

Innovationsreport: Textil-, Bekleidungs- und Lederindustrie

Die Indikatoren zur Innovationstätigkeit in der Textil-, Bekleidungs- und Lederindustrie zeigten im Jahr 2006 überwiegend steil nach oben. Der Innovatorenanteil stieg kräftig auf 58% (Vorjahr: 47%). Insbesondere der Anteil der Unternehmen mit Marktneuheiten (d.h. originär neuen Produkten) legte von 17 auf 22% zu. Der Umsatzanteil mit Produktneuheiten stieg merklich von 16% auf 23% an. Auch der Umsatzanteil mit origi-

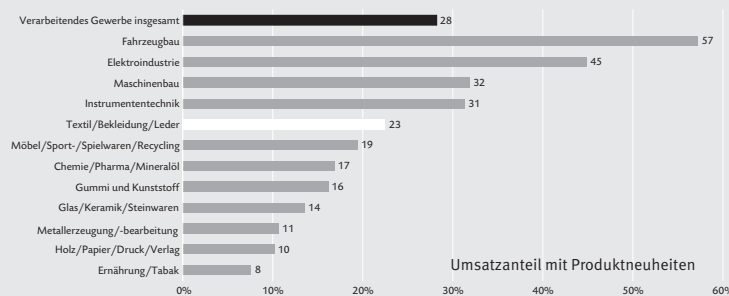
nären Produktinnovationen erreichte mit 7,9% einen sehr hohen Wert. Die prozessinnovationsbedingten Kostenreduktionen lagen mit 3,1% dagegen leicht unter dem Vorjahreswert (3,3%).

Die Innovationsaufwendungen stiegen 2006 auf 0,84 Mrd. €, das ist der höchste Wert seit fünf Jahren. Die Innovationsintensität, d.h. der Anteil der Innovationsaufwendungen am Umsatz, erreichte mit 3,1% sogar ein 10-Jahres-Hoch. Für

2007 und 2008 sind weitere Steigerungen der Innovationsaufwendungen auf 0,88 Mrd. € bzw. 1,03 Mrd. € geplant.

Insgesamt waren im Jahr 2006 59% der Unternehmen in der Textil- und Bekleidungsindustrie innovativ tätig. Für 2007 und 2008 gingen 48 bzw. 42% der Unternehmen im Frühjahr 2007 bereits sicher davon aus, innovativ tätig zu sein. Der Anteil der noch Unentschiedenen war mit 22 bzw. 23% noch recht hoch.

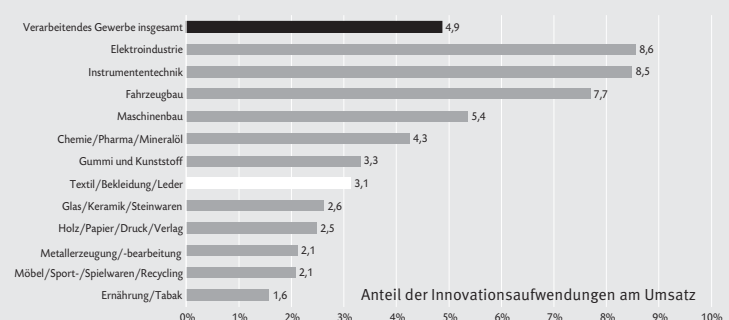
Umsatzanteil mit Produktneuheiten nach Branchen des verarbeitenden Gewerbes im Jahr 2006



Lesehilfe: In der Textilindustrie werden 23% des Umsatzes mit Produktneuheiten generiert. Saisonale und ästhetische Veränderungen von Produkten zählen dabei nicht als Produktinnovationen.
Quelle: ZEW/ISI (2008): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2007.

- In der Textilindustrie wurden im Jahr 2006 23% des Umsatzes mit Produktneuheiten generiert, d.h. mit Produkten die nicht älter als 3 Jahre sind. Dieser Anteil lag 6 Prozentpunkte unter dem Industriemittel.
- Der Fahrzeugbau lag auf Platz eins noch vor der Elektroindustrie und dem Maschinenbau.
- Der im Vergleich zum Durchschnitt des verarbeitenden Gewerbes etwas niedrigere Umsatzanteil mit Produktneuheiten spiegelt die sich eher langsamer sich verändernden Abnehmerpräferenzen sowie die geringeren technologischen Möglichkeiten für Innovationen wider.

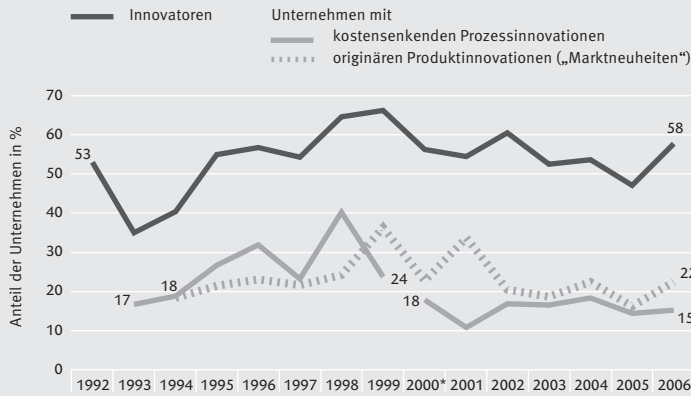
Innovationsintensität im verarbeitenden Gewerbe im Jahr 2006



Lesehilfe: Die Unternehmen der Textil-, Bekleidungs- und Lederindustrie gaben im Jahr 2006 3,1% ihres Umsatzes für Innovationsprojekte aus.
Quelle: ZEW/ISI (2008): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2007.

- Nach einem Rückgang der Innovationsintensität (Anteil der Innovationsaufwendungen am Umsatz) im Vorjahr konnte sich die Textil-, Bekleidungs- und Lederindustrie im Berichtsjahr auf 3,1% steigern. Sie lag damit im Branchenranking des verarbeitenden Gewerbes auf Platz sieben.
- Der Abstand zur durchschnittlichen Innovationsintensität in der deutschen Industrie von 4,9% ist jedoch weiterhin beträchtlich.
- Der Durchschnittswert wird vor allem von der Elektroindustrie (8,6%) der Instrumententechnik (8,5%) und dem Fahrzeugbau (7,7%) in die Höhe getrieben.

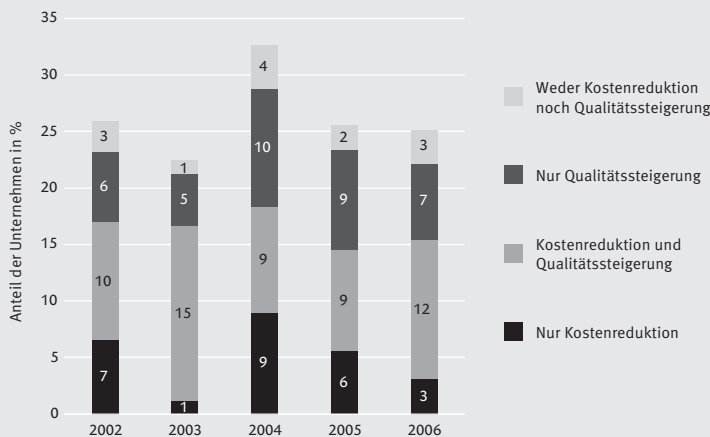
Anteil der Innovatoren in der Textil-, Bekleidungs- und Lederindustrie 1992-2006



Lesehilfe: Im Jahr 2006 konnten 58% der Unternehmen der Textilindustrie erfolgreich neue Produkte oder Prozesse einführen. 15% der Unternehmen führten kostensenkende Prozessinnovationen ein, 22% der Unternehmen haben 2006 mindestens eine Marktneuheit angeboten. *Werte für Unternehmen mit Kostenreduktion ab 2000 mit den Vorjahren nur eingeschränkt vergleichbar.
Quelle: ZEW/ISI (2008): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2007.

- Der Innovatorenanteil verzeichnete nach einem Rückgang im Vorjahr im Jahr 2006 wieder einen kräftigen Anstieg und betrug 58% (Vorjahr: 47%). Damit konnte die seit 2002 insgesamt rückläufige Tendenz unterbrochen werden.
- Der Anteil der Unternehmen mit Marktneuheiten ist von 17% im Jahr 2005 auf 22% im Jahr 2006 ebenfalls deutlich gestiegen.
- Der Anteil der Unternehmen, die mit Prozessinnovationen ihre Kosten senken konnten, verzeichnete dagegen nur einen geringfügigen Anstieg von 14% (2005) auf 15% (2006).

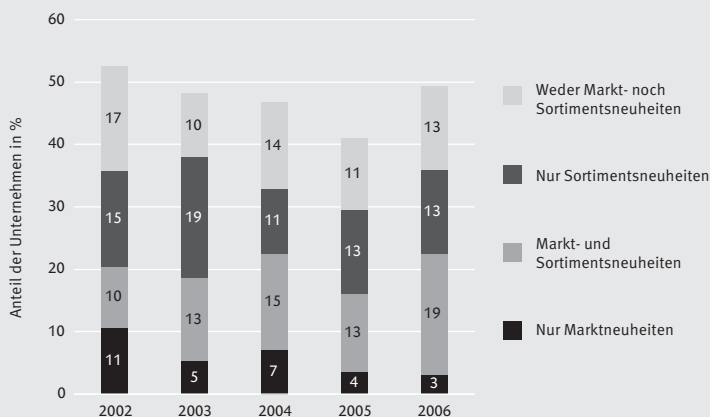
Effekte von Prozessinnovationen in der Textil-, Bekleidungs- und Lederindustrie 2002-2006



Lesehilfe: Im Jahr 2006 haben 12% der Unternehmen durch Prozessinnovationen sowohl ihre durchschnittlichen Stückkosten gesenkt als auch die Qualität ihrer Produkte/Dienstleistungen verbessert.
Quelle: ZEW/ISI (2008): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2007.

- Im Jahr 2006 führten 25% der Unternehmen neue Prozesse ein. Das war ein Prozentpunkt weniger als im Jahr 2005.
- Der Anteil der Unternehmen, die Kostenreduktionen realisieren konnten, blieb mit 15% im Jahr 2006 gegenüber dem Vorjahr nahezu unverändert.
- Der Anteil der Unternehmen, die Qualitätssteigerungen erzielen konnten, verzeichnete mit 19% eine leichte Steigerung gegenüber dem Vorjahr.
- 12% der Unternehmen konnten im Berichtsjahr sowohl die Qualität steigern als auch die Kosten senken. Das sind 3 Prozentpunkte mehr als im Vorjahr.

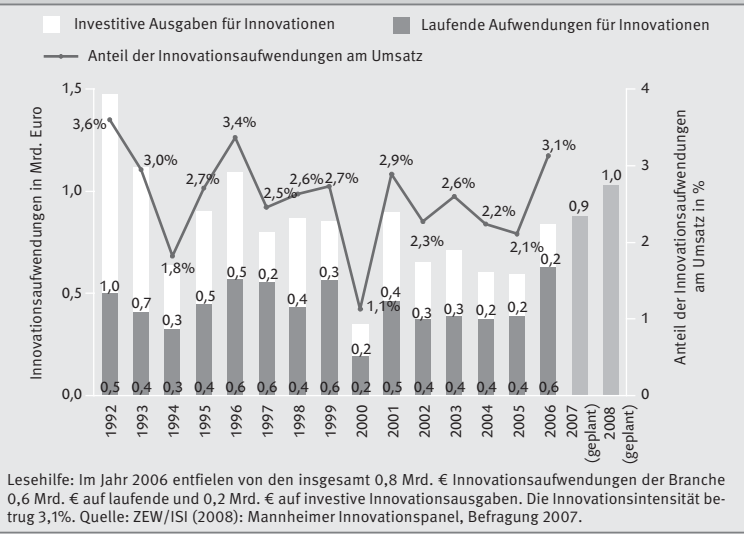
Arten von Produktinnovationen in der Textil-, Bekleidungs- und Lederindustrie 2002-2006



Lesehilfe: Im Jahr 2006 haben 19% der Unternehmen Produktinnovationen eingeführt, für die es im eigenen Unternehmen keine Vorgängerprodukte gab („Sortimentsneuheiten“) und die gleichzeitig noch von keinem anderen Unternehmen im Markt angeboten wurden („Marktneuheiten“).
Quelle: ZEW/ISI (2008): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2007.

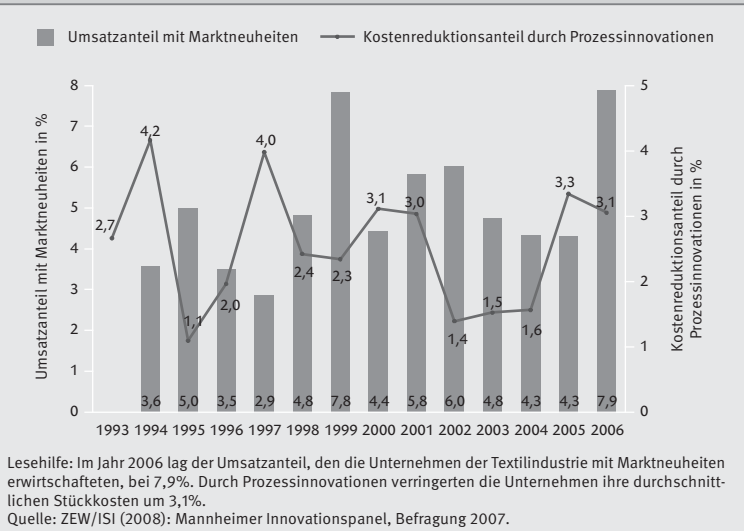
- Der Anteil der Produktinnovatoren war von 2002 bis 2005 kontinuierlich rückläufig. Im Jahr 2006 konnte dieser Trend mit einer Steigerung von 41% (2005) auf 48% (2006) gebrochen werden.
- Nach einem Rückgang im Vorjahr stieg der Anteil der Unternehmen mit Marktneuheiten im Berichtsjahr auf 22% an.
- Auch der Anteil der Unternehmen mit Sortimentsneuheiten konnte 2006 einen kräftigen Anstieg von 26% im Jahr 2005 auf 32% verzeichnen.
- Der Anteil der Unternehmen, die sowohl mit Marktneuheiten als auch mit Sortimentsneuheiten erfolgreich waren, ist ebenfalls angestiegen und betrug 2006 19% (Vorjahr: 13%).

Innovationsaufwendungen in der Textil-, Bekleidungs- und Lederindustrie 1992-2008



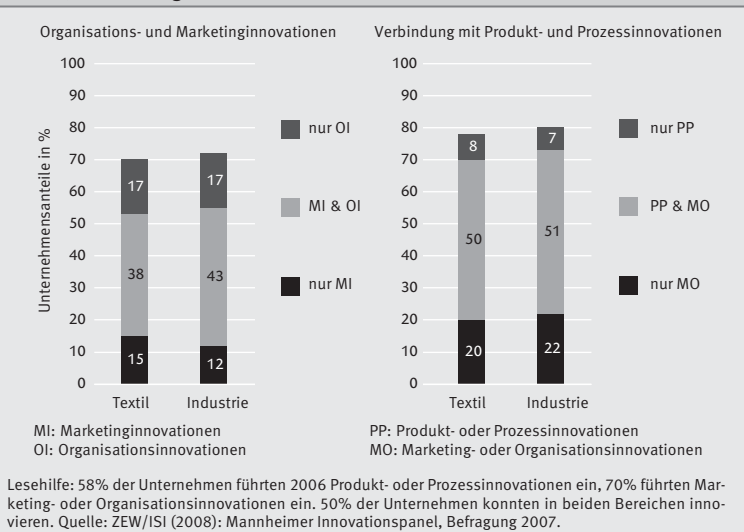
- Die Innovationsaufwendungen sind nach einem Rückgang in den Jahren 2004 und 2005 wieder gestiegen und betragen 0,84 Mrd. €.
- Die laufenden Innovationsaufwendungen stiegen 2006 auf 0,63 Mrd. €. Die investiven Aufwendungen für Innovationen blieben mit 0,21 Mrd. € gegenüber dem Vorjahr nahezu konstant.
- Auch der Anteil des Umsatzes, der für Innovationsaktivitäten bereitgestellt wurde („Innovationsintensität“), legte im Berichtsjahr wieder kräftig zu und stieg auf 3,1%. Zuletzt wurde 1996 ein höherer Wert verzeichnet.
- Für die Folgejahre planen die Unternehmen weitere kräftige Steigerungen der Innovationsaufwendungen auf 0,88 Mrd. € (2007) und 1,03 Mrd. € (2008).

Umsatzanteil mit Marktneuheiten und Kostenreduktionsanteil in der Textil-, Bekleidungs- und Lederindustrie 1993-2006



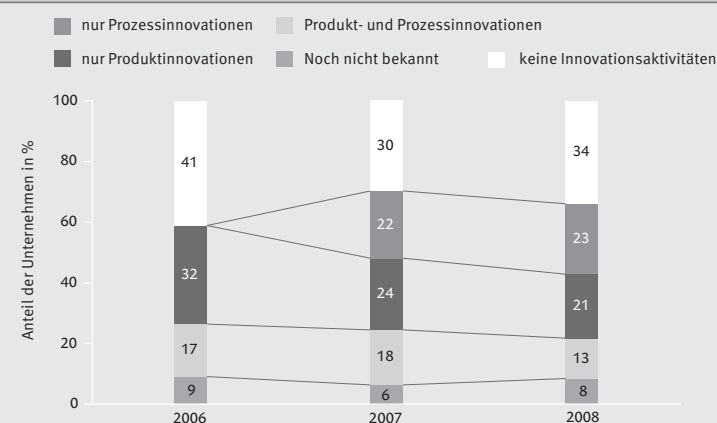
- Prozessinnovationen in der Textil-, Bekleidungs- und Lederindustrie haben 2006 zu Kostenreduktionen von durchschnittlich 3,1% geführt. Dies stellt gegenüber dem Vorjahr einen leichten Rückgang um 0,2 Prozentpunkte dar. Im langfristigen Vergleich ist dies gleichwohl ein hoher Wert.
- Nachdem der Umsatzanteil mit Marktneuheiten seit 2002 kontinuierlich gefallen war, erreichte er im Berichtsjahr einen rekordverdächtigen Wert von 7,9%. Nur 1999 wurde ein ebenso hoher Umsatzanteil mit originären Produktinnovationen erzielt.
- Die Ertragsituation der Textil-, Bekleidungs- und Lederindustrie wurde 2006 innovationsseitig vor allem durch den Absatz von Marktneuheiten gestützt.

Marketing- und Organisationsinnovationen in der Textil-, Bekleidungs- und Lederindustrie 2006



- Der Anteil der Unternehmen, die Marketing- oder Organisationsinnovationen einführten, lag 2006 bei 71%.
- 53% der Unternehmen führten Marketinginnovationen ein, 56% Organisationsinnovationen. 38% der Unternehmen innovierten in beiden Bereichen.
- Nimmt man Marketing- und Organisationsinnovationen sowie Produkt- und Prozessinnovationen zusammen, so lag der Anteil der innovativen Unternehmen bei 78%. Das entspricht in etwa dem Industriemittel. Nur 8% der Unternehmen führten Produkt- und Prozessinnovationen ein, ohne gleichzeitig Marketing- und Organisationsinnovationen umgesetzt zu haben.

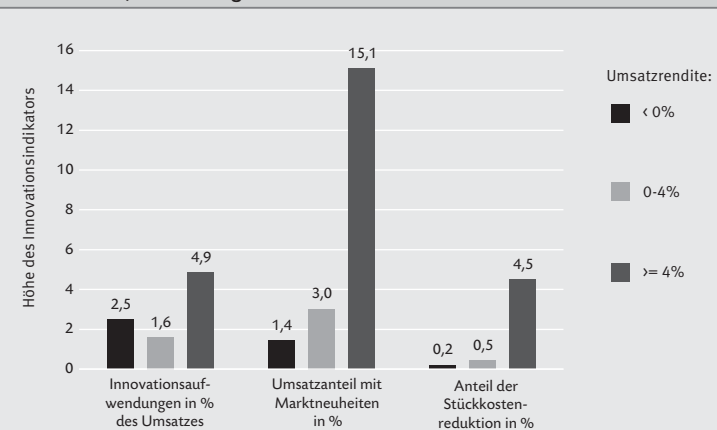
Geplante Innovationsaktivitäten in der Textil-, Bekleidungs- und Lederindustrie 2007 und 2008



Lesehilfe: 41% der Unternehmen in der Textil-, Bekleidungs- und Lederindustrie waren 2006 nicht innovativ tätig. Im Frühjahr 2007 planten 30% der Unternehmen, im Jahr 2007 keine Innovationsaktivitäten durchzuführen, 22% waren noch unsicher. 24% wollten ausschließlich Produktinnovationen, 6% ausschließlich Prozessinnovationen und 18% sowohl Produkt- als auch Prozessinnovationen vorantreiben. Quelle: ZEW/ISI (2008): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2007.

- 59% der Unternehmen der Textil- und Bekleidungsindustrie waren 2006 innovativ tätig. Hierzu zählten neben den erfolgreichen Innovatoren auch Unternehmen mit noch laufenden oder abgebrochenen Innovationsaktivitäten.
- 48% der Unternehmen gingen sicher davon aus, im Jahr 2007 innovativ tätig zu werden. Für 2008 liegt diese Quote bei 42%.
- Der Anteil der noch unsicheren ist mit 22% (2007) und 23% (2008) im Vergleich zu anderen Branchen des verarbeitenden Gewerbes sehr hoch.
- Während sich 2007 eine in etwa konstante Innovationsbeteiligung abzeichnet, könnte sie 2008 wieder leicht fallen.

Benchmarking: Umsatzrendite und Innovationsaktivitäten in der Textil-, Bekleidungs- und Lederindustrie 2006



Lesehilfe: Unternehmen mit einer Umsatzrendite von weniger als 0% wendeten 2,5% ihres Umsatzes für Innovationen auf, Unternehmen mit einer Umsatzrendite von 0-4% wendeten 1,6% ihres Umsatzes für Innovationen auf. Bei Unternehmen mit einer Umsatzrendite von mehr als 4% betragen die Aufwendungen 4,9% des Umsatzes. Quelle: ZEW/ISI (2008): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2007.

- In allen Bereichen zeigen die Unternehmen der höchsten Renditeklasse die höchsten Innovationsindikatoren.
- Dies gilt besonders für den Umsatzanteil mit Marktneuheiten. Dieser betrug 15,1% für die Gruppe mit einer Umsatzrendite von 4% und mehr. Marktneuheiten scheinen in der Branche beinahe ein Garant für hohe Renditen zu sein.
- Aber auch Rationalisierungsinnovationen tragen wesentlich zum Ergebnis bei. Die Unternehmen mit niedriger oder negativer Rendite waren kaum in der Lage, über Prozessinnovationen ihre Kosten zu senken.
- Immerhin versuchten besonders renditeschwache Unternehmen, durch recht hohe Innovationsaufwendungen (2,5% des Umsatzes) ihre Lage wieder zu verbessern.

Das Textil-, Bekleidungs- und Ledergewerbe umfasst die Spinnstoffaufbereitung und die Spinnereiproduktion, die Webereiproduktion, die Herstellung von gewirkten Stoffen und Fertigerzeugnissen, die Textilveredlung, die Herstellung von Bekleidung, die Ledererzeugung und -verarbeitung sowie die Herstellung von Schuhen. Die Branche beschäftigte in Deutschland im Jahr 2006 in Unternehmen mit 5 oder mehr Mitarbeitern rund 152.000 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 (BMBF) in Zusammenarbeit mit ifas, Institut für angewandte Sozialwissenschaft, Bonn und seit dem Jahr 2005 auch mit dem Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung (ISI), das Innovationsverhalten der deutschen Wirtschaft. Ein repräsentativer Querschnitt von etwa 5.500 Unternehmen gibt jährlich zu seinen Innovationsaktivitäten und -strategien Auskunft. Zusätzlich werden über 4.500 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 2006 vorläufige) Grundgesamtheit in Deutschland. Die Werte für 2005 und 2006 sind vorläufig.

ZEW

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, www.zew.eu
Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Wolfgang Franz (Präsident)

Redaktion: Torben Schubert, Telefon 0721 6809 357, Telefax 0721 6809 260, E-Mail: t.schubert@isi.fraunhofer.de
Heide Fier, Telefon 0621/1235-179, Telefax 0621/1235-170, E-Mail: fier@zew.de

Projektteam: Dr. Christian Rammer, Birgit Aschhoff, Prof. Dr. Knut Blind, Thorsten Doherr, Dr. Sandra Gottschalk, Heide Fier, Christian Köhler, Dr. Bettina Peters, Torben Schubert, Franz Schwiebacher

Nachdruck und sonstige Verbreitung (auch auszugsweise): mit Quellenangabe und Zusendung eines Belegexemplars

© Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW), Mannheim, 2008

Weitere Informationen: www.zew.de/innovation