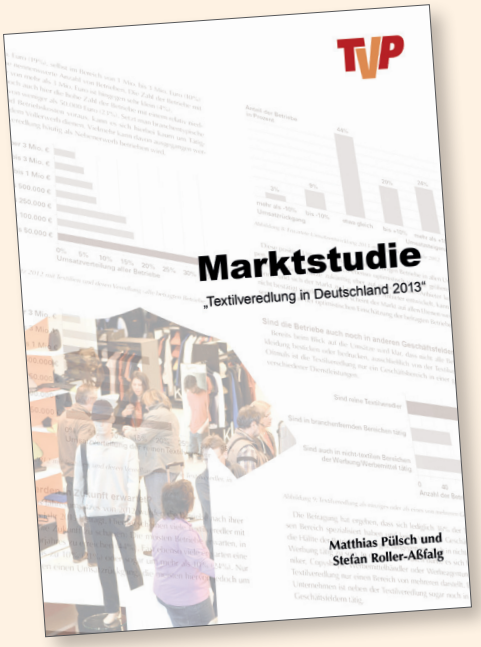
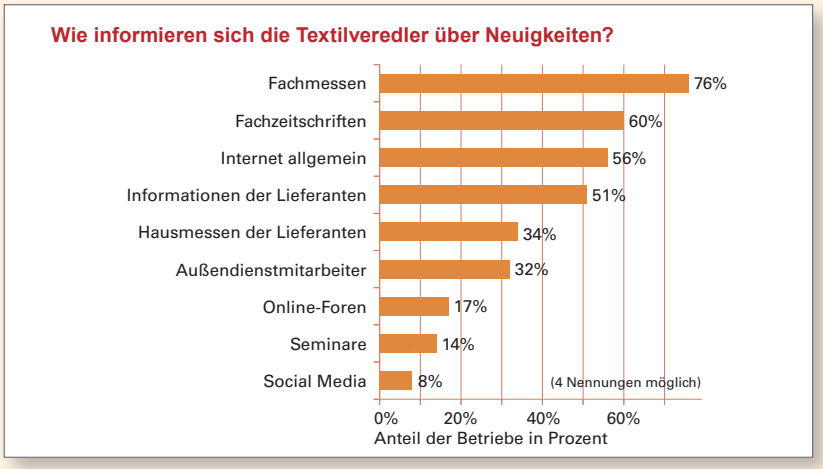
TVP Marktstudie

Textilveredler im Fokus

Mit der Studie „Textilveredlung in Deutschland 2013“ zeichnet das Verlagshaus Gruber erstmals ein umfassendes Bild der hiesigen Textilveredlerbranche. Die unter rund 370 Veredlungsspezialisten Ende letzten Jahres von der *TVP – Fachzeitschrift für Textilveredlung und Promotion* – durchgeführte Umfrage liefert betriebliche Kennzahlen wie Betriebsgröße, Beschäftigte und Jahresumsatz, Fakten zu Veredlungstechniken und Automatisierung sowie wertvolle Daten für Businesspläne und Investitionen.

Wie aus der Studie hervorgeht, blicken sowohl kleine Betriebe als auch die großen Anbieter der Branche mit Zuversicht und Optimismus in die Zukunft: 44% der befragten Unternehmen rechnen mit steigenden Umsätzen, ein Viertel erwartet sogar eine Steigerung um mehr als 10% Prozent innerhalb eines Jahres. Das positive Stimmungsbild, so die weiteren Erkenntnisse, deute darauf hin, dass die Nachfrage insgesamt weiter steige. Die





Quelle: TVP

Auf mehr als 50 Seiten liefert die neue TVP Marktstudie anhand von aktuellen Zahlen, Daten und Grafiken erstmals ein umfassendes Bild der Textilveredlerbranche in Deutschland.

Fragen an TVP-Chefredakteur Stefan Roller-Aßfalg

Mit der TVP-Marktstudie liegen nun erstmals detaillierte Zahlen und Daten zur Textilveredlerbranche in Deutschland vor. Wie kam es zu der Initiative?
Stefan Roller-Aßfalg: Seit Jahren erhalten wir in der *TVP*-Redaktion regelmäßig Anfragen über den Textilveredlermarkt. Wenn Textildrucker und Sticker größere Investitionen tätigen wollen und für den Erhalt eines Kredits einen Businessplan erstellen müssen, sind sie dringend auf Marktdaten angewiesen. Ebenso benötigen Hersteller und Händler Zahlen und Fakten, wenn sie neue Geschäftsfelder erschließen wollen. Bislang konnten wir jedoch nicht mit verlässlichem Zahlenmaterial aufwarten, zumal es im Markt der Textilveredler auch keinen zentralen Verband gibt, der diese Branche repräsentiert. Mit der nun erstmals vorgelegten Marktstudie konnten wir diese Lücke jetzt endlich schließen.

Das aktuelle Stimmungsbild unter den Textilveredlern ist allgemein positiv. Woher rührt der Optimismus?
Hier sind sicher verschiedene Ursachen zu nennen. Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen sind derzeit sehr günstig, sodass die Betriebe mit steigenden Umsätzen rechnen. Zudem besetzen die Veredler häufig Marktnischen, die viel Platz bieten für neue Ideen und kreative Produkte. Auch Lösungen hinsichtlich Automatisierung und Standardisierung von Prozessen jeglicher Art helfen den Unternehmen, sich zukunftsfähig aufzustellen. Und die Branche bietet aufgrund vergleichsweise geringer Anschaffungskosten immer wieder Potenzial, um den Veredlungsbetrieb um weitere Techniken zu ergänzen.

Laut Studie spezialisieren sich insbesondere kleine Unternehmen auf bestimmte Kundengruppen, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Was sind das für Zielgruppen bzw. Nischen?
Die kleinen zumeist familiengeführten Betriebe decken vor allem die lokalen Märkte

weit verbreitete Sorge, viele Kunden würden statt bei lokalen Betrieben zukünftig eher bei großen Internethändlern kaufen, konnte nicht bestätigt werden. Im Gegenteil: Auch den vielen kleinen Anbietern gelingt es, ihre Kunden an sich zu binden und Nischen erfolgreich zu besetzen. So hat bei der Frage nach den eigenen Wettbewerbsvorteilen mehr als die Hälfte angegeben, sich auf bestimmte Kundengruppen zu spezialisieren.

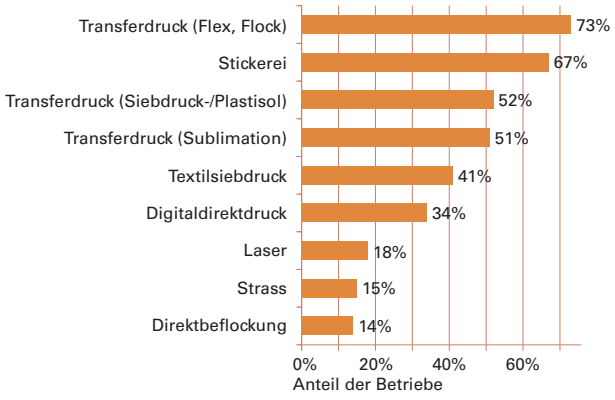
Große Unterschiede enthüllt die TVP Marktstudie beim Blick auf den erzielten Jahresumsatz: Während rund 20% der Betriebe im Jahr 2012 mehr als 500.000 Euro und einzelne Unternehmen sogar mehr als drei Millionen Euro umgesetzt haben, gibt mehr als ein Drittel der Befragten an, weniger als 50.000 Euro mit der Veredlung von Textilien umgesetzt zu haben. Demzufolge bewegen sich viele dieser Betriebe auch in anderen Geschäftsfeldern. Beschränkt man die Umsatzverteilung hingegen auf reine Textilveredler, so zeigt sich, dass der Jahresumsatz im Durchschnitt höher ist und sich die Umsatzverteilung in einzelnen Bereichen deutlich verschiebt. Gleichzeitig haben diese Unternehmen aber auch deutlich höhere Kosten zu tragen, allen voran für angestelltes Personal – auch zu Beschäftigten und deren Qualifikation finden sich in der Erhebung umfangreiche Daten. Weitere Erkenntnisse liefert die Studie zu Vertriebswegen und eingesetzten Werbeformen, die ebenfalls richtungsweisende Informationen für Hersteller liefern und u.a. als Grundlage für Businesspläne genutzt werden können.

Die TVP-Markstudie „Textilveredlung in Deutschland 2013“ wurde von Branchenkenner Matthias Pülsch, Geschäftsführer der benTextil GmbH, gemeinsam mit *TVP*-Chefredakteur Stefan Roller-Aßfalg und der Marktforscherin Mandy Stradinger durchgeführt und ist beim Verlagshaus Gruber für 180 Euro (ermäßigt 135 Euro für *PPF*- und *TVP*-Abonnenten) erhältlich. WA *JK*

www.tvp-textil.de/marktstudie

Welche Verfahren werden in der Textilveredlung eingesetzt?

Durch zahlreiche technische Innovationen in den vergangenen Jahren stehen heute eine Vielzahl von Verfahren zur Verfügung, mit denen unterschiedlichste Materialien veredelt werden können. Die am häufigsten eingesetzten Verfahren sind der Transferdruck (Plottertransfer, Flex und Flock) sowie die Stickerei.



Quelle: TVP

ab und versorgen Vereine, Schulen und Privatkunden vor Ort. Ihr Angebotsschwerpunkt liegt zumeist im Bereich von Plottertransfers, mit denen gute Qualitäten erzielt werden.

Die Branche scheint insgesamt recht vielseitig und erfinderisch zu sein. Wie halten es die deutschen Textilveredler mit Innovationen?

Die Textilveredler sind enorm kreativ und innovativ, wie wir soeben wieder anhand der Einreichungen zum Golden Shirt Award gesehen haben. Die Innovationsleistung liegt u.a. darin, die zur Verfügung stehenden Techniken immer wieder aufs Neue miteinander zu verknüpfen und um neue Verfahren zu erweitern. Innovative Produkte sind etwa mit Lasersystemen bearbeitete Stickapplikationen oder mittels Laser hergestellte Gravuren kombiniert mit Druck- oder Transferverfahren. Innovationen finden wir auch dort, wo Textilveredler sich mit neuen Funktionsstoffen und Hightech-Geweben beschäftigen müssen.

Und die Konkurrenz? Wo lauern neben den Internetanbietern die größten Wettbewerber?

Wie die Marktstudie zeigt, ist die Bedeutung des Internets als Vertriebskanal im Textilveredlermarkt relativ gering. Es gibt nur wenige Textilveredler, die sich erfolgreich als Internetanbieter etabliert haben.

Preiskämpfe gibt es selbstverständlich wie in jeder anderen Branche auch, doch durch Spezialitäten und besondere Dienstleistungen können sich die meisten Betriebe hiervon sehr gut absetzen.

Welche Veredlungstechniken sind derzeit besonders angesagt?

Um es kurz zu sagen: Zu den Gewinnern zählen ganz klar der Digitaldirektdruck sowie die Stickerei. Zu näheren Angaben über die Verbreitung, die zukünftige Bedeutung sowie die geplanten Investitionen der einzelnen Veredlungsverfahren möchte ich die interessierten Leser aber gerne auf die Marktstudie verweisen.

Mit Stefan Roller-Aßfalg sprach Julia Kuschmann.