

Ötscher kleidet die Industrie mit Hightech ein

Textilhersteller holt neuen Großauftrag von VW

Verena Kainrath

Wien – Dieter Götzl hat von seinem Unternehmen aus den direkten Blick auf den Ötscher. Er hat den Berg oft bestiegen und ist mit Skiern über die Firnrinnen abgefahren. Auf die Idee, die eigene Firma nach dem Ötscher zu benennen, kam sein Großvater in den 50er-Jahren. Der Name solle Langlebigkeit und Beständigkeit vermitteln. „Auch wenn es den Berg wohl länger geben wird als uns“, sagt Götzl und lächelt. Der 61-Jährige fertigt mit seinem Bruder in dritter Generation Sicherheits- und Industriebekleidung. Viele seiner Mitbewerber haben zugesperrt. Die Billigkonkurrenz aus dem Osten setzte der Textilbranche hart zu.

Ötscher beschäftigte in den 70er-Jahren 325 Mitarbeiter in fünf österreichischen Werken. Heute sind es 130 Leute in Amstetten. Überlebt hat der Betrieb durch Hightech und Ni-

schenprodukte. Kunden reichen von EVN und Umdasch bis zur internationalen Autoindustrie. VW etwa orderte heuer 150.000 Kleidungsstücke jährlich. Das Rennen um einen Großauftrag von Mercedes für 100.000 Mitarbeiter ist noch im Laufen, 30 Betriebe aus aller Welt bieten mit. Die Textilien seien hohen Strapazen ausgesetzt, sagt Götzl; sie würden stark verschmutzt und aggressiv gereinigt. Die sinkende Zahl an Arbeitern in Westeuropa schmälere die Geschäfte, mehr Ostwerke und Dienstleistungen machten das aber wett. Das Modebewusstsein in



MITTELSTAND IM FOKUS

der Industrie steige, „den durchschnittlichen internationalen Chic zu treffen ist jedoch nicht einfach.“ Götzl kleidet auch die Feuerwehr ein: Geht alles nach Plan, soll 2009 eine Jacke mit Sensoren auf den Markt kommen, die Alarm schlägt, wenn es am Brandherd lebensgefährlich wird. Die Forschungsarbeit leis-



Götzl: „Den durchschnittlichen internationalen Chic treffen.“ F.: Ötscher

tet Seibersdorf, die größte Hürde ist die Energieversorgung des Gewebes.

Ötscher hat den Umsatz 2007 um 5,4 Prozent auf 17,4 Mio. Euro gesteigert. 32 Prozent des Geschäfts kommen aus dem Export. Was in Österreich aus Kostengründen nicht genährt wird, erledigen Partner im Osten. Den Sprung in das Outdoor-Geschäft reizt Götzl – wagen will er ihn lieber nicht. Denn Handelsmarken aufzubauen sei schwierig. Und die hohen Preise für feuer- und säurebeständige, dabei atmungsaktive Kleidung sind nicht jedermanns Sache.