



## Textil und Bekleidung in Italien: Bronzemedaille im internationalen Wettbewerb - aber mit Hindernissen

Farah Allouche (Branchenexpertin)

✉ [farah.allouche@eulerhermes.com](mailto:farah.allouche@eulerhermes.com)

Andrea Pignagnoli (Wirtschaftswissenschaftler)

✉ [andrea.pignagnoli@eulerhermes.com](mailto:andrea.pignagnoli@eulerhermes.com)

### Zusammenfassung

- Die Nachfrage nach Bekleidung ist zurückgegangen, was sich nachteilig auf die gesamte Textil- und Bekleidungsbranche (im Folgenden kurz "T&B") auswirkt: Bei einem Viertel aller Unternehmen, die im 1. Quartal 2014 Insolvenz anmeldeten, handelte es sich um Bekleidungsgeschäfte.
- Mode "Made in Italy" ist einem starken Wettbewerb durch Niedrigkostenländer ausgesetzt: Die Wertschöpfung ist innerhalb der letzten 15 Jahre um 22% zurückgegangen.
- Die italienische T&B-Branche bleibt trotz der Bedrohungen attraktiv: Mit geschätzten T&B-Exporten im Wert von 45 Mrd. EUR im Jahr 2015 verzeichnet Italien weltweit die drittbeste Leistung, nach China und Indien.

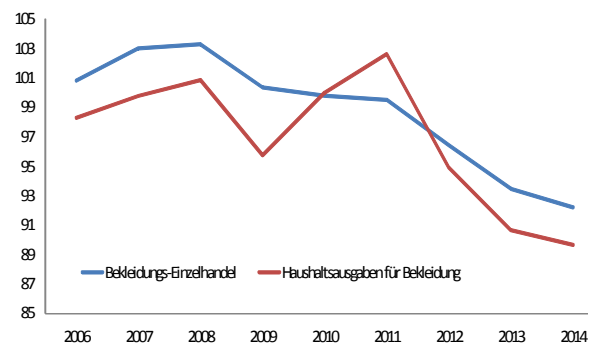
### Tief verwurzelte Organisationsstrukturen: Eine Herausforderung für die Zukunft

Historisch gesehen ist der Erfolg der T&B-Aktivität in Italien auf die Organisation der Produktion in Industriebezirken zurückzuführen. Die Branche zählt nahezu 50.000 Unternehmen und mehr als 410.000 Beschäftigte. Eine große Anzahl von Unternehmen ist entlang dieser T&B-Lieferkette positioniert, wobei jedes davon mit seinem besonderen Knowhow sowie Menschen, Maschinen und Ausrüstung einen Teil dazu beiträgt. Die Organisation der Produktion in Industriebezirken, die in der Vergangenheit ein Vorteil war und der Rentabilität jedes einzelnen Unternehmens eine geringere Bedeutung beimaß, bedroht heute die Langlebigkeit der italienischen T&B-Branche.

### Die Ausgaben der Haushalte für Bekleidung sind seit 2008 um 11% gesunken, was die gesamte Branche in Mitleidenschaft zieht

Seit 2008, seinem besten Jahr, ist der Einzelhandel um 10% zurückgegangen. Dies ist auf den unbeständigen Verbrauch der Haushalte zurückzuführen, der innerhalb desselben Zeitraums einbrach. Die Gesamtausgaben der Haushalte für Bekleidung und ähnliche Produkte pro Jahr sind wenig überraschend um 8 Mrd. EUR zurückgegangen. Die erhöhte Steuerbelastung der Unternehmen und der gleichzeitige Rückgang des verfügbaren Einkommens führten zu einer deutlichen Verschlechterung des Geschäftsumfelds. Im 1. Quartal 2014 war nahezu ein Viertel aller Unternehmen, die Insolvenz anmeldeten, ein Beklei-

Abb. 1: Bekleidungs-Einzelhandel und Ausgaben der Haushalte für T&B (Index: 2010 = 100)



Quellen: IHS Global Insight, Euler Hermes

dungsgeschäft. Noch schlimmer ist jedoch, dass die Anzahl an Unternehmen insgesamt zurückgeht, da die Anzahl der Schließungen die der Neugründungen übertrifft (negative Nettobilanz von 2.342 während des Berichtszeitraums). An erster Stelle steht die Lombardei mit den meisten Pleiten. Diese Zahlen zwingen die gesamte Branche - von der Herstellung bis zum Einzelhandel - ihr Geschäftsmodell zu überdenken.

### Der Handel ist gezwungen, sich an die rückläufige Produktion und Nachfrage anzupassen

Im Bereich der T&B-Produktion ist die Herstellung seit dem Jahr 2000 um ein Drittel zurückgegangen, wobei die Trends für bestimmte Spezialprodukte wie Fasern sogar noch schlechter sind, da sie während des Zeitraums 50% eingebüßt haben.

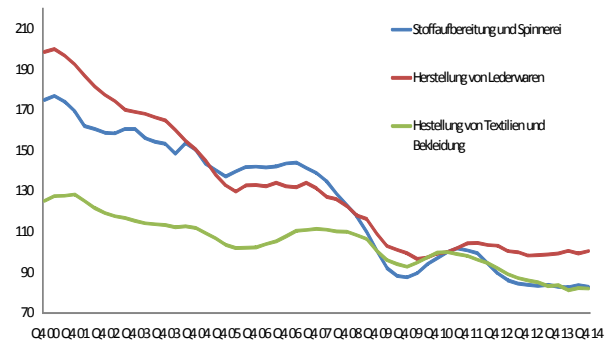
Im Handelsegment überstieg der Anteil der im Ausverkauf oder im Rahmen von Sonderangeboten verkauften Produkte 2012 zum ersten Mal 50% des Umsatzes. Bei den Vertriebskanälen zählen dabei die kleinsten Teilnehmer (unabhängige Einzelhändler) zu den ersten, die an Boden verlieren, während der Marktanteil von Outlets und elektronischem Handel weiter steigt. Letzterem steht eindeutig eine vielversprechende Zukunft bevor. Italien ist jedoch ein traditioneller Markt, der neuen Vertriebskanälen gegenüber Zurückhaltung übt. In Italien gab es nur 15 Millionen Onlinekäufer - rund ein Viertel der Bevölkerung - während 2013 in Deutschland bereits 50% der Bevölkerung online einkaufte. Dennoch wird bis 2018 ein Anstieg des Online-Umsatzes mit T&B von 6 Mrd. EUR auf 10 Mrd. EUR erwartet.

### Lokale Hersteller sind nicht wettbewerbsfähig

Die drei wichtigsten Importpartner China, Frankreich und Rumänien haben jeweils ihre Spezialitäten: billige Kleidung und Stoffe, hochwertige Kleidung und Kofferwaren sowie Schuhe und Hemden. Zeitgleich mit dem Anstieg der Produktionsmengen ging die Wertschöpfung in der T&B-Branche um 22% zurück, während die Erzeugerpreise im selben Maße angehoben wurden. Die Wettbewerbsfähigkeit ist den hohen Anlageinvestitionen (insbesondere für Erneuerung) und den Kosten für Arbeitskräfte und Sicherheitsvorschriften zum Opfer gefallen, die in Asien und Osteuropa wesentlich geringer sind. In Italien ließen die rückläufigen Investitionen (Rückgang um 3,5% jährlich seit 2000) nur wenig Raum für Innovation und ausreichende Verbesserungen der Produktivität (zur Wahrung der Rentabilität). Darüber hinaus haben ausländische Käufer und Wettbewerber die italienische Technologie genutzt, um einen Marktanteil abzugewinnen. Dieses Phänomen führt auch zu Problemen im Zusammenhang mit dem geistigen Eigentum. Ein Großteil der 7.000 Unternehmensschließungen in 5 Jahren war auf Fälschung zurückzuführen, deren Gesamtwert 6 Mrd. EUR bzw. 0,45% des BIP erreichte. Mit 10 Millionen Stück ist Italien das europäische Land, in dem die meisten gefälschten Waren beschlagnahmt wurden. Zwei Drittel der in Italien beschlagnahmten Fälschungen stammen aus China. Auch aus dem Landesinnern wird der Wettbewerb unterminiert, da große Werke in der Stadt Prato - der italienischen Textilhochburg - illegale Arbeitskräfte einsetzen, um ihre Kosten zu senken. Diese Unternehmen gehen ungesetzlich vor, indem sie ständig schließen und wiederum neu eröffnen, um so Steuern und Vorschriften aus dem Weg zu gehen.

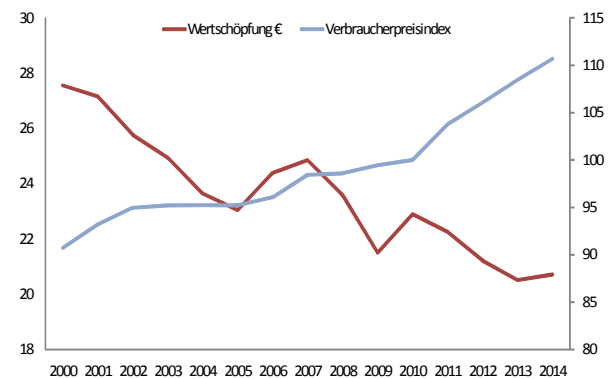
Da die Modeunternehmen auf dem Kernmarkt nicht mehr mithalten können, haben sie keine andere Wahl, als

Abb. 2: Herstellungsbranche mit mehreren Gesichtern (Index: 2010 = 100)



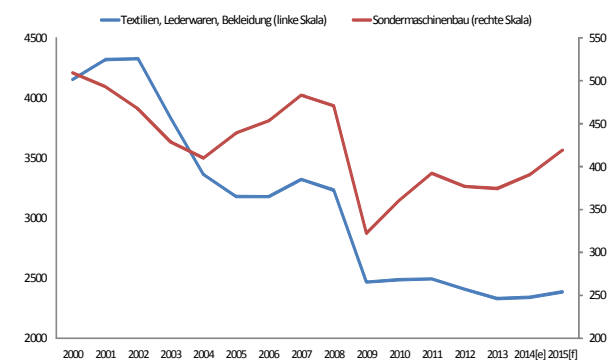
Quelle: IHS Global Insight, Euler Hermes

Abb. 3: Herstellerpreisindex und Wertschöpfung für T&B-Herstellung (Linke Skala: in Mio. EUR - Rechte Skala: Index: 2010 = 100)



Quellen: Oxford Economics, Euler Hermes

Abb. 4: Entwicklung der Investitionen (in Mio. EUR)



Quellen: Oxford Economics, Euler Hermes

sich dem Design und Planung der Entwicklung origineller, gewinnbringender Produkte zuzuwenden. Produkte mit geringer Wertschöpfung werden hingegen in Länder mit niedrigeren Produktionskosten ausgelagert und tragen damit noch zum weiteren Rückgang der inländischen Produktion bei. Die italienische Regierung hat hierzu ein Förderprogramm in Form eines Steuerguthabens für den Zeitraum von 2014–2016 beschlossen, um Forschung & Entwicklung besonders in der Textilbranche zu fördern. Im Rahmen dieses Programms werden 50% der erhöhten F&E-Aufwendungen während des Drei-Jahres-Zeitraums in Form eines Steuerguthabens gutgeschrieben, wobei der Mindestwert der jährlichen Ausgaben bei 50.000 EUR und der Höchstwert bei 2,5 Mio. EUR liegt. Es besteht allerdings das Risiko, dass das Programm auf Kosten der inländischen Herstellung stärker die Textiltechnik fördert.

### Die italienische T&B-Branche bleibt aber trotz der Bedrohungen attraktiv

Italien ist weltweit der drittgrößte Textilexporteur, nach China und Indien. Dem Land kommt eine strukturell positive Handelsbilanz zugute. Die T&B-Exporte sind zwischen 2009 und 2013 um 38% gestiegen. Exporte von Lederwaren stiegen um 100% und Kunstpelzexporte sogar um 170%. Unseren Schätzungen zufolge dürfte der Markt 2015 rund 45 Mrd. EUR erreichen, dies entspricht einem Mehrertrag von knapp 20 Mio. EUR.

### Spezialmaschinen für die Textilindustrie, eine italienische Spezialität

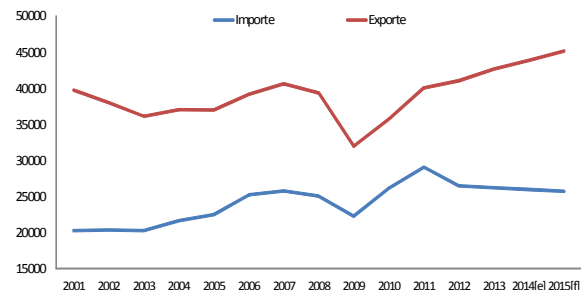
Italien ist nach Deutschland der zweitgrößte europäische Hersteller von Maschinen für die Textilindustrie. Die Unternehmer dieser Branche haben Produktivität und Innovation zu ihrer obersten Priorität gemacht, um ihren Wettbewerbsvorteil zu wahren. Die noch bis 2009 rückläufigen Investitionen sind in den letzten 5 Jahren um 4,6% jährlich gestiegen. Die Aufträge für Textilmaschinen stiegen im 2. Quartal 2014 nach einem leichten Rückgang im 1. Quartal um -6%. Bei den Herstellerpreisen war dieselbe Entwicklung zu beobachten.

Das Jahr 2013 und der Anfang des Jahres 2014 waren hart, aber inzwischen steigen die Preise wieder, was auch 2015 der Fall sein dürfte. Gestützt wird diese Dynamik durch die Nachfrage aus dem Ausland, denn der Binnenmarkt ist rückläufig (2. Quartal 2014: -9%). 79% des gesamten Produktionswerts werden exportiert, davon 50% nach Asien. Italien hat jedoch bereits neue Wachstumsfelder ins Auge gefasst, da der bisherige (historische) Markt in Asien gesättigt ist (Umsatzrückgang um -3% im 2. Quartal 2014). Hier sind insbesondere die USA und die Türkei im Fokus, in denen der Umsatz um 46% bzw. 24% gestiegen ist. Euler Hermes geht derzeit davon aus, dass die Exporte 2014 solide 1,7 Mrd. EUR und in 2015 sogar 2 Mrd. EUR erreichen werden.

### Erfolgsfaktoren für italienische T&B-Unternehmen

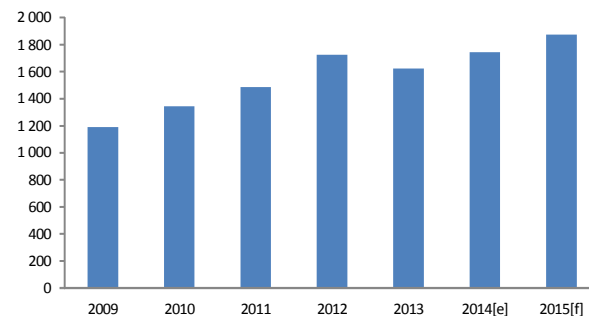
Trotz des schwachen inländischen T&B-Marktes schnitt die italienische Stoffproduktion (ohne Strickwaren) im ersten Halbjahr 2014 besser ab, als die globale Textilproduktion (jeweils +7,6% bzw. +4,8%). Die Auftragsbestände für die T&B-Herstellung liegen für 2014 um 8,1% über dem langfristigen Durchschnitt, was der erfreulichen Auslandsnachfrage zu verdanken ist.

Abb. 5: Italienischer Textil- und Bekleidungs-Außenhandel (in Mio. EUR)



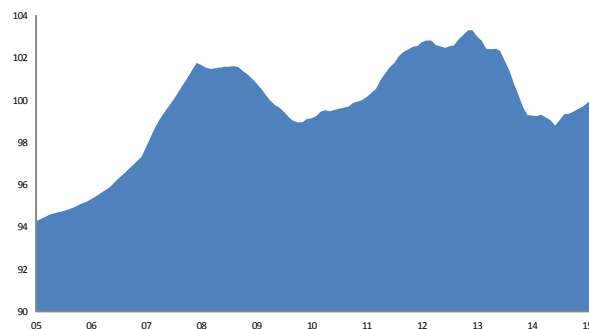
Quellen: ITC, Euler Hermes

Abb. 6: Italienische Exporte an Maschinen für die Textilindustrie (in Mio. EUR)



Quellen: ITC, Euler Hermes

Abb. 7: Herstellerpreisindex für Maschinen für die Textilindustrie (gleitendes Mittel, Index: 2010 = 100)



Quellen: IHS Global Insight, Euler Hermes

Euler Hermes rechnet nun mit einem weiteren Anstieg der Herstellerpreise um 2,2% in 2015, während der Rückgang in der Wertschöpfung enden dürfte.

Diese Leistung ist vor allem dem Branchensegment der qualitativ hochwertigen Textilien zu verdanken, da der innovative Aspekt und die Qualität von Textilien "Made in Italy" weltweit anerkannt sind. Im Luxussektor kontrollierten die zehn wichtigsten italienischen Marken 20% des Weltmarktes mit einer Produktion im Wert von 40 Mrd. EUR im Jahr 2010. Dieselbe Gruppe konnte 2013 Einnahmen in Höhe von 20 Mrd. EUR und ein EBITDA von 23% verbuchen. Die Unternehmen sind jedoch häufig kleiner, als ihr Ruf vermuten lässt. Die meisten hochpreisigen italienischen Qualitätsmarken werden in der Tat traditionell verwaltet und teilweise sogar noch von ihren Gründern geleitet. Problemen wie Nachfolge und entsprechender Finanzierung konnte diese üblicherweise "geschlossene Gesellschaft" bisher aus dem Wege gehen, wird sie aber trotz des derzeitigen Erfolgs aber doch irgendwann einmal angehen müssen. Diese Veränderung könnte dann jedoch Gelegenheit zur weiteren Expansion geben.

Abb. 8: Industrieaufträge für T&B-Herstellung (Index: 2010 = 100)



Quellen: IHS Global Insight, Euler Hermes

Abb. 9: Leistung der "Top 10" unter den italienischen Marken

TOP 10 Marken	Umsatz 2013 (in Mrd. EUR)	Abweichung in % 2013 zu 2012	% EBITDA
PRADA	3,6	+8,8	31,9
GUCCI	3,6	-2,1	35,8
GIORGIO ARMANI	2,2	+4,5	n.d.
CALZEDONIA / Intimissimi	1,7	+10,8	16,3
GRUPPO COIN	1,7	+0,6	k.A.
BENETTON GROUP	1,6	-10,0	k.A.
ONLY THE BRAVE / Diesel	1,6	+4,2	8,3
ERMENEGILDO ZEGNA GROUP	1,3	+0,7	20,2
SALVATORE FERRAGAMO	1,3	+9,1	20,7
BOTTEGA VENETA	1,0	+7,5	34
<b>TOP 10</b>	<b>19,4</b>	<b>+3,4</b>	<b>23,9</b>

Quelle: Pambianco, 2014

**DISCLAIMER**

Die Einschätzungen stehen wie immer unter den nachfolgend angegebenen Vorbehalten.

Dieses Dokument wird von Euler Hermes SA, einer Gesellschaft der Allianz, ausschließlich zu Informationszwecken veröffentlicht und darf nicht als gezielte Beratung ausgelegt werden. Die Leser sollten sich ihr eigenes unabhängiges Urteil über die in diesem Dokument enthaltenen Informationen bilden, das nicht als alleinige Entscheidungsgrundlage zugrunde zu legen ist. Dieses Dokument darf ohne unsere Zustimmung weder vervielfältigt noch weitergegeben werden und ist nicht zum Vertrieb in Gerichtsbarkeiten, in denen dieser untersagt ist, zugelassen. Obwohl diese Informationen als zuverlässig gelten, wurden sie von Euler Hermes keiner unabhängigen Prüfung unterzogen, so dass Euler Hermes weder eine beliebige (ausdrückliche oder stillschweigende) Zusicherung oder Gewährleistung bezüglich der Richtigkeit oder Vollständigkeit dieser Informationen abgibt noch eine Haftung oder Verpflichtung für Verluste oder Schäden übernimmt, die auf beliebige Art und Weise aus der Verwendung oder Zugrundelegung dieser Informationen entstehen. Sofern nicht anders angegeben, gelten jegliche Meinungsäußerungen, Prognosen und Einschätzungen lediglich zum Datum der Veröffentlichung dieses Dokuments und können sich jederzeit ohne Ankündigung ändern.

© Urheberrecht 2014 Euler Hermes. Alle Rechte vorbehalten.