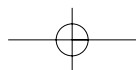


industrie extra





MONIKA SAULICH FÜR PROFIL

Fein gesponnen

Textilindustrie. Während traditionelle Großhersteller durch die Billigkonkurrenz aus China unter Druck geraten, gelingt es kleinen, spezialisierten Nischenplayern, mit Innovationen zu bestehen. Vier Beispiele. Von Ulrike Moser

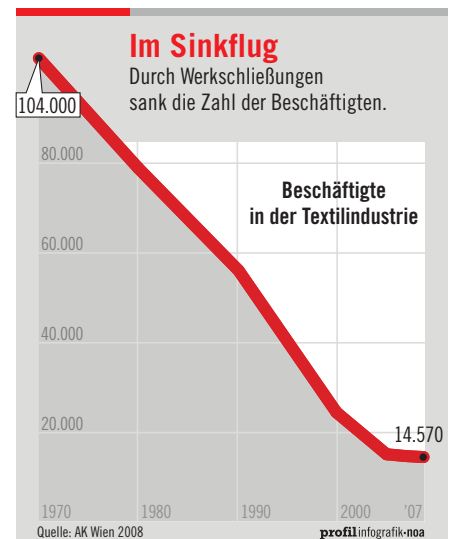
Das Wasser stand Friedrich Leitner im wahrsten Sinne des Wortes bis zum Hals. Schwierige Restrukturierungen, innerfamiliäre Auseinandersetzungen, vor allem aber die Konkurrenz aus Niedriglohnländern ließen seinen Textilbetrieb vor 14 Jahren alles andere als gut dastehen. Leitner Leinen, ein Unternehmen, das Geschirrtücher aus Pikeestoff herstellte, setzte nach dem Vorbeischrammen an der Pleite jedoch gezielt auf neue Produkte und neue Kundenschichten. Und nach erfolgter Spezialisierung auf einen Nischenmarkt ging es ökonomisch wieder nach oben – und zwar ziemlich steil.

Die Textilindustrie gerät zwar aufgrund von Werkschließungen unter Druck, konkurrenzlos günstige Importwaren aus der Türkei, aus Indien und China machen den österreichischen Unternehmen mitunter schwer zu schaffen – doch vielen der 155 heimischen Textilbetriebe, die im Jahr 2007 rund 14.570 Mitarbeiter beschäftigten, geht es so gut wie schon lange nicht. „Zumindest gilt das für jene, die sich spezialisiert haben“, sagt Peter Pfnagl, Präsident der österreichischen Textilindustrie. „Wer sich Nischen gesucht hat und Produkte mit Innovationscharakter anbietet, braucht die Importe nicht zu fürchten. Vor allem im Bereich technischer Textilien haben wir im Vergleich zu Asien die Nase vorn.“

So wie auch Friedrich Leitner, der sein 155 Jahre altes Familienunternehmen im oberösterreichischen Ulrichsberg umkämpfte. Gemeinsam mit einer Designerin brachte er 1994 eine neue Kollektion heraus, die bei den Messen Interesse weckte, aber in den Haushaltswarengeschäften ein Ladenhüter war. Leitner Leinen kämpfte mit erheblichen Zahlungsschwierigkeiten. Die Gegenstrategie lautete schließlich: weg von traditionellen Geschirrtüchern, hin zur Designerware.

So wurde ein neuer Webstuhl mit 3,2 Meter Breite angeschafft, um Muster großflächiger und mit weniger Wiederholungen einarbeiten und die Stoffe auch exportieren zu können – immerhin verlangte der US-Markt nach Jacquardstoffen in King- und Queensize-Größen. „Als die Asiaten auf den Markt strömten, die ihre Stoffe lediglich bedruckten, statt Muster einzuweben, haben wir uns auf unsere Fähigkeiten besonnen und exportierten maßgefertigte Ware in die USA, nach Australien und Japan“, erzählt Leitner. Im Ausland waren die aufwändigen Textilien – vom Pyjama bis zum Vorhang – gefragter als in Österreich, und mittlerweile finden sie sich in internationalen Designmagazinen. Derzeit beträgt die Exportquote 89 Prozent und beschert dem 31 Mitarbeiter zählenden Unternehmen einen Jahresumsatz von rund 3,5 Millionen Euro.

Berufsbekleidung. Weniger auf Tradition als auf Hightech-Arbeitskleidung setzt Georg Götzl, Geschäftsführer von Ötscher Berufsbekleidung im niederösterreichischen Amstetten. „Mit Nullachtundfünfzehn-Text- ▶





Friedrich Leitner
Das oberösterreichische Familienunternehmen Leitner Leinen konnte mit der Spezialisierung auf edle Heimtextilien die drohende Pleite abwenden

tilien ist aufgrund der starken Konkurrenz aus Fernost heute kein Staat mehr zu machen. Man muss sich auf eine Nische spezialisieren, um am Markt zu überleben“, sagt auch Götzl. Doch das musste man auch bei Ötscher Berufskleidung erst lernen. Während das Unternehmen in den siebziger Jahren noch fünf Werke in Österreich betrieb und rund 325 Mitarbeiter beschäftigte, gibt es heute nur noch das Werk in Amstetten mit 130 Mitarbeitern.

Geschadet hat es nicht: Im vergangenen Jahr konnte man eine Umsatzsteigerung um 5,4 Prozent auf 17,4 Millionen Euro verbuchen. Die Kundenliste ist durchaus respektabel: Der deutsche Autohersteller VW bezieht Overalls für Werkmitarbeiter schon lange bei Ötscher, und auch die Belegschaft von EVN und Umdasch streift die Textilien morgens über. Mit etwas Glück findet sich auch bald Mercedes auf der Kundenliste. Grund dafür sind die speziellen Materialien, die das Unternehmen verarbeitet. Götzl: „Wir setzen auf Nanotechnologie. Dafür

verbinden wir Nanopartikel mit dem Gewebe, und die Kleidung ist knitterfrei, wasser- und ölabweisend. Die stark beanspruchten Textilien haben eine längere Lebensdauer, da sie nicht so oft gewaschen werden müssen. Schmutz perlt einfach ab.“ Die Nanotechnik wird direkt auf der Textilfaser angewandt, die Faserzwischenräume bleiben aber frei – und die Gewebe dadurch luftdurchlässig.

Derzeit feilt Ötscher Textilien schon an der nächsten Innovation: Gemeinsam mit den Austrian Research Centers in Seibers-

dorf arbeitet das Unternehmen an einer Produktschiene mit der Bezeichnung „Smart Textilien“. Dazu zählt etwa eine Feuerwehrjacke, die künftig die Sicherheit der Florianijünger bei der Brandbekämpfung erhöhen soll. Gefährlichen Qualm, übermäßig hohe Temperaturen und die Körpertemperatur des Trägers registriert die Jacke mittels Sensoren und leitet die Daten per GPS an den Einsatzleiter weiter, der seine Leute bei zu großer Gefahr aus der Gefahrenzone lotsen kann. „Wir arbeiten derzeit am Prototyp. Ab kommandem Jahr ist die Jacke am Markt“, sagt Götzl.

Smart Clothes. Moderne Technologie ist auch für Urban Tool ein zentrales Verkaufsargument. Das Wiener Unternehmen, das 2004 gegründet wurde, hat sich unter dem Motto „Hightech trifft Mode und Design“ dem Thema „Smart Clothing“ verschrieben, also Mode mit Zusatznutzen. Es begann damit, dass der Mann von Unternehmensgründerin Sabrina Tanner beim Joggen nicht wusste, wohin mit Wohnungsschlüssel, Mobiltelefon, Notgroschen und iPod. Tanner entwarf den Basic Holster, einen Halfter aus einem Polyamid-Lycra-Gemisch, der beim Sport Platz für alle möglichen Kleinigkeiten bietet, ohne die Bewegungsfreiheit einzuschränken.

Die ersten Abnehmer fanden sich im Freundeskreis, die Nachfrage wurde immer größer, sodass Tanner gemeinsam mit Anja Herwig ein Unternehmen gründete, das Produkte kreiert, die das Tragen digitaler Geräte am Körper vereinfachen. Tanner: „Unsere Produkte passten zu den ▶

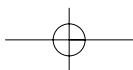
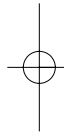
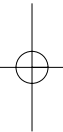
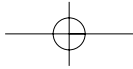
Ausgeliefert

In Österreich produzierte Textilien werden vorwiegend innerhalb der EU exportiert.



Textilexport
Angaben für 2007
in Millionen Euro

Quelle: Verband der österreichischen Textilindustrie profil/Infografik-noa



extra industrie



Dietmar Hefel

Hefel Textil war weltweit das erste Textilunternehmen, das Zellulosefasern zu Bettdecken verarbeitet. Wer es mag, kann aber auch mit Meeresalgen und Zirbenholzspänen kuscheln



HEFEL (2)

Tool mittlerweile im Ausland. Besonders in Asien reißt man sich um die Produkte aus Wien.

„Die Leute sind dort technikaffiner und haben einen spielerischeren Zugang zu Produkten, die Textilien mit IT koppeln“, berichtet Anja Herwig. So wie beim T-Shirt „Groove Rider“. Das atmungsaktive Sportleiberl macht es möglich, beim Sport nicht

Ansprüchen der Sportler, am Markt gab es so etwas noch nicht, also konnten wir drauflosproduzieren. Traditionelle Unternehmen, die dafür erst die halbe Firmenstruktur ändern müssen, haben es viel schwieriger.“

Gleich im ersten Jahr seines Bestehens gewann Urban Tool auf der ISPO, einer internationalen Sportmesse in München, den Brand New Award für das innovativste Sportaccessoire. Damit erreichte das Unternehmen schlagartig eine gewisse Bekanntheit und fand auch weltweite Vertriebspartner. 95 Prozent des Umsatzes, der im vergangenen Jahr bei rund einer Million Euro lag, erwirtschaftet Urban

mehr mit schweißnassen Fingern das Lieblingslied auf dem iPod suchen zu müssen. Die Steuerung des Geräts funktioniert direkt über ein hauchdünnes textiles Interface am T-Shirt, während der iPod sicher in einer integrierten Tasche verstaut ist. Will man zum nächsten Lied springen, reicht ein Antippen der Schaltflächen knapp unter der Brust. Das Hemd kann auch bei 40 Grad gewaschen werden. Dafür wurde „Groove Rider“ nun auch für den Designpreis der Bundesrepublik Deutschland 2008 nominiert.

Erfahrung mit Nominierungen und Preisen hat man bei dem auf Betttextilien spezialisierten Unternehmen Hefel Textil

Warm angezogen

Billigtextilien aus Asien setzen der Branche immer mehr zu.

in Schwarzach in Tirol schon lange. „Der Marktanteil der Textilprodukte aus Fernost liegt derzeit bei 90 Prozent. Wir haben bereits in den neunziger Jahren Strategien zur Produktdifferenzierung erarbeitet und wollten der innovativste Bettwarenerzeuger Europas werden“, postuliert Geschäftsführer Dietmar Hefel. „Viele Kollegen haben damit zu lange zugewartet.“

Ausgeschlafen. So begann Hefel bereits 1998 mit dem Hightech-Material Tencel zu experimentieren. „Der österreichische Faserproduzent Lenzing hatte aus Zellulosefasern das neuartige Gewebe Lyocell hergestellt“, berichtet Hefel. „Wir konnten Lenzing überreden, dass wir das Produkt als erstes Unternehmen weltweit für die Inlettherstellung nutzen konnten.“ Schwitzt man in der Nacht, soll Tencel Feuchtigkeit um 50 Prozent besser aufnehmen als Baumwolle (Polyester hingegen gar nicht) und ein optimales Hautklima gewährleisten. Dafür konnte Hefel im Jahr 2002 bei der New York Home Textile Show den Preis für das beste Produkt einheimsen.

Die starke Konkurrenz aus Fernost macht der heimischen Textilindustrie zu schaffen, vor allem, seit Anfang des Jahres die Importquoten für preiswerte Textilien aus China fielen. Allein im vergangenen Jahr stammten rund zehn Prozent aller nach Österreich importierten Textilien aus China, was einen Zuwachs von 22 Prozent im Vergleich zu 2006 bedeutet. „Darunter leiden traditionelle Bereiche der Textilerzeugung, etwa Bekleidungshersteller. Viele Unternehmen müssen aufgrund des massiven Preisdrucks Standorte in Österreich schließen“, berichtet Peter Pfnaisl, Fachverbandspräsident der österreichischen Textilindustrie. Das schlägt sich auch in den Beschäftigungszahlen nieder (siehe Grafik Seite 61). Trotzdem konnte sich die Textilindustrie im vergangenen Jahr über 2,7 Milliarden Euro Umsatz freuen. 55 Prozent davon erwirtschafteten die fünf größten Unternehmen der Branche: Intier Automotive Eybl Ebergassing, Linz Textil, Lohmann & Rauscher, Wolford sowie Getzner Textil. Im Bereich technischer Textilien mischen heimische Betriebe laut Auskunft des Verbandes der Textilindustrie an der Weltspitze mit.

Ein Jahr später kombinierte man Tencel mit Meeresalgen und Silberionen, um die Bio-Hightechfaser „SeaCell Active“ herzustellen. Die Bettwäsche verhilft angeblich vor allem Allergikern zu einem besseren Schlaf, hat sie doch eine antibakterielle Wirkung. Gleichzeitig sollen jene Wirkstoffe, die von den Algen abgegeben werden, den Stoffwechsel stimulieren und die Zellentschlackung fördern. „Zum Teil sind das schon verrückte Ideen, aber Innovation ist uns wichtig. Meist wenden sich Forscher mit einer Idee an uns“, so Hefel. So entstand auch das neueste Produkt: eine Bettdecke, in die Zirbenholzspäne eingebracht werden. Die Idee kam von Joanneum Research in Weiz in der Steiermark. Forscher der Institution wollen nachgewiesen haben, dass der Schlaf in Zirbenholzbetten besonders erholsam ist: Die Herzfrequenz geht zurück, und der Schlaf wird ruhiger.

Gut schlafen wird Dietmar Hefel vermutlich auch ohne Zirbenholzdecke, erwirtschaftet er mit seinen 130 Mitarbeitern doch inzwischen jährlich mehr als zwölf Millionen Euro. ■