

## Stoff genug für einen Neuanfang

Von *Constantin Binder*  
Osnabrück.

Trotz zum Teil deutlicher Umsatzeinbrüche blickt die Textil- und Bekleidungsbranche „vorsichtig positiv“ auf das kommende Jahr. Das hat eine Umfrage der Zukunftsinitiative Textil NRW (ZiTex), zu der auch zahlreiche niedersächsische Betriebe zählen, ergeben.



Farbenfroh sind wenigstens die Stoffe, mit denen die Textil- und Bekleidungsindustrie arbeitet. Wirtschaftlich hingegen sah das zurückliegende Jahr für die Branche düster aus. Foto: colourbox

Demnach rechnet fast die Hälfte der befragten Unternehmen für 2010 mit einer Umsatzsteigerung. Mehr Beschäftigte dürften deswegen im kommenden Jahr jedoch noch nicht eingestellt werden. Allerdings wollten deutlich über 80 Prozent der Branchenunternehmen in den kommenden beiden Jahren stärker oder gleichbleibend in Innovationen sowie Umwelt und Energie investieren. Das Investitionsklima in

diesen Bereichen sei weiterhin gut.

Die 2007 und 2008 eingeleitete Phase der Stabilität sei durch die Finanzmarktkrise vorerst gestoppt. Insgesamt müsse der ZiTex zufolge in der Branche für 2009 mit einem Umsatzrückgang von bis zu 20 Prozent gerechnet werden. Massive Auswirkungen auf die Arbeitsplätze hätten aber bislang insbesondere durch Kurzarbeit noch vermieden werden können. Überdies ergab die Befragung, dass die Konjunkturprogramme von Bund und Ländern den Unternehmen häufig unbekannt sind oder aber als nicht hilfreich bewertet werden.

Kritik äußerten die Betriebe vor allem an einer ihres Erachtens deutlichen Verschlechterung bei den Warenkreditversicherungen und den Bedingungen der Kreditvergaben. Von einer „Kreditklemme“ könne den befragten Unternehmen zufolge gleichwohl noch nicht gesprochen werden. Bei einem Branchengespräch in Emsdetten signalisierte Nordrhein-Westfalens Wirtschaftsministerin Christa Thoben (CDU) kürzlich zudem, dass das Bundeswirtschaftsministerium zeitnah eine verbesserte Absicherung bei den Warenkreditversicherungen umsetzen wolle.

Vergleichsweise stabil ist die Lage derzeit beim Branchenriesen Ahlers aus Herford. Bei einem Umsatzminus von fünf Prozent glich das Modeunternehmen in den ersten drei Quartalen des Jahres den vorherigen Ergebnisrückgang aus und erwirtschaftete 4,1 Millionen Euro. Einher ging damit jedoch ein deutlicher Personalabbau von 2877 auf 1985 Beschäftigte innerhalb eines Jahres (Stichtag: 31. August).

Auf derartige Kürzungen verzichtete die ebenfalls börsennotierte Gerry Weber AG aus Halle/Westfalen; hier stieg die Zahl der Beschäftigten im gleichen Zeitraum um 161 auf 2426 Mitarbeiter. Die Gerry-Weber-Aktie, am 31. Oktober 2008 noch mit 14,31 Euro notiert, legte auf nunmehr knapp 22 Euro zu – anders als das Ahlers-Papier, das sich erst kürzlich von sechs auf sieben Euro verbessern konnte.

Deutlich stärker von der Krise betroffen zeigen sich die kleineren mittelständischen Unternehmen. Der Bramscher Textilhersteller Heytex etwa erwartet, gemessen an der Zeit vor der Krise, Umsatzeinbußen von rund 35 Prozent. Vertriebschef Hartwig Birszwilks ist darüber dennoch beinahe erleichtert; er kennt Mitbewerber, die 80- oder 90-prozentige Verluste beklagen. Schlimmer noch, Birszwilks weiß, dass die Konkurrenz nun ungleich größer ist: Die Betriebe würden ihre Verluste nur auf Kosten der Mitbewerber ausgleichen können. Immerhin, vielerorts werde vorerst auf Gewinne verzichtet, um Entlassungen zu vermeiden. Doch auch Heytex habe seinen Personalstand bereits um zehn Prozent reduzieren müssen, wenn auch zunächst „nur“ auf Kosten der Leiharbeiter.

Spezialisten haben es da besser: Am Schüttorfer Berufskleidungshersteller Rofa etwa ging die Krise nahezu unbemerkt vorbei, weil das Unternehmen nur einen äußerst kleinen Markt bedient und sich schnell und flexibel auf Kundenwünsche einstellen konnte. Und auch der Einzelhandel spürte die Krise kaum: Nach Angaben des Bundesverbandes des Deutschen Textileinzelhandels rechnet die Branche mit einem zum Vorjahr stabilen bis leicht steigenden Umsatz, und auch für 2010 erwartet der Verband stabile Umsätze.

Wie schwierig und zuweilen irreführend Prognosen sein können, verdeutlicht indes Heytex-Vertriebschef Birszwilks: „Was ist denn der Bezugspunkt? Die erste Hälfte des Jahres 2008 lief doch bestens, und dann kam der Einbruch.“ Ein Vergleich zum Vorjahr falle ihm deshalb ebenso schwer wie ein Ausblick auf 2010, denn welchen Wert habe eine Steigerung des Umsatzes, wenn dieser zuvor um 35 Prozent gesunken sei?

„Da dauert es mindestens zehn Jahre, bis wir wieder auf dem Stand von 2007 sind“, sagt Birszwilks. Er betrachte das Jahr 2009 deshalb als „Nullpunkt“, von dem an neu gerechnet werden müsse. Immerhin, genug Stoff für einen Neuanfang gibt es.