30%), während der Anteil der Unternehmen mit Produktneuheiten sank. Die deutschen Industrieunternehmen versuchen, in der anhaltenden Konjunkturschwäche vor allem durch Kostensenkung und Qualitätssteigerungen ihre Kernbereiche zu stärken. Die Innovationsaufwendungen der deutschen Industrie erreichten im Jahr 2003 erneut einen Höchststand mit 71 Mrd. € gegenüber 68 Mrd. € im Jahr 2002. Dieser Anstieg ist vor allem den weiterhin kräftig in Innovationen investierenden Großunternehmen zu verdanken, die im Jahr 2003 fast 77% aller Innovationsaufwendungen im verarbeitenden Gewerbe tätigten. In den Jahren 2004 und 2005 ist mit einem weiteren leichten Anstieg der Aufwendungen auf 72 Mrd. € (2004) und knapp 74 Mrd. € (2005) zu rechnen. Wie schon im Jahr 2002 ist in der Textilindustrie eine gegenläufige Entwick-

Abbildung 1: Anteil der Innovatoren in der Textil-, Bekleidungs- und Lederindustrie (1993 bis 2003)



Lesehilfe: Im Jahr 2003 zählten 53% der Unternehmen der Branche zu den innovativen Unternehmen. 17% der Unternehmen führten Kosten senkende Prozessinnovationen ein. 18% der Unternehmen haben 2002 mindestens eine Marktneuheit angeboten. * Werte für Unternehmen mit Kostenreduktion ab 2000 mit den Vorjahren nicht mehr vergleichbar.
Quelle: ZEW (2005): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2004.

Abbildung 2: Innovationsaufwendungen in der Textil-, Bekleidungs- und Lederindustrie (1993 bis 2005)



Lesehilfe: Im Jahr 2003 gaben die Unternehmen der Branche 0,8 Mrd. € für Innovationsprojekte aus. Für das Jahr 2004 planen sie mit Innovationsaufwendungen in Höhe von 0,7 Mrd. €.
Quelle: ZEW (2005): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2004.

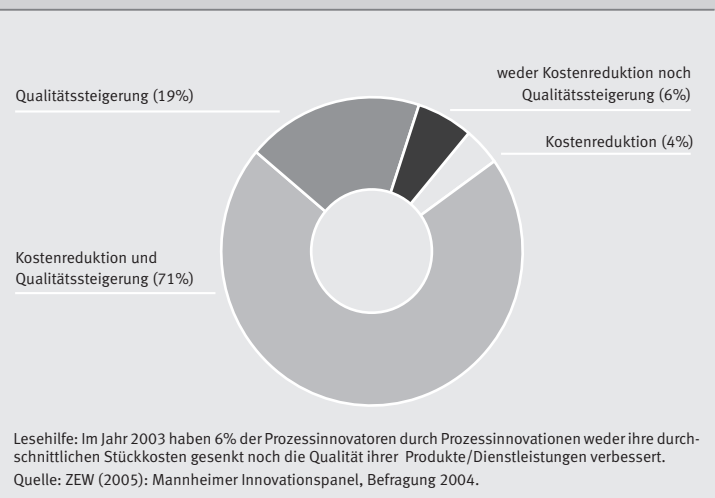
lung zum übrigen verarbeitenden Gewerbe zu beobachten. Während der Innovatorenanteil im gesamten verarbeitenden Gewerbe leicht anstieg, sank dieser in der Textilindustrie. Dabei ist der Anteil der Unternehmen mit Kosten senkenden Prozessinnovationen im Jahr 2003 gegenüber 2002 konstant geblieben und liegt unverändert bei 17%. Die Innovationsaufwendungen stiegen um 100 Mio. € auf 800 Mio. € im Jahr 2003. Für die Jahre 2004 und 2005 prognostizierten die Unternehmen Inno-

ventionsausgaben in Höhe von rund 700 Mio. €. Trotz der stagnierenden Konsumgüterkonjunktur und einer sinkenden Produktion blickt der Gesamtverband der deutschen Textil- und Modeindustrie dennoch positiv in die kommenden Jahre. Der Hauptgrund hierfür ist in den erwarteten Exportzuwächsen zu sehen. Es scheint, als ob die Textilunternehmen 2003 freigewordene Kapazitäten aufgrund des Produktionsrückgangs für innovative Projekte genutzt haben.

Prozessinnovationen häufig Kosten senkend

In der Textilindustrie haben 22% der Unternehmen Prozessinnovationen eingeführt. Von den Prozessinnovatoren haben 2003 etwa 75% durch innovative Prozesse ihre Kosten reduziert. Allerdings spielt auch die Qualität in der Textilindustrie, wie in anderen Konsumgüterbranchen eine große Rolle. 90% der Unternehmen gaben an, mit Prozessinnovationen die Qualität der Erzeugnisse verbessert zu haben. 71% der Unternehmen, und damit die klare Mehrheit, erzielten beide Effekte. 6% der Prozessinnovatoren führten neue Prozesse und Verfahren ein, die weder zu Kostenersparnissen noch zu Qualitätssteigerungen führten. Solche Innovationen dienen beispielsweise dazu, den Produktionsprozess sicherer flexibler zu gestalten (z.B. durch den Einsatz von IT-Systemen in der Produktion) oder die Durchlaufzeiten und damit die Lieferzeit zu verkürzen.

Abbildung 3: Effekte von Prozessinnovationen in der Textilindustrie (2003)



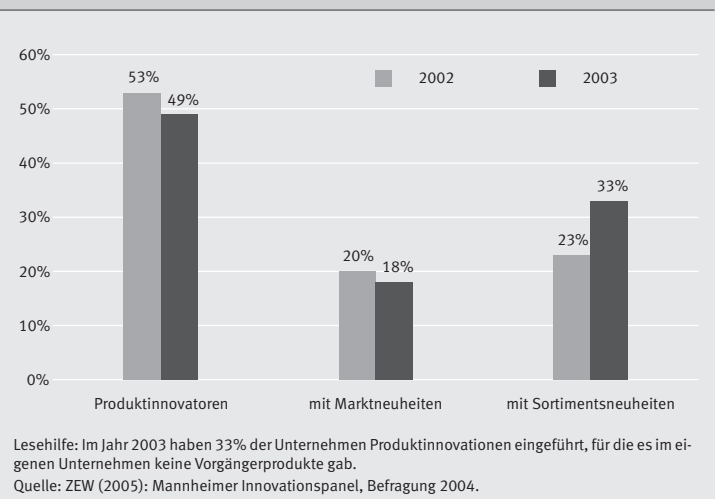
Hoher Anteil an Sortimentsneuheiten

Knapp die Hälfte der Unternehmen (49%) und damit 4 Prozentpunkte weniger als 2002 führten 2003 neue Produkte ein. Dabei sank der Anteil der Unternehmen mit originären Produktneuheiten leicht von 20% im Jahr 2002 auf 18% im Jahr 2003. Deutlich gestiegen ist hingegen der Anteil der Unternehmen mit Sortimentsneuheiten, d.h. Produktinnovationen, für die es im eigenen Unternehmen kein Vorgängerprodukt gab (von 23% im Jahr 2002 auf 33% im Jahr 2003).

Ein steigender Anteil an Sortimentsneuheiten bedeutet oft, dass die Unternehmen versuchen, in neue Absatzmärkte einzudringen.

Gerade im Hinblick auf die Binnenkonjunktur ist es notwendig, sich von einzelnen Nachfragegruppen zu lösen, beziehungsweise unabhängiger zu werden und neue Zielgruppen zu erschließen.

Abbildung 4: Arten von Produktinnovationen in der Textilindustrie (2003 und 2004)

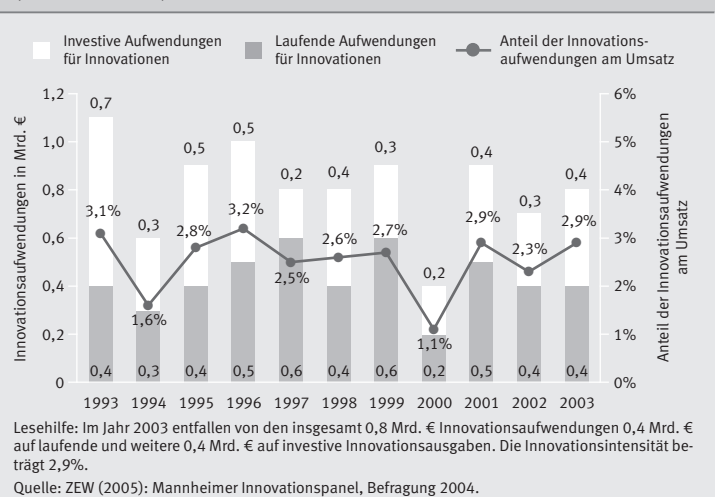


Innovationsintensität wieder angestiegen

Die Innovationsintensität (der Anteil der Innovationsaufwendungen am Umsatz) stieg 2003 um 0,6 Prozentpunkte auf 2,9% an und liegt wieder auf dem gleichen Niveau wie 2001. Die Innovationsausgaben haben sich leicht erhöht und liegen im Jahr 2003 bei ca. 800 Mio. € (2002: 700 Mio. €). Dieser leichte Anstieg ist durch einen Anstieg der investiven Innovationsausgaben begründet, während die laufenden Innovationsausgaben gegenüber dem Vorjahr mit etwa 400 Mio. € konstant blieben.

Zum Innovationsbudget trugen in dieser Branche, entgegen den meisten anderen Branchen des verarbeitenden Gewerbes, vor allem die kleinen und mittleren Unternehmen (Unternehmen mit weniger als 500 Beschäftigten) bei: Ihre Innovationsaufwendungen machten 70% aller Innovationsaufwendungen der betrachteten Branche aus.

Abbildung 5: Innovationsaufwendungen in der Textilindustrie (1993 bis 2003)



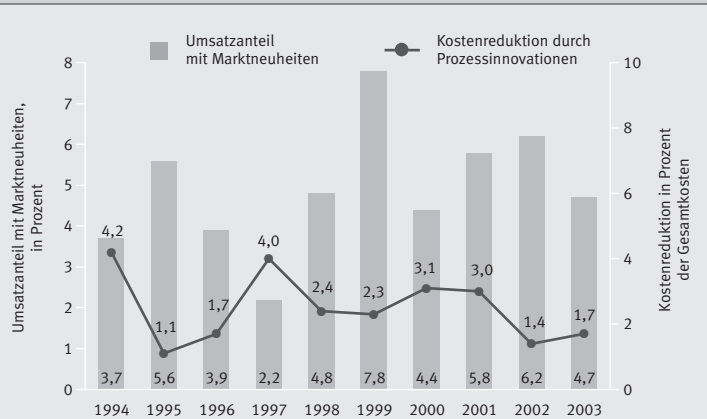
Umsatzanteil mit Marktneuheiten zurückgegangen

Der Umsatzanteil mit Marktneuheiten ist 2003 im Vergleich zum Vorjahr deutlich gesunken und beträgt 4,7%. Damit ist der Umsatzanteil mit Marktneuheiten so niedrig wie seit 2 Jahren nicht mehr.

Obwohl in der Textilindustrie der Anteil der Unternehmen, die 2003 im Vergleich zu 2002 Kosten reduzierende Prozessinnovationen eingeführt hatten, konstant geblieben war, erhöhte sich der Kostenreduktionsanteil im Jahr 2003 leicht von 1,4% auf 1,7%. Im Vergleich zu den Jahren von 1997 bis 2001 liegt der Reduktionseffekt aber weiterhin auf einem niedrigen Niveau.

Auch im Vergleich zu anderen Industriebranchen ist der Rationalisierungseffekt von Prozessinnovationen sehr gering: Keine andere Branche des verarbeitenden Gewerbes weist im Jahr 2003 eine geringere Kostenreduktionsanteil auf.

Abbildung 6: Umsatzanteile mit Marktneuheiten und Kostenreduktion in der Textilindustrie (1994 bis 2003)



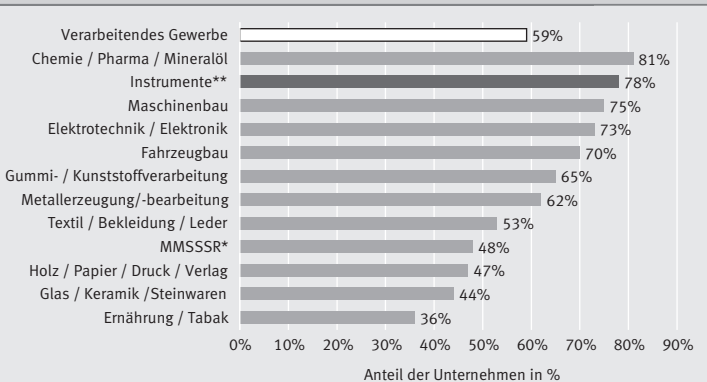
Lesehilfe: Im Jahr 2003 liegt der Umsatzanteil, den die Unternehmen der Branche mit Marktneuheiten erwirtschafteten, bei 4,7%. Durch Prozessinnovationen sparten die Unternehmen 1,7% der Kosten ein. Quelle: ZEW (2005): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2004.

Beim Innovatorenanteil zurückgefallen

Die Textilindustrie hat hinsichtlich des Innovatorenanteils im Vergleich zum Vorjahr zwei Plätze innerhalb der Branchen des verarbeitenden Gewerbes eingebüsst. Mit einem Innovatorenanteil von 53% konnte die Branche im Jahr 2003 lediglich den 8. Platz belegen. Damit liegt die Textilindustrie deutlich unterhalb des industriellen Mittelwertes (59%). Allerdings wiesen andere Konsumgüterbranchen, wie z.B. das Ernährungs- und Tabakgewerbe, 2003 ebenfalls einen deutlich geringeren Innovatorenanteil auf als noch im Vorjahr, was auf die generell schwache Entwicklung der privaten Nachfrage zurückzuführen ist.

Insgesamt hat sich im Jahr 2003 die Schere zwischen den innovativsten und den weniger innovativen Branchen nicht weiter vergrößert, sie ist allerdings auch nicht zurückgegangen.

Abbildung 7: Innovatorenanteil in ausgewählten Branchen des verarbeitenden Gewerbes (2003)



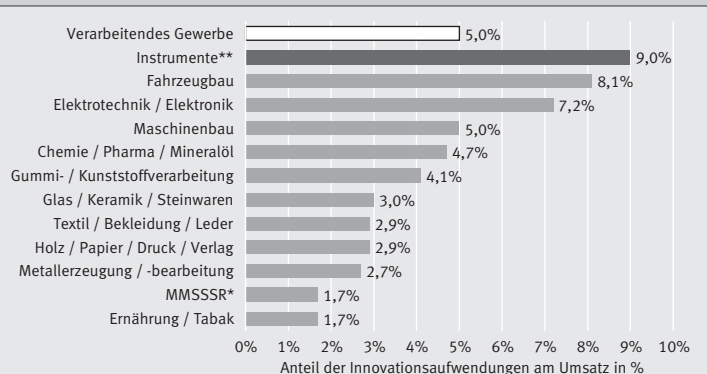
*MMSSSR: Möbel, Musikinstrumente, Schmuck, Spielwaren, Sportgeräte, Recycling
 ** Instrumente: Medizin-, Mess-, Steuer- und Regelungstechnik, Optik
 Lesehilfe: 53% der Unternehmen in der Textilindustrie führten im Jahr 2003 Innovationen ein. Quelle: ZEW (2005): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2004.

Bei Innovationsintensität im hinteren Mittelfeld

Nach dem leichten Anstieg der Innovationsintensität im Jahr 2003 liegt die Textilindustrie mit der Holzindustrie zusammen nun auf dem 8. Platz unter allen im verarbeitenden Gewerbe betrachteten Branchen. Mit einer Innovationsintensität von 2,9% in der Textilindustrie gegenüber 5,0% im industriellen Mittel ist der Abstand nahezu unverändert gegenüber dem Vorjahr geblieben. Gegenüber dem Spitzenreiter, der Medizin-, Mess-, Steuer- und Regelungstechnik, Optik, beträgt die Innovationsintensität in der Textilindustrie allerdings nur etwa ein Drittel.

Hieran zeigt sich, dass erfolgreiche Innovationsaktivitäten in einer Branche maßgeblich von den Innovationsausgaben abhängen: Die fünf Branchen mit dem niedrigsten Anteil an innovativen Unternehmen wiesen 2003 auch die geringste Innovationsintensität auf.

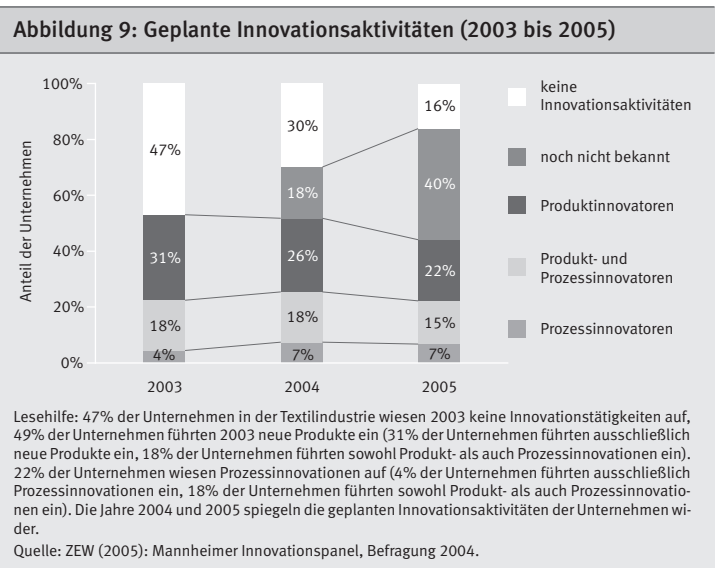
Abbildung 8: Innovationsintensität in ausgewählten Branchen des verarbeitenden Gewerbes (2003)



*MMSSSR: Möbel, Musikinstrumente, Schmuck, Spielwaren, Sportgeräte, Recycling
 ** Instrumente: Medizin-, Mess-, Steuer- und Regelungstechnik, Optik
 Lesehilfe: Die Textilindustrie gab im Jahr 2003 2,3% ihres Umsatzes für Innovationsprojekte aus. Quelle: ZEW (2005): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2004.

Anstieg des Innovatorenanteils wahrscheinlich

Im Jahr 2003 lag der Innovatorenanteil in der Textilindustrie bei 53%. Zum Befragungszeitpunkt (Frühjahr 2004), waren sich bereits wieder 51% der Unternehmen sicher, dass sie 2004 innovativ tätig sein würden. Darüber hinaus waren sich 18% der Unternehmen noch unentschieden, ob sie 2004 innovieren werden (Verarbeitendes Gewerbe: 20%). Das bedeutet, dass der Innovatorenanteil 2004 im Vergleich zu 2003 zumindest konstant bleiben wird. Wahrscheinlicher ist allerdings, dass er ansteigen wird, da sich die konjunkturellen Rahmenbedingungen im Lauf des Jahres 2004 verbessert haben. Für 2005 planten zum Befragungszeitpunkt ebenfalls 42% der Unternehmen fest mit innovativen Tätigkeiten. Der Anteil der „Unentschiedenen“ lag bei 40% und damit höher als im Durchschnitt des verarbeitenden Gewerbes (31%).



Anstieg der Nachfrage und Erhöhung des Gewinns wichtig für die Ausweitung von Innovationsaktivitäten

Aufgrund der anhaltenden Wachstumsschwäche in Deutschland und in der EU und der unsicheren wirtschaftlichen Lage sehen die Unternehmen im verarbeitenden Gewerbe die Stimulation der Nachfrage, sowie die Erhöhung des Gewinns/Cash Flows als wichtigste Voraussetzungen für eine Ausweitung ihrer Innovationsaktivitäten.

Dies gilt auch für die Textilbranche, die in erster Linie Konsumgüter produziert. 87% der befragten Unternehmen sehen eine Erhöhung der Nachfrage als eine notwendige Voraussetzung für die Ausweitung ihrer Innovationsaktivitäten an. Gerade durch den lebhaften Wettbewerb in den Konsumgüter produzierenden Branchen arbeiten viele Unternehmen mit sehr geringen Margen. Da Innovationsprojekte aber meist aus dem Cashflow finanziert werden, sind Gewinne für die Durchführung von Innovationsaktivitäten notwendig (72% der Unternehmen).



Das Textil-, Bekleidungs- und Ledergewerbe (kurz: Textilindustrie) umfasst die Spinnstoffaufbereitung und die Spinnereiproduktion, die Webereiproduktion, die Herstellung von gewirkten Stoffen und Fertigerzeugnissen, die Textilveredlung, die Herstellung von Bekleidung sowie die Ledererzeugung und -verarbeitung. Die Branche beschäftigt rund 197.000 Personen.

Definitionen und Abgrenzungen der Innovationsvariablen sowie weitere Zahlen zu Ihrer Branche finden Sie unter: www.zew.de/branchen

Das Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), Mannheim, untersucht seit 1993 im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (bmb+f) in Zusammenarbeit mit ifas, Institut für angewandte Sozialwissenschaft Bonn, das Innovationsverhalten der deutschen Wirtschaft. Ein repräsentativer Querschnitt von rund 4.500 Unternehmen gibt jährlich zu seinen Innovationsaktivitäten und -strategien Auskunft. Zusätzlich werden rund 4.000 Unternehmen in einer Non-Response Analyse zu ihren Innovationsaktivitäten befragt, um für mögliche Verzerrungen im Teilnahmeverhalten zwischen innovierenden und nicht-innovierenden Unternehmen zu kontrollieren. Die Angaben werden hochgerechnet auf die (für das Jahr 2003 vorläufige) Grundgesamtheit in Deutschland. Die Werte für 2002 und 2003 sind vorläufig.



Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH

IMPRESSUM

ZEW Branchenreport Innovationen, erscheint jährlich.
Herausgeber: Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW) Mannheim, L 7, 1 · 68161 Mannheim · Postanschrift: Postfach 10 34 43 · 68034 Mannheim · Internet: www.zew.de
 Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Wolfgang Franz (Präsident)
Redaktion: Heide Löhlein, Telefon 0621/1235-179, Telefax 0621/1235-170, E-Mail: loehlein@zew.de
Projektteam: Dr. Christian Rammer, Birgit Aschhoff, Thorsten Doherr, Sandra Gottschalk, Heide Löhlein, Bettina Peters, Tobias Schmidt
Nachdruck und sonstige Verbreitung (auch auszugsweise): mit Quellenangabe und Zusendung eines Belegexemplars
 © Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW), Mannheim, 2005
 Weitere Informationen: www.zew.de/innovation