

**WIFO**

A-1103 WIEN, POSTFACH 91  
TEL. 798 26 01 • FAX 798 93 86

 **ÖSTERREICHISCHES INSTITUT FÜR  
WIRTSCHAFTSFORSCHUNG**

**STRUKTURWANDEL UND  
KOOPERATION IN TEXTILEN  
NETZWERKEN**

**UNTER BESONDERER  
BERÜCKSICHTIGUNG DER  
VORARLBERGER TEXTILINDUSTRIE**

**NORBERT KNOLL**

**Juni 2000**

# **STRUKTURWANDEL UND KOOPERATION IN TEXTILEN NETZWERKEN**

## **UNTER BESONDERER BERÜCKSICHTIGUNG DER VORARLBERGER TEXTILINDUSTRIE**

**NORBERT KNOLL**

Studie des Österreichischen Instituts für Wirtschaftsforschung im Auftrag des Amtes der Vorarlberger Landesregierung, der Gesellschaft des Bundes für industriepolitische Maßnahmen GmbH und der HYPO-Beteiligungs AG Bregenz • Initiator der Studie: Fachgruppe Textilindustrie in der Vorarlberger Wirtschaftskammer

Unter Mitarbeit von Christian Kienberger

Begutachtung: Peter Huber  
Wissenschaftliche Assistenz: Dagmar Guttman,  
Eva Sokoll, Maria Thalhammer

Juni 2000

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>1. Einleitung</b>	<b>1</b>
<b>2. Bedeutung und Entwicklung der Textilindustrie</b>	<b>2</b>
2.1 <i>Strukturwandel in der Europäischen Textilindustrie</i>	2
2.2 <i>Die Entwicklung der österreichischen Textilindustrie</i>	6
2.3 <i>Die Sonderstellung der Textilindustrie in Vorarlberg</i>	13
<b>3. Die Rolle von Kooperation und Netzwerkbildung bei der Bewältigung des Strukturwandels</b>	<b>17</b>
3.1 <i>Cluster, Kooperation in Netzwerken und regionale Entwicklungsstrategien</i>	17
3.2 <i>Internationale Beispiele für Kooperationsinitiativen in der Textilindustrie</i>	22
3.3 <i>Perspektiven für die Kooperation in Netzwerken in der österreichischen Textilindustrie</i>	27
<b>4. Zusammenfassung und Schlußfolgerungen</b>	<b>35</b>
<b>5. Literaturhinweise</b>	<b>40</b>
<b>Anhang1: Ziele und Implementierung der Unternehmensbefragung TEXTIL 2000+</b>	<b>43</b>
<b>Anhang2: Interviewleitfaden zur Unternehmensbefragung TEXTIL 2000+</b>	<b>45</b>



## 1. Einleitung

Auf Initiative der Fachgruppe Textilindustrie in der Vorarlberger Wirtschaftskammer haben das Amt der Vorarlberger Landesregierung, die Gesellschaft des Bundes für industriepolitische Maßnahmen und die HYPO Beteiligungs AG Bregenz Anfang Februar 2000 das WIFO beauftragt, die Potentiale der Kooperation in Netzwerken in der österreichischen Textilindustrie auszuloten. Die vorliegende Studie führt die empirischen Befunde aus der Analyse der Industrie- und Handelsstatistik, theoretische Überlegungen zu Kooperation in Netzwerken sowie die Ergebnisse der vom WIFO konzipierten Unternehmensbefragung TEXTIL 2000+ zusammen.

Die Studie besteht im wesentlichen aus zwei Teilen:

Kapitel 2 dient einer Situationsbestimmung und ist vorwiegend den Entwicklungen der Textilindustrie (nach internationaler Industrieklassifikation NACE 17) während der 90er Jahre gewidmet. Ausgehend von Trends, die sich anhand von Industrie- und Handelsdaten in den Ländern der Europäischen Union (EU) nachzeichnen lassen, werden Merkmale und Besonderheiten der österreichischen Textilindustrie insbesondere zur Entwicklung von Wertschöpfung und Produktivität aufgezeigt. Für die Abschätzung mittelfristig erwartbarer Trends wird auf Ergebnisse der Erhebung TEXTIL 2000+ zurückgegriffen. Darüber hinaus werden für die Textilindustrie im Bundesland Vorarlberg Besonderheiten hinsichtlich Spezialisierung und Konzentration nachgewiesen.

In Kapitel 3 werden konzeptionelle Überlegungen für Strategien zur Kooperation in Netzwerken angestellt und empirische Befunde vorgelegt, die eine Abschätzung des Erfolgs einer Initiative zur Verstärkung der Kooperation innerhalb der österreichischen Textilindustrie erlauben. Dazu werden im Anschluß an regionalpolitische Erwägungen zu lokaler Spezialisierung und Konzentration ausgewählte internationale Beispiele für lokale Kooperationsinitiativen in der Textilbranche aus Italien, Großbritannien und Deutschland erläutert. Anschließend werden aufbauend auf theoretische Erwägungen zum Zusammenhang von Unternehmensstrategien und interorganisatorischer Vernetzung empirische Befunde zu Kooperationen, Unternehmensstrategien und Zielen einer Verstärkung der Kooperation in der österreichischen Textilwirtschaft auf Basis von TEXTIL 2000+ diskutiert.

Die Zusammenführung der Ergebnisse der beiden Bestandteile der Studie zeigt einerseits, daß eine Verstärkung der Kooperation im Netzwerk für eine Bewältigung des Strukturwandels in der Textilbranche sowohl industriepolitisch als auch aus Sicht der einzelnen Unternehmen insgesamt vorteilhaft ist; es entsteht vielleicht sogar der Eindruck, daß in anderen Ländern mit textiler Tradition unternehmensübergreifene Kooperation einen höheren Stellenwert einnimmt. Andererseits liefert die vorliegende Studie zahlreiche Hinweise zur Implementierung einer politischen Initiative für die österreichische Textilindustrie.

## 2. Bedeutung und Entwicklung der Textilindustrie

### 2.1 Strukturwandel in der Europäischen Textilindustrie

In der Textilindustrie ist in der letzten Dekade ein markanter Strukturwandel festzustellen. Während bis in die 80er Jahre vorwiegend die technologische Entwicklung (z.B. zunehmende Verbreitung innovativer Kunstfasern) die Quelle des Strukturwandels in der Branche bildete, sind nunmehr Veränderungen der internationalen Wettbewerbsregeln Auslöser von Anpassungsreaktionen der Produzenten an ein neues unternehmerisches Umfeld. Der Handel mit Textilien wurde bislang vielfach durch Quotenregelungen außerhalb der multilateralen Handelsregeln festgelegt. Durch eine Vereinbarung der Welthandelsorganisation (WTO) über Textilien und Bekleidung haben sich die WTO-Mitglieder verpflichtet bis Ende 2004 die Regeln des Internationalen Zoll- und Handelsabkommens (GATT) zu akzeptieren und Quotenregelungen schrittweise aufzuheben.

Die internationale Liberalisierung des Marktzutritts hat weitreichende Konsequenzen für die Textilproduzenten aus der Europäischen Union. Im Sektor herrscht weitgehend Übereinstimmung, daß die Wettbewerbsfähigkeit gegenüber Konkurrenten aus asiatischen und osteuropäischen Niedriglohnländern nur dann erhalten werden kann, wenn es gelingt, eine Abkehr von arbeitsintensiven Massenprodukten und die Konzentration auf qualitativ hochwertige, spezialisierte und mit hoher Wertschöpfung erzeugte Produkte zu erreichen. Erschwerend kommt für Teile der Textilproduktion hinzu, daß der Gesamtabsatz stagniert und Veränderungen der Bedürfnisse der Kunden – etwa aus der Bekleidungsindustrie – eine schnellere Reaktion auf Modetrends, die Einführung neuer Produkte (z.B. Stoffe) und in weiterer Folge auch Verbesserungen bei den Produktionsverfahren erfordern.

Innerhalb der Triade nimmt die Europäische Union in der Textilproduktion sowohl gemessen am Beschäftigtenstand als auch am Produktionswert die nach wie vor stärkste Position ein. Mit rund 950.000 Textilbeschäftigten im Jahre 1998 liegt der EU-Anteil an der Triade bei rund 45,1%, während die USA und Japan Anteile von 33,6% bzw. 21,3% aufweisen; einen ähnlichen Verlauf zeigt die Struktur des Produktionsvolumens der Textilwirtschaft (EU: 43,6%; USA: 35,9%; Japan: 20,5%).

Die Entwicklung seit Anfang der 90er Jahre weist zwar insgesamt ein leichtes Wachstum im Produktionsvolumen auf, die Beschäftigung ist in der EU aber stark rückläufig und als Konsequenz ergibt sich eine merkliche Steigerung der Arbeitsproduktivität. Mit einem Minus von rund 25% ist der Beschäftigungsrückgang von 1989 bis 1998 sowohl in der EU als auch in Japan besonders drastisch, während die USA mit einem geringen Rückgang um 0,6% einen de facto stagnierenden Beschäftigungsverlauf vorweisen. Innerhalb der Union kommen regionale Unterschiede der Entwicklung zum Tragen, die sich in überdurchschnittlichen Verringerungen der Textilbeschäftigung für Griechenland (-54%) und die BRD (-44%) bzw. einem vergleichsweise geringen Beschäftigungsrückgang von rund 15% in anderen wichtigen Erzeugerländern wie Belgien, Frankreich und Italien spiegeln. Insgesamt trug der Beschäftigungsrückgang in der europäischen

Textilindustrie nicht unwesentlich zu einem Anstieg der Arbeitsproduktivität – von über 20 Prozent innerhalb von nur 10 Jahren – bei.

In einzelnen Mitgliedstaaten der Union hat die Textilindustrie nach wie vor eine hohe Bedeutung. Gemessen am Produktionswert weist die Textilindustrie der EU-15 einen durchschnittlichen Anteil von 2,5% der Sachgüterproduktion auf. Eine besonders starke Position ist in Portugal (7,0%), Griechenland (5,9%), Italien (5,3%) und Belgien (4,3%) festzustellen. Abgesehen von Griechenland ist in diesen Ländern im Zeitraum von 1989 bis 1998 eine Erhöhung des Produktionsvolumens gelungen, die allerdings nicht mit den Steigerungsraten der anderen Branchen der Sachgüterproduktion Schritt halten konnte. Als Folge geringeren Wachstums der Textilbranche in den 90er Jahren ist deshalb ihr Anteil an der gesamten Sachgüterproduktion innerhalb der EU stark rückläufig (siehe Tabelle 2.1-1).

Tabelle 2.1-1: Entwicklung des Produktionswerts der Textilindustrie (NACE 17) und der Sachgüterproduktion; Anteil der Textilindustrie an der Sachgüterproduktion

	Textilindustrie			Sachgütererzeugung			Anteil d. Textilind	
	1989	1998	Durchschnittliche Veränderung in 1998/1989 %	1989	1998	Durchschnittliche Veränderung in 1998/1989 %	1989	1998
	Mio. ECU			Mio. ECU				
Belgien	4.453,1	6.641,4	4,5	86.854,7	153.819,0	6,6	5,1	4,3
Dänemark	882,7	850,2	-0,4	37.009,2	54.823,2	4,5	2,4	1,6
Deutschland	17.940,3	14.729,5	-2,2	776.182,0	1.045.530,0	3,4	2,3	1,4
Griechenland	1.557,3	1.220,7	-2,7	17.078,3	20.650,5	2,1	9,1	5,9
Spanien	7.647,7	7.724,1	0,1	213.719,0	284.745,0	3,2	3,6	2,7
Frankreich	12.023,9	12.735,2	0,6	444.078,0	615.687,0	3,7	2,7	2,1
Irland	502,4	564,0	1,3	25.405,1	57.546,7	9,5	2,0	1,0
Italien	25.948,7	28.573,3	1,1	413.945,0	534.340,0	2,9	6,3	5,3
Niederlande	1.955,7	2.137,4	1,0	110.913,0	145.701,0	3,1	1,8	1,5
Österreich	2.479,4	2.692,6	0,9	61.291,0	79.897,4	3,0	4,0	3,4
Portugal <sup>1)</sup>	4.029,6	4.322,6	0,8	37.326,4	61.477,9	5,7	10,8	7,0
Finnland	677,7	619,0	-1,0	59.884,5	70.772,6	1,9	1,1	0,9
Schweden	923,3	723,8	-2,7	92.034,1	118.918,0	2,9	1,0	0,6
Großbritannien	12.023,4	12.694,4	0,6	414.100,0	558.003,0	3,4	2,9	2,3
EU15	93.045,2	96.228,3	0,4	2.789.820,3	3.801.911,3	3,5	3,3	2,5

1) 1990.

Quelle: SBS, WIFO-Berechnungen

Österreich zählt ebenfalls zu jenen Ländern der Europäischen Union, in denen die Textilindustrie eine überdurchschnittlich hohe Bedeutung hat. So lag der Anteil der Textilindustrie an der gesamten Sachgüterproduktion im Jahre 1998 mit 3,4% signifikant über dem EU-Durchschnitt von 2,5%. Im Zeitraum von 1989 bis 1998 werden zwar Wachstumsdifferenzen zwischen Textilindustrie und gesamter Sachgüterproduktion wirksam, es zeigt sich aber auch hier, daß Österreich eine starke Position in der Textilproduktion beibehält. Einerseits legte der Produktionswert der gesamten Sachgüterproduktion in der EU im Jahresabstand um durchschnittlich 3,5% und in Österreich um nur 3,0% zu. Andererseits ist in der Textilbranche das durchschnittliche Wachstum innerhalb der

EU-15 mit 0,4% deutlich schwächer als in Österreich, das einen Anstieg von 0,9% verzeichnete (siehe Tabelle 2.1-1).

Der internationale Handel mit Textilwaren liefert eindeutige Indizien für eine Erhöhung der Wettbewerbsintensität und Verschiebungen zwischen den Produzentenländern. An der Entwicklung der Importe der EU-12<sup>1</sup> im Zeitraum von 1989 bis 1998 lassen sich Marktanteilsverschiebungen zu Gunsten neuer Handelspartner nachweisen (siehe Tabelle 2.1-2). Beispielsweise haben sich die Importe der EU-12 aus den MOEL-6<sup>2</sup> in diesem Zeitraum mehr als vervierfacht (von rund 410 Mio. auf 1,84 Mrd. ECU); ähnlich die Situation bei Importen der EU-12 aus der Türkei, die in der betrachteten Dekade ausgehend von einem Niveau von rund 1 Mrd. ECU einen Anstieg auf 2,5 Mrd. ECU erlebten. Während Importe aus der NAFTA nur unmerklich zu einer Verschärfung des Wettbewerbs beitragen verspüren europäische Produzenten zunehmende Konkurrenz im Binnenmarkt aus dem asiatischen Raum. Erschwerend hat sich für europäische Produzenten ein abwertungsbedingter Preisdruck im Zuge der Asienkrise in den ausgehenden 90er Jahren ausgewirkt.

Tabelle 2.1-2: Importentwicklung der EU-12 in der Textilindustrie (NACE 17)

Importe der EU-12 aus .....											1998/1989	
	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	Veränderung	Durchsch. jährl. Wachstumsrate
Intra-EU (15) lt. DB	251 33,9	26462,8	27025,4	27288,6	25686,2	27976,7	31012,1	31852,1	32866,7	33975,5	35,2	3,1
EU-12	24691,2	26234,6	26984,9	27299,7	22224,8	24683,5	25092,6	25729,0	27257,0	27854,8	12,8	1,2
Frankreich	3365,8	3460,2	3432,3	3504,1	2793,8	3264,0	3385,2	3394,7	3642,5	3721,2	10,6	1,0
Belgien	3786,5	4034,7	4081,9	4134,9	3273,5	3759,7	3717,7	3811,1	4014,0	4133,4	9,2	0,9
Niederlande	1813,4	1958,5	2088,4	2034,5	1570,0	1691,8	1812,9	1896,4	1967,6	2064,6	13,9	1,3
Deutschland	5047,0	5257,5	5132,3	5050,0	3837,6	4156,7	4109,6	4016,2	4140,0	4260,2	-15,6	-1,7
Italien	6035,6	6500,3	6904,9	7135,3	6019,6	6447,4	6478,6	6626,5	6960,4	7082,5	17,3	1,6
Großbritannien	1710,0	1859,8	2006,7	2066,5	1751,2	2033,9	2096,4	2147,3	2465,6	2376,2	39,0	3,3
Irland	395,6	410,7	431,1	420,7	346,9	384,3	369,2	354,7	325,6	312,2	-21,1	-2,3
Dänemark	335,0	381,7	395,3	401,9	288,2	310,6	306,7	333,6	351,1	344,2	2,7	0,3
Griechenland	496,6	466,7	459,3	430,7	398,7	400,6	405,1	439,8	453,8	420,4	-15,3	-1,7
Portugal	1046,7	1130,2	1222,3	1272,8	1160,3	1251,8	1263,9	1387,1	1432,4	1472,2	40,7	3,5
Spanien	659,0	774,3	830,4	848,3	785,0	982,7	1147,5	1321,6	1504,0	1667,7	153,1	9,7
MOEL	409,6	481,9	610,4	741,8	856,7	1075,9	1206,8	1295,1	1570,2	1842,5	349,8	16,2
Türkei	1012,3	1014,0	1056,3	1078,3	1046,4	1309,1	1479,5	1759,6	2204,7	2506,5	147,6	9,5
China	1163,7	1089,7	1223,1	1289,3	1488,8	1633,4	1414,3	1480,7	1857,7	1964,2	68,8	5,4
Indien	688,0	758,7	868,9	937,2	1098,5	1261,4	1321,9	1461,7	1664,9	1649,1	139,7	9,1
NAFTA	816,8	885,8	1005,2	968,9	982,0	1067,8	1148,4	1202,2	1362,2	1338,3	63,8	5,1
Schweiz	1173,8	1222,9	1155,5	1103,3	1019,8	1087,6	1048,8	944,2	897,2	932,5	-20,6	-2,3
Österreich	1048,9	1146,5	1193,4	1198,8	1094,3	1107,9	889,1	929,7	958,6	968,6	-7,7	-0,8
Finnland	84,7	89,3	96,8	98,4	86,2	102,2	100,5	120,5	100,9	107,0	26,3	2,4
Schweden	218,0	217,6	224,6	241,1	225,8	253,1	273,6	296,8	321,1	322,9	48,1	4,0

Quelle: COMEXT, WIFO-Berechnungen

Eine Schwächung der Position der Textilproduzenten aus den EU-12 läßt sich an der Tatsache ablesen, daß das Absatzvolumen im Binnenmarkt zwar vielfach zweistellig gewachsen (Portugal, Italien, Großbritannien) aber insgesamt wenig spektakulär angestiegen ist; eine bemerkenswerte Ausnahme bilden die spanischen Textilproduzenten, denen es gelungen ist, den Export in die anderen 11 EU-Kernländer auf das Zweieinhalbfache anzuheben (von 659 Mio. ECU auf 1,67 Mrd. ECU). Demgegenüber erlebten Irland und Griechenland sogar leichte Absatzeinbußen im

<sup>1</sup> EU-12: Belgien, Dänemark, Deutschland, Frankreich, Griechenland, Großbritannien, Irland, Italien, Luxemburg, Niederlande, Portugal, Spanien.

<sup>2</sup> MOEL-6: Bulgarien, Polen, Rumänien, Slowakei, Tschechien, Ungarn.



Markt der 12 und die deutsche Textilwirtschaft hatte einen massiven Rückgang um mehr als 15% zu verkraften. Österreich und die Schweiz, die 1989 Textilwaren im Wert von jeweils mehr als 1 Mrd. ECU in den EU-12 geliefert haben, verzeichneten im betrachteten Zeitraum Rückgänge von insgesamt 7,7 bzw. 20,6%.

Vor dem Hintergrund der Entwicklungen in den 90er Jahren ist die Situation der europäischen Textilproduzenten insgesamt als prekär zu beurteilen. Der im Zuge der Liberalisierung des internationalen Handels für Textil- und Bekleidungsprodukte einsetzende Strukturwandel setzt vor allem Unternehmen in Hochlohnländern unter Druck; ein klares Indiz dafür liefert die Entwicklung in der Bundesrepublik Deutschland. Durch eine Verschärfung der Konkurrenzsituation sind also nicht nur die tendenziell arbeitsintensiven Produzenten aus der Bekleidungsindustrie betroffen, sondern auch die vielfach eher kapitalintensive Produktionsweise der Textilindustrie. Auch in dieser Branche verzeichnen Importe aus Niedriglohnländern wie zum Beispiel aus den MOEL, China, Indien, Indonesien oder der Türkei signifikante Zuwächse; in einigen Fällen insbesondere bei Importen aus den MOEL findet das hohe Wachstum allerdings ausgehend von einem niedrigen Anfangsniveau statt. Obwohl das Wachstum der Textilproduktion in den 12 Kernländern der Europäischen Union insgesamt einen relativen Bedeutungsverlust der Branche gegenüber anderen Zweigen der Sachgüterproduktion anzeigt, nimmt sie in einigen Ländern eine herausragende Stellung ein. Die Realisierung von Wachstumschancen findet unter den erschwerenden Bedingungen einer Intensivierung des internationalen Wettbewerbs statt.

## 2.2 Die Entwicklung der österreichischen Textilindustrie

Ein Vergleich der österreichischen Textilindustrie mit den anderen EU-Mitgliedstaaten zeigt trotz einer weitgehend übereinstimmenden Entwicklung eine Reihe von nationalen Besonderheiten. So gehört Österreich zusammen mit Italien und Belgien zu jenen hochindustrialisierten Ländern, deren Textilindustrie nach wie vor einen überdurchschnittlichen Anteil an der gesamten Sachgüterproduktion einnimmt. Eine Sonderstellung nimmt Österreich durch eine überragende Steigerung der Wertschöpfung ein: Im Zeitraum von 1989 bis 1998 ist in keinem Land der Union ein annähernd hoher Zuwachs der Wertschöpfung im Textilbereich gelungen wie in Österreich; mit einer durchschnittlichen jährlichen Steigerung von 5,3% liegt das Wertschöpfungswachstum signifikant über dem EU-Vergleichswert von nur 0,5% (siehe Tabelle 2.2-1).

Tabelle 2.2-1: Nominelle Wertschöpfung, Beschäftigung und Produktivität in der Textilindustrie (NACE 17)

	Wertschöpfung			Beschäftigung			Produktivität		
	1989	1998	Durchschnittliche Veränderung in 1998/1989 %	1989	1998	Durchschnittliche Veränderung in 1998/1989 %	1989	1998	Durchschnittliche Veränderung in 1998/1989 %
Belgien	1.544,0	1.922,7	2,5	50.004	40.049	-2,4	30.876,9	48.009,7	5,0
Dänemark	287,9	307,2	0,7	9.459	6.150	-4,7	30.431,3	49.944,7	5,7
Deutschland	6.113,6	5.049,1	-2,1	232.579	127.151	-6,5	26.286,0	39.709,8	4,7
Griechenland	359,5	394,1	1,0	40.083	20.098	-7,4	8.969,9	19.610,4	9,1
Spanien	2.781,3	2.401,5	-1,6	145.412	110.241	-3,0	19.127,1	21.783,8	1,5
Frankreich	3.918,5	3.987,9	0,2	151.549	119.737	-2,6	25.856,3	33.305,6	2,9
Irland	189,9	223,8	1,8	9.628	9.918	0,3	19.721,6	22.564,0	1,5
Italien	7.665,0	8.908,8	1,7	238.637	204.670	-1,7	32.119,8	43.527,8	3,4
Niederlande	662,9	736,8	1,2	19.858	13.971	-3,8	33.381,0	52.737,8	5,2
Österreich	741,1	1.178,1	5,3	33.678	22.672	-4,3	22.005,5	51.962,3	10,0
Portugal	1.141,2	1.476,4	2,9	164.666	120.679	-3,4	6.930,4	12.234,1	6,5
Finnland	314,9	283,0	-1,2	9.850	6.469	-4,6	31.967,5	43.739,4	3,5
Schweden	462,9	282,9	-5,3	12.211	6.877	-6,2	37.909,3	41.134,2	0,9
Großbritannien	4.561,9	4.982,6	1,0	219.275	149.442	-4,2	20.804,2	33.341,6	5,4
EU15	30.744,4	32.134,9	0,5	1.336.889	958.124	-3,6	22.997,0	33.539,4	4,3
Japan 1)	28.341,0	33.710,7	1,9	736.175	713.785	-0,3	38.497,6	47.228,1	2,3
USA 1)	23.609,2	19.490,0	-2,1	646.168	451.683	-3,9	36.537,2	43.149,7	1,9

1) Letztes Jahr 1997.

Quelle: SBS, WIFO-Berechnungen

Aus der Wertschöpfungsentwicklung folgt ein gravierender Unterschied zwischen Österreich und seinen europäischen Partnern, der sich in der Analyse der Produktivitätsentwicklung spiegelt: Für die erfreulich starke Produktivitätsentwicklung der heimischen Textilproduzenten ist überwiegend die Steigerung der Wertschöpfung und nicht der Beschäftigungsrückgang verantwortlich. Die Beschäftigungsverluste der österreichischen Textilindustrie seit Ende der 80er Jahre sind mit jährlich durchschnittlich 4,3% zwar insgesamt massiv, allerdings nur geringfügig über dem Vergleichswert der EU-15 (-3,6%). Demgegenüber nimmt die heimische Textilwirtschaft hinsichtlich der Produktivitätsentwicklung eine Sonderstellung ein; der durchschnittliche jährliche Zuwachs der Produktivität – gemessen an der Wertschöpfung pro Beschäftigtem – machte zwischen 1989 und 1998

immerhin 10% aus (EU-15: 4,3%). Die österreichische Textilwirtschaft hat es somit bis 1998 geschafft, das zweithöchste Produktivitätsniveau innerhalb der Union zu erreichen und liegt im Produktivitätsvergleich nunmehr rund 35% über dem Wert der EU-15 (siehe Tabelle 2.2-1).

Tabelle 2.2-2: Exporte der österreichischen Textilindustrie (NACE 17) in Mio. ATS [FTA3 umgeschlüsselt]

<b>in die EU15(EU14)</b>	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Spinnstoffaufbereitung und Spinnerei	2683,1	2843,5	2937,6	3041,8	2614,2	2906,3	2455,1	2444,5	2641,8	2685,9
Weberei	6289,8	6685,5	6007,6	5739,5	4914,5	4749,8	4877,9	4677,2	5195,0	5392,4
Herstellung von konfektionierten Textilwaren (ohne Bekleidung)	998,1	1125,4	1263,0	1329,6	1243,3	1138,6	1123,4	1259,6	1261,3	1354,1
Herstellung von sonstigen Textilwaren (ohne Maschenwaren)	3599,8	3823,7	3881,2	3613,5	3462,2	3532,8	3548,6	2925,7	3110,1	3571,7
Herstellung von gewirktem und gestricktem Stoff	1427,0	1898,5	2122,3	2118,9	1849,9	1813,6	1554,6	1760,5	1741,2	1926,5
Herstellung von gewirktem und gestrickten Fertigerzeugnissen	1499,0	1660,4	2130,6	2233,5	1935,1	1787,8	1937,0	1933,0	1995,0	1694,5
<b>NACE 17</b>	<b>16496,8</b>	<b>18037,0</b>	<b>18342,3</b>	<b>18076,8</b>	<b>16019,2</b>	<b>15928,9</b>	<b>15496,6</b>	<b>15000,5</b>	<b>15944,4</b>	<b>16625,1</b>
<b>in die Extra-EU</b>										
Spinnstoffaufbereitung und Spinnerei	1228,0	1059,8	803,9	766,5	841,1	898,1	748,2	903,1	880,8	731,2
Weberei	1966,1	2239,8	2188,6	2313,7	2275,8	2127,4	2295,8	2450,9	3114,6	3164,6
Herstellung von konfektionierten Textilwaren (ohne Bekleidung)	365,0	441,9	369,0	364,3	420,5	523,5	529,6	499,3	589,6	653,4
Herstellung von sonstigen Textilwaren (ohne Maschenwaren)	1831,4	1916,4	1905,6	2057,8	2043,9	1890,6	2061,8	2216,7	2425,0	2714,6
Herstellung von gewirktem und gestricktem Stoff	417,9	432,0	547,2	653,1	812,2	938,6	853,8	968,4	1142,6	1440,6
Herstellung von gewirktem und gestrickten Fertigerzeugnissen	791,2	869,7	705,8	667,4	580,6	605,4	617,8	583,9	621,3	577,2
<b>NACE 17</b>	<b>6599,6</b>	<b>6959,6</b>	<b>6520,1</b>	<b>6822,8</b>	<b>6974,1</b>	<b>6983,6</b>	<b>7107,0</b>	<b>7622,3</b>	<b>8773,9</b>	<b>9281,6</b>
<b>insgesamt</b>										
Spinnstoffaufbereitung und Spinnerei	3911,1	3903,3	3741,5	3808,3	3455,3	3804,4	3203,3	3347,6	3522,6	3417,1
Weberei	8255,9	8925,3	8196,2	8053,2	7190,3	6877,2	7173,7	7128,1	8309,6	8557,0
Herstellung von konfektionierten Textilwaren (ohne Bekleidung)	1363,1	1567,3	1632,0	1693,9	1663,8	1662,1	1653,0	1758,9	1850,9	2007,5
Herstellung von sonstigen Textilwaren (ohne Maschenwaren)	5431,2	5740,1	5786,8	5671,3	5506,1	5423,4	5610,4	5142,4	5535,1	6286,3
Herstellung von gewirktem und gestricktem Stoff	1844,9	2330,5	2669,5	2772,0	2662,1	2752,2	2408,4	2728,9	2883,8	3367,1
Herstellung von gewirktem und gestrickten Fertigerzeugnissen	2290,2	2530,1	2836,4	2900,9	2515,7	2393,2	2554,8	2516,9	2616,3	2271,7
<b>NACE 17</b>	<b>23096,4</b>	<b>24996,6</b>	<b>24862,4</b>	<b>24899,6</b>	<b>22993,3</b>	<b>22912,5</b>	<b>22603,6</b>	<b>22622,8</b>	<b>24718,3</b>	<b>25906,7</b>
Produktionswert	25656,2	27935,1	28256,2	28476,9	26035,9	25709,4	26164,3	25768,1	26229,2	27013

Quelle: Statistik Österreich, WIFO-Berechnungen

Die Verteidigung der Position der österreichischen Textilproduzenten in einem verschärften internationalen Wettbewerbsumfeld scheint nach einer Schwächephase zwischen 1993 und 1997 bislang weitgehend gelungen zu sein. Bei einem im Vergleich mit großen Produzentenländern wie Italien, Frankreich, Großbritannien und Deutschland kleinen Heimmarkt gepaart mit wiederkehrenden Stagnationserscheinungen des inländischen Absatzmarktes hat der Export für heimische Textilproduzenten eine besonders hohe Bedeutung. Exportanteile von über 90% sind für einzelne Unternehmen deshalb keine Seltenheit und insgesamt erzielte der Sektor während der letzten 20 Jahre Exportquoten von bis nahezu 80 Prozent.

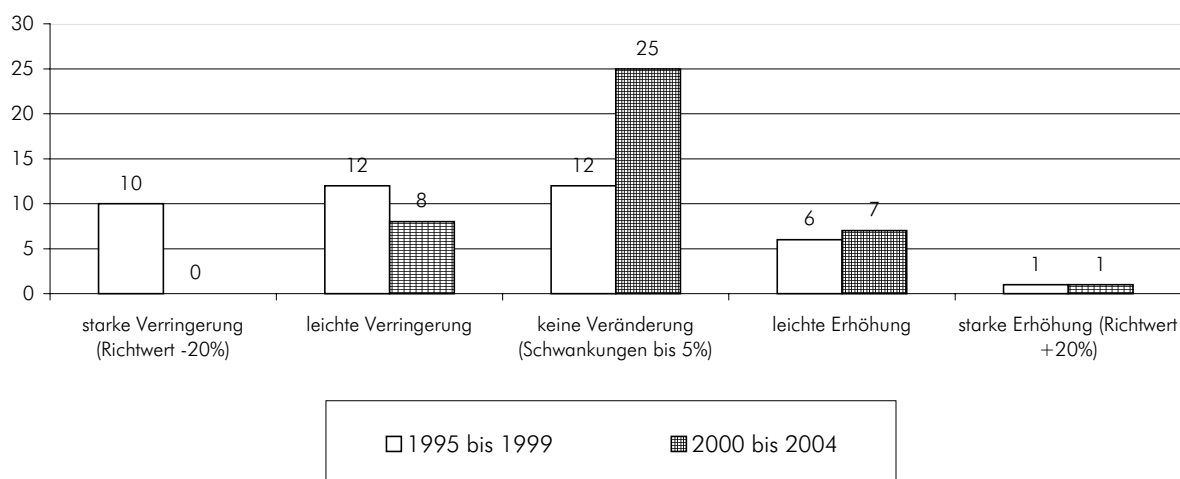
Die Entwicklung der österreichischen Textilexporte zeigt, daß die seit 1993 erlittenen Absatzeinbußen im europäischen Binnenmarkt nicht wettgemacht werden konnten; allerdings bestehen

Anzeichen für eine Stabilisierung der Exporte in die EU auf dem Niveau der ausgehenden 80er Jahre (siehe Tabelle 2.2-2). Marktanteilsverluste der österreichischen Textilproduzenten im Binnenmarkt konnten durch Erfolge auf den Exportmärkten außerhalb der Union – zumindest in der zweiten Hälfte der 90er Jahre – mehr als wettgemacht werden, sodaß seit 1997 auch wieder Exportquoten von 75-80% möglich sind.

Die Erschließung neuer Absatzmärkte erklärt nur teilweise den Zugewinn an Wertschöpfung, der – wie erwähnt – auch für die außerordentliche Produktivitätsverbesserung der heimischen Textilproduzenten ausschlaggebend ist. Natürlich konnten neue Absatzmärkte bei einigen Produktgruppen – insbesondere Weberei – zu einer Stabilisierung des Produktionsvolumens und somit auch zum Erhalt von Wertschöpfung beitragen; im Bereich Spinnstoffaufbereitung und Spinnerei ist dies nicht gelungen. Aus den Exportdaten lassen sich auch Strukturverschiebungen ablesen, die einen Zugewinn bei konfektionierten Textilwaren, gewirktem und gestrickten Stoff sowie sonstigen Textilwaren zeigen. Darüber hinaus ist es aber auch zu schmerzlichen Marktberäuberungen bei den Anbietern mit sektoral produktivitätssteigernder Wirkung gekommen. Laut Fachverband der Textilindustrie ist im Zeitraum von 1993 bis 1997 – also während des Höhepunktes der Krise – die Anzahl der Betriebe von 359 auf 302 bzw. der Unternehmen von 262 auf 227 geschrumpft.

Übersicht T-1: Beschäftigungsentwicklung österreichischer Textilproduzenten

### Entwicklung des Mitarbeiterstandes

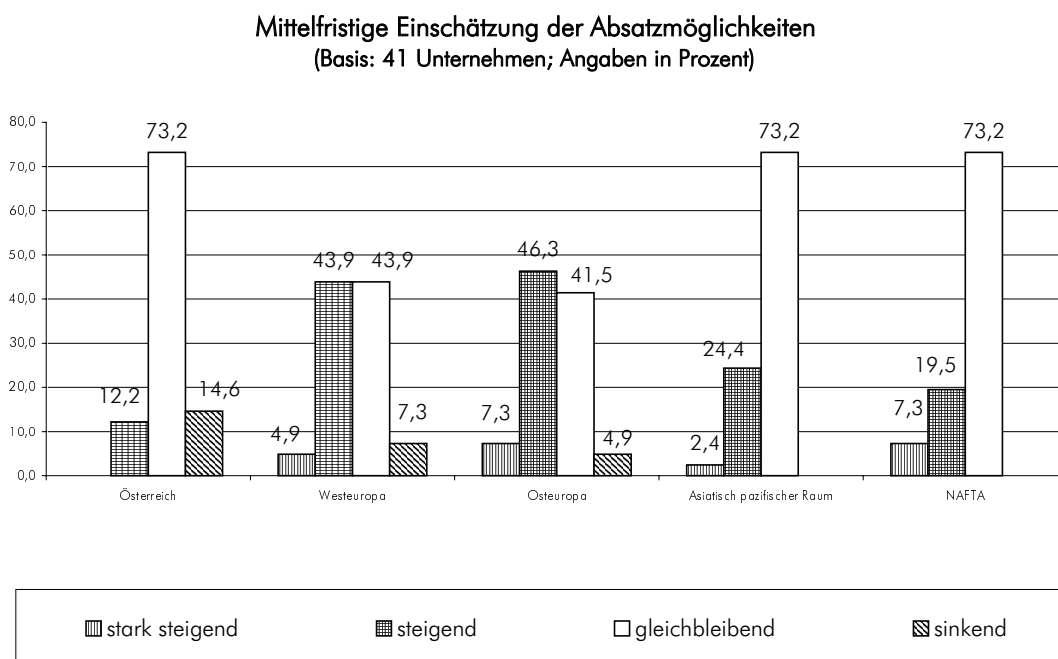


Quelle: WIFO Unternehmensbefragung TEXTIL 2000+; Basis 41 Unternehmen mit ca. 4100 Mitarbeitern.

Die Eigeneinschätzung der österreichischen Textilproduzenten im Rahmen der Unternehmensbefragung TEXTIL 2000+ (siehe auch ANHANG) spiegelt die anhand von Industrie- und Export-

statistik erläuterte Branchenentwicklung. Beispielsweise zeigt sich sehr klar, daß der internationale Strukturwandel auch die österreichischen Anbieter erfaßt hat und zu Beschäftigungsverlusten in der Branche führte. So hat rund die Hälfte der befragten Unternehmen während der letzten 5 Jahre Beschäftigungsverluste zu vermelden, für rund ein Viertel machte die Verringerung des Mitarbeiterstandes mehr als 20% aus. Demgegenüber konnte nur ein geringer Anteil der Unternehmen den Mitarbeiterstand ausbauen. Die mittelfristige Einschätzung – für die nächsten 5 Jahre – deutet auf eine Stabilisierung des Beschäftigtenstandes hin. Immerhin erwarten fast zwei Drittel der Unternehmen nur noch geringe Beschäftigungsschwankungen und Unternehmen die eine Beschäftigungsausweitung bzw. eine weitere Reduktion des Mitarbeiterstandes erwarten halten sich die Waage (siehe Übersicht T-1).

Übersicht T-2: Perspektiven für den mittelfristigen Absatz heimischer Textilproduzenten



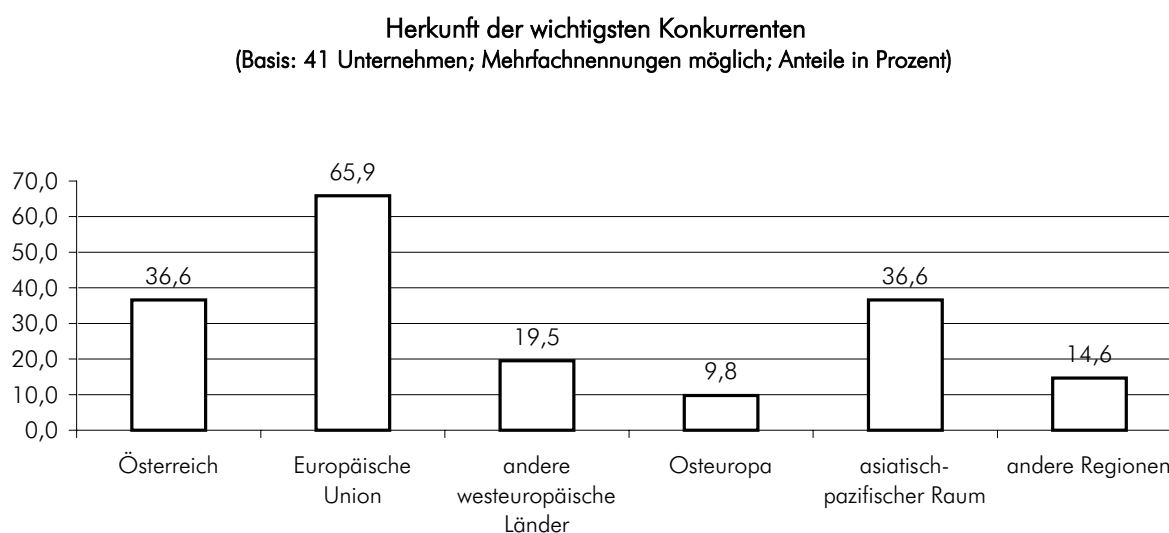
Quelle: WIFO Unternehmensbefragung TEXTIL 2000+

Die hohe Bedeutung von Exporten, eine starke Verankerung auf den westeuropäischen Märkten und erste Anzeichen für eine stärkere Ausrichtung des Absatzes auch außerhalb des europäischen Binnenmarktes werden in der Unternehmensbefragung erkennbar. Gemessen an den Erlösen haben mehr als 40% der befragten Unternehmen einen Exportanteil von über 80% und rund ein Drittel kommt zumindest auf eine Exportquote von über 50%. Demgegenüber spielt der Heimmarkt nur für 7 von 41 Unternehmen eine dominierende Rolle. Der europäische Wirtschaftsraum (EWR) ist nach wie vor der wichtigste Absatzmarkt österreichischer Textilhersteller, obwohl das Interesse an anderen Regionen längst vorhanden ist. Allerdings tätigen erst 4 von 41 befragten Unternehmen

mehr als 10% des Umsatzes im asiatisch-pazifischen Raum und drei Unternehmen überschreiten diesen Schwellwert mit Exporten nach Osteuropa oder in die NAFTA.

Die Einschätzung der Unternehmen zur mittelfristigen Entwicklung ihrer Absatzchancen auf einzelnen Märkten liefert nicht nur Indizien für vorsichtigen Optimismus, sondern zeigt auch, daß die Erschließung neuer Absatzmärkte außerhalb Westeuropas an Relevanz gewinnt (siehe Übersicht T-2). Während für den Inlandsmarkt eine Stagnation der Umsätze erwartet wird, konzentriert sich das Interesse zunehmend auf Osteuropa: Mehr als die Hälfte der befragten Textilproduzenten erwarten zumindest steigende Absatzmöglichkeiten auf diesem Markt. Interessant ist aber auch, daß Nordamerika und mehr noch der asiatisch-pazifische Raum als Märkte mit steigenden Absatzmöglichkeiten eingeschätzt werden.

### Übersicht T-3: Herkunft der Konkurrenten der heimischer Textilproduzenten

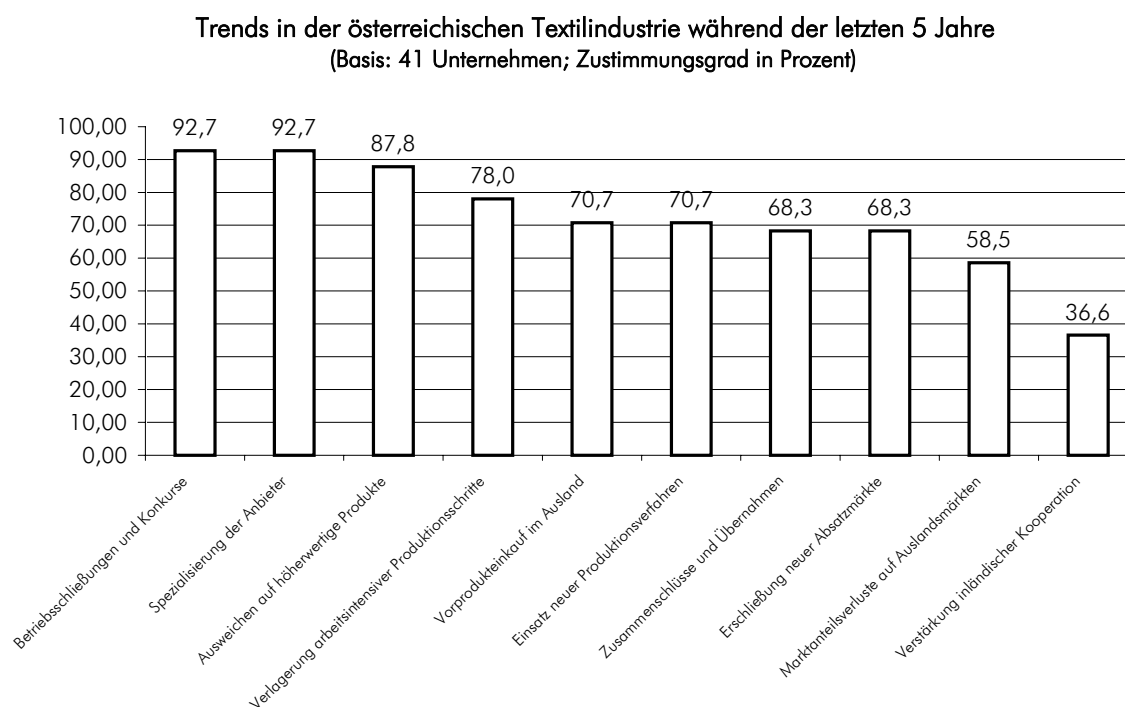


Quelle: WIFO Unternehmensbefragung TEXTIL 2000+

Aus der Befragung TEXTIL 2000+ läßt sich auch die gegenwärtige Konkurrenzsituation ablesen und eine mittelfristige Einschätzung für die Zukunft treffen. Im wesentlichen spiegelt sich in den Ergebnissen eine Fortschreibung von Trends die anhand der Industrie- und Handelsdaten bis 1998 ersichtlich wurden. Gegenwärtig kommen die wichtigsten Konkurrenten heimischer Textilerzeuger aus den 14 anderen Mitgliedsstaaten der Europäischen Union (siehe Übersicht T-3). Dies ist insofern plausibel, als der Binnenmarkt auch den nach wie vor wichtigsten Absatzmarkt für österreichische Textilprodukte bildet. Interessant ist aber, daß Konkurrenten aus dem asiatisch-pazifischen Raum ebenso häufig zu den Hauptkonkurrenten zählen wie heimische Mitbewerber.

Darüber hinaus werden andere Regionen – vielfach mit Verweis auf die Türkei – öfter als Hauptkonkurrenten genannt als die Produzenten aus Osteuropa. Es ist zu vermuten, daß sich hierbei nicht nur das im Vergleich mit den MOEL höhere Absatzvolumen der türkischen Textilproduzenten auf den westeuropäischen Märkten niederschlägt. Vielmehr scheinen osteuropäische Textilerzeuger über den passiven Veredelungsverkehr bereits stärker in die Handelsbeziehungen der heimischen Produzenten eingebunden zu sein und werden somit weniger stark als Hauptkonkurrenten wahrgenommen. Insgesamt zeichnet sich aber mittelfristig eine Verschärfung der Konkurrenz sowohl durch asiatische als auch durch osteuropäische Textilerzeuger ab. Während nur knapp ein Drittel der befragten Unternehmen für seine Produkte bis zum Jahr 2005 keine Verschärfung des Wettbewerbs durch Produzenten aus diesen Regionen erwartet, sind jeweils zumindest 44% der heimischen Anbieter von einer Intensivierung des Wettbewerbs durch asiatische oder osteuropäische Konkurrenten überzeugt.

Übersicht T-4: Entwicklungen der letzten 5 Jahre in der österreichischen Textilindustrie



Quelle: WIFO Unternehmensbefragung TEXTIL 2000+

Die Einschätzung der Trends in der zweiten Hälfte der 90er Jahre decken sich weitgehend mit den Analysen der Industriestatistik tragen allerdings auch zu einer Erklärung des „Produktivitätswunders“ der österreichischen Textilindustrie bei (siehe Übersicht T-4). Der von einer Intensivierung des Wettbewerbs ausgehende Strukturwandel in der europäischen Textilindustrie hat auch bei den heimischen Anbietern zu massiven Marktberäuberungen bzw. Betriebsschließungen und Konkursen geführt. Produktivitätssteigerungen, die in Österreich primär auf eine Erhöhung der Wertschöpfung

zurückzuführen sind, können – mit Einschränkungen – zudem durch das Ausweichen auf höherwertige Produkte erklärt werden. In der Befragung finden allerdings auch Spezialisierung, Anpassung an neue Formen internationaler Arbeitsteilung (Verlagerung arbeitsintensiver Produktionsschritte, Vorprodukteinkauf im Ausland) sowie der Einsatz neuer Produktionsverfahren überdurchschnittlich hohe Zustimmung. Obwohl die Intensivierung des internationalen Wettbewerbs vielfach zu Marktanteilsverlusten auf bestehenden Auslandsmärkten – insbesondere auf dem europäischen Binnenmarkt – geführt hat, haben österreichische Textilproduzenten mit zunehmender Erschließung neuer Exportmärkte offensive Maßnahmen auf der Absatzseite gesetzt.

Vor dem Hintergrund der europäischen Entwicklungen kann die Situation der österreichischen Textilindustrie überwiegend positiv beurteilt werden. Die Bewältigung des Strukturwandels ist den heimischen Erzeugern bislang besser gelungen als vielen Produzenten aus anderen Hochlohnländern. Die Krise der Branche in den 90er Jahren, die sich an Betriebsschließungen und einer Absenkung des Beschäftigungsniveaus ablesen läßt, hat nicht dazu geführt, daß die Branche in Österreich in Bedeutungslosigkeit versinkt. Vielmehr hat sie nach wie vor einen (im EU-Vergleich) überdurchschnittlich hohen Stellenwert als Teil der Sachgüterproduktion. Der Anpassungsdruck hat nicht nur defensive Reaktionen (Stichwort: Kostensenkung) hervorgerufen, vielmehr Anreize zur Erhöhung der Wertschöpfung und Erschließung neuer Absatzmärkte bewirkt. Insbesondere infolge einer überdurchschnittlichen Wertschöpfungssteigerung ist es den heimischen Produzenten gelungen, ein Produktivitätsniveau zu erreichen, das höher ist als in Japan, den USA und mit Ausnahme der Niederlande auch aller anderen EU-Mitgliedsstaaten.

Das bedeutet allerdings keinesfalls, daß die Stabilität im Sektor für die Zukunft gewährleistet ist. Auch für österreichische Produzenten gilt, daß angesichts der mittelfristig erwartbaren Intensivierung des Wettbewerbs durch Anbieter aus Niedriglohnländern die Notwendigkeit besteht, weiterhin produkt- und prozeßbezogene Maßnahmen (Qualitätsverbesserung, Innovationen) zu setzen und auch – geographisch gesehen – neue Absatzmärkte zu erschließen. Gerade in diesem Punkt könnte sich die in der europäischen Textilindustrie vorherrschende klein- und mittelbetriebliche Struktur als Problem für das Wachstum auf Auslandsmärkten erweisen.

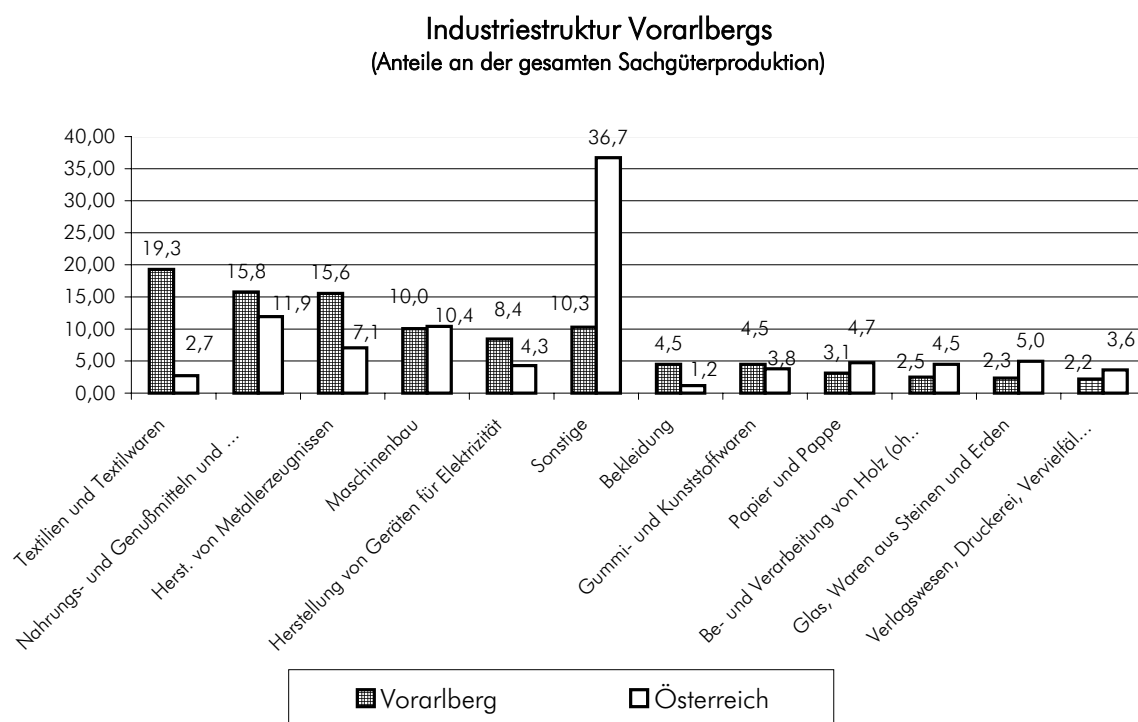


## 2.3 Die Sonderstellung der Textilindustrie in Vorarlberg

Während der internationale Vergleich bereits gezeigt hat, daß die Textilproduktion in der heimischen Sachgüterproduktion einen überdurchschnittlich hohen Anteil erreicht, folgen aus einer innerösterreichischen Betrachtung weitere strukturelle Merkmale, die im folgenden kurz erläutert werden. In zweierlei Hinsicht nimmt das Bundesland Vorarlberg eine Sonderstellung ein:

- (1) Die Herstellung von Textilien und Textilwaren weist in Vorarlberg – gemessen an Indikatoren wie zum Beispiel unselbständig Beschäftigte und Produktionswert – eine führende Position in der Sachgüterproduktion auf.
- (2) Innerhalb Österreichs findet sich im westlichsten Bundesland die höchste Konzentration der Textilproduktion; mehr als ein Drittel der heimischen Textilproduktion entfällt allein auf das Bundesland Vorarlberg.

Übersicht 2.3-1: Vergleich der Branchenstruktur zwischen Vorarlberg und Österreich 1998



Quelle: Statistik Österreich, Konjunkturerhebung 1998

Die hohe Bedeutung der Textilindustrie für Vorarlberg ist insbesondere für industrie- und regionalpolitische Überlegungen relevant. Aus der Dominanz einer Branche ergeben sich wechselseitige Abhängigkeiten zwischen regionaler Entwicklung der Wirtschaftskraft (bzw. des Arbeitsmarktes) einerseits und den sektoralen konjunkturellen Entwicklungen andererseits. Der Zusammenhang wird sowohl bei Strukturkrisen und Schwächeerscheinungen der Branche als auch in Aufschwung-

phasen klar erkennbar. Die Bewältigung des internationalen Strukturwandels in der Textilindustrie ist deshalb auch ein vordringliches wirtschaftspolitisches Thema für das Bundesland Vorarlberg.

Der empirische Befund zu Besonderheiten der Industriestruktur Vorarlbergs läßt sich anhand der Konjunkturerhebung im produzierenden Bereich nachvollziehen (siehe Übersicht 2.3-1). Im Jahre 1998 machte das Produktionsvolumen der Vorarlberger Textilindustrie fast ein Fünftel der Sachgüterproduktion des Bundeslandes aus. Für die Branche ist ein deutlicher Unterschied zwischen Vorarlberg und Gesamtösterreich festzustellen. In zwei weiteren Branchen, die im westlichsten Bundesland eine überdurchschnittlich hohe Bedeutung haben (Herstellung von Metallerezeugnissen, Nahrungs- und Genußmittel, Getränke) ist der strukturelle Unterschied zur österreichischen Sachgüterproduktion zwar insgesamt beträchtlich aber bei weitem nicht so stark ausgeprägt wie in der Textilindustrie. Interessant ist im Industriestrukturvergleich zwischen Vorarlberg und Österreich auch eine fast viermal so hohe Gewichtung der Bekleidungsindustrie, deren Produktionsvolumen allerdings nur 4,5% der Vorarlberger Sachgüterproduktion ausmacht. Der vergleichsweise geringe Anteil Vorarlbergs bei sonstigen Industrien ist im wesentlichen auf die niedrige Ausprägung in Bereichen wie Chemie, Eisen- und Stahlerzeugung, Nachrichtentechnik und Ledererzeugung zurückzuführen.

Der zweite Aspekt der Sonderstellung Vorarlbergs – die räumliche Konzentration der heimischen Textilproduktion in diesem Bundesland – hat ebenfalls eine hohe industriepolitische Relevanz. Die Argumentationen zur Globalisierung und Intensivierung des internationalen Wettbewerbs berücksichtigen zunehmend, daß sich aus einer lokalen Verdichtung gleichartiger und komplementärer ökonomischer Aktivitäten Wettbewerbsvorteile für die ansässigen Unternehmen erzielen lassen (siehe dazu Kapitel 3). Zumindest auf horizontaler Ebene, also innerhalb der Branche, liegt für die Textilproduktion in Vorarlberg eine lokale Konzentration vor.

Anhand der Konjunkturerhebung, läßt sich eine räumliche Konzentration der österreichischen Textilbranche im Bundesland Vorarlberg belegen (siehe Tabelle 2.3-1)<sup>3</sup>. In den Jahren 1996 bis 1998 wurde mehr als ein Drittel der österreichischen Textilproduktion in Vorarlberg erzeugt; das strukturelle Merkmal regionaler Konzentration zeigen auch die Indikatoren Betriebe und unselbständig Beschäftigte. Aus Tabelle 2.3-1 wird die regionale Verdichtung insbesondere im Vergleich mit dem flächenmäßig größten Bundesland, Niederösterreich, deutlich. Niederösterreich nimmt zwar innerhalb Österreichs die zweitstärkste Stellung in der Textilproduktion ein, Produktionsvolumen, Beschäftigtenstand und Anzahl der Betriebe sind in der Branche allerdings (mit deutlichem Abstand) schwächer ausgeprägt als in Vorarlberg.

---

<sup>3</sup> Zu beachten ist, daß die Konjunkturerhebung nicht alle in einem Sektor aktiven Unternehmen berücksichtigt. So werden beispielsweise für die Textilindustrie lediglich Unternehmen mit mehr als 20 Beschäftigten und in der Bekleidungsindustrie solche mit mehr als 10 Beschäftigten erfaßt. Es können somit Unterschiede mit anderen Datenquellen auftreten. Insbesondere bei der Bestimmung des Repräsentationsgrades der Unternehmensbefragung TEXTIL 2000+ können merkliche Unterschiede auftreten, weil 16 von 41 befragten Unternehmen zur Kategorie bis 20 Beschäftigte gehören. Unter Vernachlässigung dieser Kategorie liegt der Repräsentationsgrad von TEXTIL 2000+ gemessen am Beschäftigtenstand bei rund 21% für die österreichische Textilindustrie und bei mehr als 53% für die Vorarlberger Textilindustrie (siehe Anhang).

Die regionale Konzentration der Textilindustrie auf Vorarlberg wird auch im Vergleich mit der Bekleidungsindustrie erkennbar. Die Konjunkturerhebung zeigt, daß in Vorarlberg auch ein im Österreich-Vergleich überdurchschnittlich hoher Anteil in der Erzeugung von Bekleidung vorliegt. In dieser Branche nehmen erneut Niederösterreich und Vorarlberg die führenden Positionen innerhalb Österreichs ein. Im Gegensatz zur Textilindustrie sind die Unterschiede zwischen den beiden Bundesländern sowohl gemessen am Produktionswert als auch am Beschäftigtenstand allerdings nur marginal (siehe Tabelle 2.3-1).<sup>4</sup>

Tabelle 2.3-1: Die Textilindustrie Vorarlbergs im Vergleich

Produktionswert in 1.000 S	Absolut			Anteile an Sachgüterproduktion (u. Bergbau) in %			Veränderung zum Vorjahr in %		
	Niederösterreich	Vorarlberg	Österreich	Niederösterreich	Vorarlberg	Österreich	Niederösterreich	Vorarlberg	Österreich
<b>1996</b>									
<b>Sachgütererzeugung und Bergbau</b>	253.167.352	59.723.254	1.111.993.574	100,0	100,0	100,0			
Textilien und Textilwaren	6.832.607	11.893.843	31.964.253	2,7	19,9	2,9			
Bekleidung	2.339.338	2.575.547	13.821.091	0,9	4,3	1,2			
<b>1997</b>									
<b>Sachgütererzeugung und Bergbau</b>	268.864.688	62.153.638	1.181.927.080	100,0	100,0	100,0	6,2	4,1	6,3
Textilien und Textilwaren	7.345.260	12.022.547	32.255.934	2,7	19,3	2,7	7,5	1,1	0,9
Bekleidung	2.331.189	2.859.126	14.007.396	0,9	4,6	1,2	-0,3	11,0	1,3
<b>1998</b>									
<b>Sachgütererzeugung und Bergbau</b>	264.593.039	64.517.491	1.230.804.807	100,0	100,0	100,0	-1,6	3,8	4,1
Textilien und Textilwaren	7.933.345	12.449.168	33.258.263	3,0	19,3	2,7	8,0	3,5	3,1
Bekleidung	3.001.669	2.896.211	14.180.575	1,1	4,5	1,2	28,8	1,3	1,2
<b>Unselbständig Beschäftigte</b>									
<b>1996</b>									
<b>Sachgütererzeugung und Bergbau</b>	101.912	33.399	556.556	100,0	100,0	100,0			
Textilien und Textilwaren	4.280	7.422	20.229	4,2	22,2	3,6			
Bekleidung	2.105	2.099	13.463	2,1	6,3	2,4			
<b>1997</b>									
<b>Sachgütererzeugung und Bergbau</b>	98.008	32.981	544.999	100,0	100,0	100,0	-3,8	-1,3	-2,1
Textilien und Textilwaren	4.149	7.284	19.351	4,2	22,1	3,6	-3,1	-1,9	-4,3
Bekleidung	1.869	1.994	12.091	1,9	6,0	2,2	-11,2	-5,0	-10,2
<b>1998</b>									
<b>Sachgütererzeugung und Bergbau</b>	98.509	33.125	545.697	100,5	100,4	100,1	0,5	0,4	0,1
Textilien und Textilwaren	4.089	7.324	18.858	4,2	22,2	3,5	-1,4	0,5	-2,5
Bekleidung	1.810	1.740	11.430	1,8	5,3	2,1	-3,2	-12,7	-5,5
<b>Betriebe</b>									
<b>1996</b>									
<b>Sachgütererzeugung und Bergbau</b>	1.587	498	8.535	100,0	100,0	100,0			
Textilien und Textilwaren	37	75	232	2,3	15,1	2,7			
Bekleidung	21	19	218	1,3	3,8	2,6			
<b>1997</b>									
<b>Sachgütererzeugung und Bergbau</b>	1.496	480	8.134	100,0	100,0	100,0	-5,7	-3,6	-4,7
Textilien und Textilwaren	34	69	212	2,3	14,4	2,6	-8,1	-8,0	-8,6
Bekleidung	18	16	189	1,2	3,3	2,3	-14,3	-15,8	-13,3
<b>1998</b>									
<b>Sachgütererzeugung und Bergbau</b>	1.412	444	7.498	100,0	100,0	100,0	-5,6	-7,5	-7,8
Textilien und Textilwaren	33	64	196	2,3	14,4	2,6	-2,9	-7,2	-7,5
Bekleidung	16	13	178	1,1	2,9	2,4	-11,1	-18,8	-5,8

Quelle: Statistik Österreich; Konjunkturerhebung im Produzierenden Bereich; eigene Berechnungen

Zusammenfassend nimmt die Textilindustrie im Bundesland Vorarlberg somit in zweierlei Hinsicht eine Sonderstellung ein: Sie ist von erheblicher regionaler Bedeutung (rund 20% der gesamten Sachgüterproduktion des Bundeslandes) und weist innerhalb Österreichs eine besonders hohe Konzentration auf (rund ein Drittel der österreichischen Textilproduktion). Im Rahmen dieser Untersuchung ist dies vor allem insofern relevant, als regionale Spezialisierung und Dichte verwandter ökonomischer Aktivitäten einen erfolgversprechenden Ausgangspunkt für Netzwerkbildung und

<sup>4</sup> Der Gehalt dieser Aussagen ist qualitativ gesehen adäquat, obwohl methodische Einschränkungen in der Erfassung der Betriebe im Rahmen der Konjunkturerhebung vorliegen (Vernachlässigung von Betrieben mit weniger als 20 Beschäftigten in der Textilindustrie und von Betrieben mit weniger als 10 Beschäftigten in der Bekleidungsindustrie).

Kooperation bilden. Darüber hinaus ist gewährleistet, daß die vorgenommenen empirischen Erhebungen im Rahmen von TEXTIL 2000+ nicht nur für die Vorarlberger Textilindustrie, sondern für alle in Österreich aktiven Unternehmen der Branche einen hohen Repräsentationsgrad (>20%) aufweisen.

### 3. Die Rolle von Kooperation und Netzwerkbildung bei der Bewältigung des Strukturwandels

#### 3.1 Cluster, Kooperation in Netzwerken und regionale Entwicklungsstrategien

In regionalpolitischer Perspektive ist die Frage nach Strategien zum Erhalt bzw. zu einer Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit der in einer Region ansässigen Unternehmen gerade im Zusammenhang mit Strukturkrisen von enormer Bedeutung. Eine regionale Spezialisierung wird vor allem in Zeiten gedämpfter Wachstumsaussichten von dominierenden Branchen als Belastung empfunden. Die wohlmeinenden Empfehlungen weisen dann meist in Richtung selektiver „Erweiterung des bestehenden Portfolios“ um innovative und wachstumsstarke Unternehmen. Regionalpolitische Instrumente wie zum Beispiel Betriebsansiedelung, Aufbau lokaler Infrastruktur sowie Erweiterung spezifischer Forschungs- und Ausbildungsstätten werden in der Folge zur Unterstützung von Unternehmen in sogenannten Wachstumsbranchen genutzt. Der Erfolg eines „Portfolio-Ansatzes der Regionalentwicklung“ hat – sieht man von den Problemen der Identifikation von Wachstumsbranchen<sup>5</sup> ab – hohe Plausibilität. Wenn es über Firmengründungen und Zuzug neuer Unternehmen gelingt, das regionale Portfolio zu erweitern, so sollte zumindest in längerfristiger Perspektive eine Glättung und Anhebung des Wachstumspfades einer Region erreicht werden.

Spezialisierung und Konzentration kann allerdings – ganz unabhängig von temporären Strukturkrisen – als besondere Chance zur Realisierung des endogenen Wachstumspotential eines Landes oder einer Region begriffen werden. Neuere theoretische Ansätze zur Regionalentwicklung greifen vielfach auf Alfred Marshalls gegen Ende des 19ten Jahrhunderts formulierte Arbeiten zur räumlichen Konzentration von wirtschaftlichen Aktivitäten in Industriegebieten (industrial districts) zurück, lassen sich durch Michael Porter und seine Arbeiten zu Clustern in den 80er und 90er Jahren inspirieren oder nehmen Transaktionskosten-, Kompetenz- und ressourcenbasierte Ansätze zur Theorie des Unternehmens in regionalökonomische Überlegungen auf.<sup>6</sup> Interessant sind diese Ansätze deshalb, weil sie auch die im Zuge regionaler Spezialisierung und Konzentration erreichten Vorteile sowie die Rolle sogenannter „weicher Faktoren“ wie beispielsweise des institutionellen Gefüges und der sozio-kulturellen Ausprägung von Verhaltensmustern, Informationsaustausch und kollektivem Lernen in einer Region berücksichtigen. Aus den gewonnenen Erkenntnissen lassen sich strategische Überlegungen ableiten, die auf die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit innerhalb

---

<sup>5</sup> Wachstumsbranchen zu identifizieren ist – wenn überhaupt möglich – nicht trivial und orientiert sich vielfach an Erfolgen aus der Vergangenheit oder in anderen Regionen. Eine Kritik des Ansatzes entzündet sich vielfach an der Tatsache, daß die Umsetzung entsprechender Strategien lokale Besonderheiten (z.B. bestehende Stärken einer Region) vielfach ignoriert oder mit zeitlichem Rückstand eine Imitation in anderen Regionen funktionierender Strategien vorschlägt. Maskell – Malmberg (1999) nennen Barrieren, die einer Imitation von regionalen Entwicklungsstrategien entgegenstehen: Erstens, nimmt der in einer Region aufgebaute Grundstock an Wissen (asset mass specificity, stock of knowledge) eine wichtige Rolle ein; zweitens ist es vielfach unmöglich, Entwicklungsprozesse aufzuholen, weil zeitliche Dauer eine Rolle spielt (time compression diseconomies) und drittens ist in einer Region das institutionelle Gefüge, das Zusammenspiel verschiedener Faktoren (inter-connectedness of asset stocks) zur Verwirklichung von Wettbewerbsvorteilen und Wachstumschancen erforderlich.

<sup>6</sup> Einen Überblick verschaffen beispielsweise Lawson (1999), Marceau (1994) und Simmie – Sennett (1999).

einer Region bereits vorfindbarer Unternehmen abzielen. In weiterer Folge sollten somit industrie- und regionalpolitische Maßnahmen wie beispielsweise zur Förderung von Kooperation und Netzwerkbildung entwickelt werden.

Regionale Konzentration und Spezialisierung bilden für Unternehmen ein Umfeld mit sehr spezifischen über reine Agglomerationseffekte hinausreichenden Wirkungen. Vielfach handelt es sich dabei um – aus Sicht des einzelnen Unternehmens – externe Effekte (external economies, externalities, spill-over). So kann der Zugriff auf einen (lokal konzentrierten) Pool von qualifizierten Arbeitskräften eine Überlegenheit in der Ressourcenausstattung gegenüber Produzenten außerhalb der Region bewirken. Auf Alfred Marshall geht die Argumentation zurück, daß räumliche Konzentration von Branchen vielfach zustande kommt, weil auf Unternehmensebene eine höhere Spezialisierung erfolgsbestimmend sein kann. Durch lokale Konzentration werden externe Effekte (Spillover-Effekte) wirksam, die sowohl infolge der Organisation der Arbeitsteilung zwischen stärker spezialisierten Unternehmen als auch durch Zugriffsmöglichkeiten auf mit spezifischen Fertigkeiten ausgestattetes Humankapital einzelwirtschaftliche Vorteile innerhalb einer Region bewirken. Zudem können infolge der Konzentration verwandter wirtschaftlicher Aktivitäten Kostenvorteile beim Bezug von anderen produktionsrelevanten Inputs (z.B. von spezifischen Vorprodukten) und der erleichterte Austausch innovativer Ideen zu einer Quelle von Wettbewerbsvorteilen werden.<sup>7</sup>

In dynamischer Sicht sind gerade die Entwicklung und der Austausch innovativer Ideen von entscheidender Bedeutung für Vorliegen, Beibehalten und Schaffung von Wettbewerbsvorteilen. Dabei gilt, daß Innovationsprozesse gleichermaßen für traditionelle Branchen (mature industries) wie für junge Branchen eine wesentliche Quelle der Wettbewerbsfähigkeit darstellen.<sup>8</sup>

Innovationsprozesse können als kollektive Lernprozesse mit dem Ziel des Aufbaus und Austauschs von technologisch und organisatorisch relevanten Wissens unter Beteiligung aller notwendigen Akteure verstanden werden. Während in historischer Betrachtung die lange Tradition einer Branche eine Akkumulation von technologisch und organisatorisch relevantem Wissen ermöglicht, ist es die räumliche Nähe der für den Innovationsprozeß relevanten Akteure, die den Austausch von Wissen erleichtert. Ein wesentlicher Faktor für das Gelingen der erforderlichen Lernprozesse ist nämlich auch die Häufigkeit von Interaktionen und direkter Kommunikation; Aufbau und Austausch

---

<sup>7</sup> Vergleiche dazu Simmie – Sennett (1999). Krugman (1991) faßt die Argumentation Marshalls mit den Stichworten (i) labour market pooling, (ii) intermediate inputs und (iii) technological spillovers zusammen und diskutiert dazu auch empirische Evidenz aus den USA. Interessant ist in diesem Zusammenhang auch eine Analyse von Produktivitätsentwicklung und Veränderung der Branchenstruktur der EU-Länder im Zeitraum von 1985 bis 1998. Gugler – Pfaffermayr (2000) kommen zu dem Ergebnis, daß zwischen den Ländern eine Konvergenz des Produktivitätsniveaus stattgefunden hat, während eine Angleichung der Industriestruktur der einzelnen Länder (gemessen an Wertschöpfung und Beschäftigung) nicht nachweisbar ist.

<sup>8</sup> Vergleiche dazu Dodgson – Rothwell (1994). Bedauerlich ist, daß sich die Innovationsliteratur vielfach auf junge oder forschungsintensive Branchen (z.B. Pharma, Biotechnology, Informations- und Kommunikationstechnologie) konzentriert, während Innovationsaktivitäten und die Diffusion (Verbreitung, Anwendung) von Innovationen gerade in traditionellen Branchen eine wesentliche Determinante zur Erklärung des Strukturwandels darstellt. Im Zusammenhang mit der Textilindustrie sei an dieser Stelle auf Antonelli – Marchionatti (1998) hingewiesen, die den Einsatz neuer Verfahren im Bereich Weberei für die 80er Jahre untersucht haben.

von Wissen erfordern die Kommunikation von Unternehmen auf horizontaler Ebene aber auch mit Kunden, Zulieferern, Forschungseinrichtungen etc.<sup>9</sup>

Die Erklärung von Innovationsaktivitäten durch die Wirkungsweise kollektiver Lernprozesse und Mechanismen der Interaktion und Kommunikation bildet insgesamt eine wichtige Ergänzung zur Beantwortung der Fragestellung Porters warum nur bestimmte Länder überproportional viele Unternehmen hervorbringen, die in einer oder mehreren Branchen international besonders erfolgreich sind. Porter zielt nämlich in erster Linie auf die Anreizmechanismen für eine Erhöhung von Innovationsanstrengungen ab. Demzufolge verstärkt eine lokale Clusterung von Unternehmen derselben Branche den Wettbewerbsdruck und löst nicht nur für ein führendes Unternehmen, sondern für alle in verwandten Marktsegmenten aktiven Firmen Anstrengungen zur kontinuierlichen Innovation aus.<sup>10</sup> Demgegenüber bilden weniger die Anreizmechanismen als vielmehr die auf Mikroebene wirksamen Rahmenbedingungen für Interaktion und Kommunikation den Untersuchungsgegenstand von Ansätzen, die kollektives oder institutionelles Lernen ins Zentrum rücken.<sup>11</sup>

Lawson (1999) argumentiert, daß kollektive Lernprozesse<sup>12</sup> nicht auf Innovationsaktivitäten im engeren Sinn beschränkt bleiben, sondern ein Merkmal von Produktionssystemen (productive system) insgesamt darstellen; dabei ist es durchaus legitim nicht nur einzelne Unternehmen, sondern – in erweiterter Perspektive – auch Regionen als „Produktionssysteme“ aufzufassen. Immerhin bilden Regionen mit ihren spezifischen Strukturmerkmalen die engere Umwelt für Lernprozesse die innerhalb und zwischen Firmen stattfinden. Wenn eine lokale Konzentration von einer Branche zugehörigen Unternehmen vorliegt, dann sind in diesem räumlich begrenzten Umfeld auch wesentliche Voraussetzungen für intensive Formen vertikaler und horizontaler Kooperation gegeben (gemeinsame Nutzung von Ausrüstungen und Maschinen, gemeinsame Übernahme größerer Aufträge, großer Pool qualifizierter Arbeitskräfte, Austausch technischer Information, längerfristig angelegte Abmachungen über Lohnfertigung etc.). Darüber hinaus bildet die Region in kultureller und sozio-ökonomischer Hinsicht einen relativ homogenen Raum von Regeln, Praktiken, Konventionen etc. (industrial atmosphere), innerhalb dessen Kommunikation und Interaktion erleichtert werden.<sup>13</sup>

---

<sup>9</sup> Vergleiche beispielsweise Lundvall (1992) und Dodgson – Rothwell (1994). Die Innovationsliteratur verweist in diesem Zusammenhang vielfach auf eine Sonderrolle von personengebundenem, nicht kodifiziertem bzw. nicht kodifizierbarem Wissen (implicit knowledge, tacit knowledge). Learning by doing und learning by using können zum Aufbau von tacit knowledge beitragen. Einfache Beispiele für diese spezifische Form des Wissens bilden Fertigkeiten wie zum Beispiel „Radfahren“ oder „die Bedienung einer Maschine“. Kommunikation über das Medium Sprache (z.B. Erklärung wie Radfahren funktioniert, Benutzerhandbuch) reicht für den Transfer dieses Wissens nicht aus, längere Lernphasen (z.B. eines Maschinenführers) werden notwendig und der Wissenstransfer erfolgt über den Transfer von Humankapital; externe Effekte können erneut (über Zugriffsmöglichkeiten auf einen lokal konzentrierten Pool von qualifizierten Arbeitskräften) eine Rolle spielen.

<sup>10</sup> Vergleiche insbesondere Marceau (1994).

<sup>11</sup> Vergleiche z.B. Johnson (1992) oder Maskell – Malmberg (1999).

<sup>12</sup> Der Begriff des kollektiven Lernens kann allgemein als Schaffung und Weiterentwicklung eines gemeinsamen und geteilten Grundstocks von Wissen der innerhalb eines Produktionssystems beteiligten Individuen verstanden werden (vgl. Lawson, 1999, 159).

<sup>13</sup> Vergleiche Lawson (1999, 158f.).

Kulturelle und sozio-ökonomische Merkmale eines regionalen Produktionssystems bilden einerseits einen wesentlichen Bestandteil der für Aufbau und Erweiterung von produktionsbezogenem Wissen erforderlichen institutionellen Grundausrüstung (institutional endowment); andererseits haben sie sich in jahrelang erprobten Geschäftsbeziehungen ausgebildet.<sup>14</sup> Insgesamt ergeben sie ein komplexes Gewebe in das Firmen, Kunden, Forschungsinstitutionen, Schulen, lokale Behörden eingebettet sind (local milieu); die strukturellen Merkmale einer Region bilden den Rahmen für Erfolg oder Mißerfolg von kollektivem Lernen.

Die Ausbildung regionaler Konzentration und Spezialisierung hat zwar eine Reihe von stimulierenden Wirkungen auf die Wettbewerbsfähigkeit der angesiedelten Unternehmen, sie schützt allerdings nicht vor Strukturkrisen, die durch externe Faktoren ausgelöst werden (asset erosion, substitution, regional lock-in). Beispielsweise können die Erschöpfung essentieller Ressourcen, Innovation auf den Produktmärkten oder revolutionäre Entwicklungen bei Produktionsverfahren (radical innovations) zu einer raschen Vernichtung von Wettbewerbsvorteilen einzelner Unternehmen führen. Umgekehrt kann allerdings erneut die regionale Konzentration Lernprozesse zur Bewältigung von Strukturkrisen auslösen und beschleunigen, weil eben für den Erfolg kollektiver Lernprozesse (a) in zeitlicher Perspektive Tradition (historical record) und (b) geographisch gesehen räumliche Nähe wesentliche Faktoren darstellen. Darüber hinaus kann Nähe in einem sozialen oder kulturellen Sinn ebenfalls als Vorteil einer regionaler Verdichtung verwandter ökonomischer Aktivitäten geltend gemacht werden, zumal Mißverständnisse in der Kommunikation eher vermieden (common code of communication) und vergangene Kooperationserfahrungen zur Ausbildung von Vertrauen zwischen den Partnern in einem Netzwerk beitragen.<sup>15</sup>

Für die Regionalpolitik liefern theoretische Überlegungen zu Clustern, Netzwerken und kollektivem Lernen in regionalen Produktionssystemen eine Reihe von Hinweisen für die Strategieentwicklung. Während ein von der Portfoliotheorie entlehnter Ansatz zur Optimierung der Industriestruktur einer Region möglicherweise in längerfristiger Perspektive zu einer Glättung und Anhebung des Wachstumspfad beitragen kann, ist die lokale Konzentration und Spezialisierung in einigen wenigen

---

<sup>14</sup> Maskell – Malmberg (1999) greifen mit dem Begriff der institutionellen Grundausrüstung auf Friedrich von Hayek zurück und legen eine breite Definition vor, anhand derer sie Unterschiede der Wettbewerbsfähigkeit von Firmen in verschiedenen Regionen argumentieren:

„[...] The institutional endowment should be defined broadly, embracing all the rules, practices, routines, habits, traditions, customs and conventions associated with the regional supply of capital, land and labour and the regional market for goods and services. It also includes the entrepreneurial spirit, the moral beliefs, the political traditions and decision-making practices, the culture, the religion and other basic values characterising the region.[...] The geographically specific institutional endowment epitomises the results of previous rounds of economic activity while at the same time comprising the setting for new rounds of knowledge creation. The relations of causality between localised capabilities and localised knowledge creation function both ways and form a decisive element in the formation of the competitive advantages experienced by firms in some regions and not in others.“ (Maskell – Malmberg, 1999, S. 173).

<sup>15</sup> Vergleiche dazu Maskell – Malmberg (1999). Lorenz (1999) bringt sowohl theoretische Überlegungen als auch empirische Befunde zur Rolle von Vertrauen in Kooperationen. Am Beispiel langfristiger Lieferbeziehungen zwischen Maschinenbauern in Lyon zeigt er, daß die Entwicklung bestimmter Regeln und Prozeduren nicht nur vertraglich nicht abdeckbare Risiken mindert, sondern auch zur Ausbildung von Vertrauen und in weiterer Folge zur Vertiefung von Kooperationen beiträgt.



Branchen ein Strukturmerkmal, das für die ansässigen Unternehmen – trotz historisch wiederkehrender Krisenerscheinungen – nachhaltige Wettbewerbsvorteile weitgehend sicherstellt.

Die Region bildet ein Millieu, innerhalb dessen Unternehmen mit verwandten ökonomischen Aktivitäten von Spillover-Effekten profitieren können. Dabei geht es nicht nur um klassische bereits von Alfred Marshall aufgezeigte und in den 90er Jahren rezipierte externe Effekte (Spezialisierung von Unternehmen, Zugriff auf einen Pool spezialisierten Humankapitals, Kostenvorteile beim Bezug spezifischer Dienstleistungen und Vorprodukte etc.). Vielmehr bietet die Dichte von Unternehmen, deren Produktionsprozesse entweder horizontal oder vertikal in enger Verbindung stehen infolge gemeinsamer Tradition sowie räumlicher und kulturelle Nähe einen für kollektive Lernprozesse unschätzbaren Vorteil. Während der Wettbewerb zwischen den Unternehmen verstärkte Impulse für organisatorisches und technologisches Lernen liefert, liegt mit der relativen Verdichtung im regionalen Produktionssystem außerdem eine wesentliche Voraussetzung für erfolgversprechende und weitreichende Kooperationen vor.

Vorteile aus Spezialisierung und Konzentration liefern somit auch wesentliche Argumente für die Entwicklung regionalpolitischer Strategien, die auf Verfügbarkeit von Ressourcen und auf Stärken der bestehenden Struktur in der Region Rücksicht nehmen, um das endogene Wachstumspotential zu realisieren. Innerhalb Österreichs haben nicht zuletzt deshalb einige Bundesländer Initiativen zur Verstärkung der Kooperation in horizontalen oder vertikalen Netzwerken gesetzt (Automobilzulieferindustrie, Kunststoffe, Medien, etc.). Für die Textilindustrie gibt es international eine ganze Reihe von Initiativen zur Verbesserung der Kooperation in lokalen und regionalen Netzwerken. Auf ausgewählte Beispiele soll deshalb im folgenden Kapitel eingegangen werden.

### 3.2 Internationale Beispiele für Kooperationsinitiativen in der Textilindustrie

In der Textilindustrie finden sich sehr häufig regionale Kooperationen, die über bilaterale Partnerschaften zwischen einzelnen Unternehmen oder die Organisation von Interessen im Rahmen von Industrieverbänden hinausreichen. Grundsätzlich ist die Textilindustrie eine wissensintensive Branche wobei weniger das Produktionswissen als vielmehr das Zusammenspiel zahlreicher Akteure entlang der Wertschöpfungskette und kurze Produktzyklen den Ausschlag geben. Dies gilt insbesondere für jene Unternehmen der Textilbranche, deren Hauptabnehmer vorwiegend aus der Mode- und Bekleidungsindustrie stammen. Informationsaustausch und Zusammenarbeit in einer Region sind allerdings nicht nur aufgrund der wechselnden Modetrends, sondern auch infolge der vielfältigen Zulieferbeziehungen zwischen spezialisierten Herstellern von Vor- und Endprodukten vorteilhaft; selbst größere Unternehmen decken nur in Ausnahmefällen das volle Spektrum der Fertigungsschritte von der Rohstoffaufbereitung bis zum Endprodukt ab und bedienen sich vielfach kleinerer Zulieferunternehmen, weil diese entweder eine besonders hohe Spezialisierung aufweisen oder erhöhte Flexibilität in der Lösung von Kapazitätsengpässen ermöglichen.

Regionale Kooperation in der Textilindustrie nimmt hinsichtlich Motivation, Zielsetzung, Art und Umfang vielfältige Formen an. Das zeigt sich sehr deutlich anhand einiger ausgewählter Initiativen (siehe Übersicht 3.2-1). Ideabiella und Pratotrade sind Beispiele für die Kooperation bei der Austragung von Messeveranstaltungen<sup>16</sup>, die den lokalen Produzenten ein hohes internationales Image verleihen und zumindest in zweierlei Hinsicht zusätzliche Wettbewerbsvorteile bringen: Im Rahmen der beiden Messen wird einerseits Wissen über die zukünftigen Bedürfnisse der Kunden akkumuliert, andererseits wird die Aufmerksamkeit einer internationalen Kundenschicht auf in der Region erzeugte Produkte gelenkt. Somit werden aber auch die Erzeugnisse von kleinen und mittleren Unternehmen aus der Region von einem breiteren Publikum wahrgenommen, was wiederum zu einer Erweiterung der Absatzmöglichkeiten beiträgt.<sup>17</sup> Darüber hinaus werden zumindest in Prato zusätzliche Informations- und Serviceleistungen (z.B. Marktstudien und Veranstaltungen) angeboten, die in Ergänzung zu bilateralen Kooperationen in der Region eine Verbesserung des Informationsflusses bewirken.

Die Region Emilia Romagna ist infolge der starken Konzentration einzelner Industrien ein in der Netzwerkliteratur besonders gern erwähntes Beispiel für die hohe Ausprägung multilateraler Kooperation.<sup>18</sup> Im Bereich Textil- und Bekleidungsindustrie liegt mit dem in Carpi angesiedelten CITER (Centro Informazione Tessile dell' Emilia Romagna) eine regionale Initiative vor, die vor

---

<sup>16</sup> Erwähnenswert ist das französische Beispiel „Premiere Vision“ ([www.premierevision.fr](http://www.premierevision.fr)). Diese Fachmesse geht auf die 1973 gesetzte Initiative von 15 Webereibetrieben in der Region Lyon zurück. Die Erweiterung der Initiative durch französische Unternehmen von außerhalb der Region hat zu einer Verlagerung nach Paris geführt. Mittlerweile stellen im Rahmen dieser internationalen Messeveranstaltung alljährlich mehr als 800 Anbieter ihre Produkte vor.

<sup>17</sup> Aus informationsökonomischer Sicht ist die Verringerung von Suchkosten ein wesentlicher Aspekt von Messeveranstaltungen. Messen haben die Funktion der Bündelung von Information wobei die Suchkosten sowohl auf der Angebotsseite als auch auf der Nachfrageseite verringert werden. Mit Einschränkungen kann diese Bündelung zu einer Steuerung von Trends und Bedürfnissen (Änderung der Präferenzen) genutzt werden.

<sup>18</sup> Vergleiche zum Beispiel Dörsam – Icks (1997) und Digiovanna (1996).

allem für die kleinen und mittleren Unternehmen der beiden Branchen einen wichtigen Informationsknoten darstellt (siehe Übersicht 3.2-1).

Übersicht 3.2-1: Ausgewählte Beispiele regionaler Vernetzung im Vergleich

Initiative	Ideabiella <a href="http://www.ideabiella.bi.it">www.ideabiella.bi.it</a>	Pratotrade <a href="http://www.pratoexpo.com">www.pratoexpo.com</a>	CITER (Centro Informat- zione Tessile dell' Emilia Romagna) <a href="http://www.citer.it">www.citer.it</a>	ATG (Ayrshire Textile Group)	ZiTex (Zukunftsinitiative Textil Nordrhein- Westfalen)
Region	Biella, Oberitalien	Prato, Mittelitalien, Toskana	Carpi, Emilia Romagna, Oberitalien	Ayrshire, Südwesten Schottlands	Land Nordrhein- Westfalen (NRW)
Beginn	1979	1979	1980	1991 (eingestellt im Jahre 1998)	1996
Initiatoren	Fünf größere Unternehmen der Wolltuch- erzeugung	Industrieverband (Unione Industriale Pratese, UIP) gemeinsam mit rund 50 lokalen Unternehmen	Regionalentwick- lungsagentur ERVET gemeinsam mit Industrie- und Handwerksver- bänden	Regionalentwick- lungsagentur Enterprise Ayrshire gemeinsam mit örtlichen Textil- produzenten u. - verbänden	Ministerium f. Wirtsch. u. Mittelstand, Techno- logie u. Verkehr des Landes NRW gemeinsam mit Interessensverbänden
Träger bzw. Organisation	Messeveranstalter bzw. Konsortium der Unternehmen	Messeveranstalter bzw. Konsortium von UIP und Unternehmen	ERVET, Industrie- u. Handwerksver- bände sowie Unternehmen	ATG betrieb lokales „textile resource centre“	Abwicklung der Initiative über Matrix, eine Unternehmens- entwicklungsges.
Branchenfokus	Im wesentlichen eingeschränkt auf Wolltuch-Industrie	Eingeschränkt auf Stoffe für Damen-, Herren- und Kinderbekleidung	Sehr heterogen: Textil- und Bekleidungs- industrie	Sehr heterogen: Gesamte Wert- schöpfungskette der Textil- u. Bekl.-ind.	Sehr heterogen: Gesamte Textilindustrie des Landes NRW
Teilnehmende Unternehmen	61 Unternehmen mit ca. 11.000 Mitarbeitern	Rund 140 Unternehmen	450 regionale Unternehmen; vorwiegend KMU;	Zielgruppe waren 100 regionale Unternehmen mit rund 8000 Besch.	Zielgruppe sind die rund 350 Textiler- zeuger mit ca. 40.000 Mitarbeitern
Inhaltlicher Fokus	Stärkung des internat. Absatzes von regionalen Produkten (Image, Promotion)	Stärkung des internationalen Absatzes von regionalen Produkten: Image, Promotion, Markt- beobachtung	Umfassend mit Schwerpunkt KMU: Qualifi- kation, IT, Inno- vation, techn. Zusammenarbeit, Marktbeobach- tung, internatio- naler Absatz	Maßn. (Projekte) zur Verbesserung der Wettbewerbsfähig- keit (vom Design bis zum internationalen Absatz)	Umfassend zur Verbess. der Infor- mationsbasis und Zusammenarbeit aller Akteure der textilen Kette; reicht von F&E und Technologietransfer bis zur Erschließung neuer Absatzmärkte
Dienstleistungen und Aktivitäten zum Aufbau & Austausch von Wissen	Zweimal jährlich Fachmesse Idea- biella; reicht über Informationsaus- tausch zwischen lokalen Erzeugern und internatio- nalen Kunden wenig hinaus	Zweimal jährlich Fachmesse Prato- Expo; Service- u. Informationsstelle; Marktstudien, Projekte und Veranstaltungen	Umfassender Informations- knoten; Schulungen, Studien und Veranstaltungen zu Technologien, Märkten; Beteiligung an nat. u. internationalen Projekten	Umfassender Informationsknoten; Beobachtung von Modetrends und internationalen Märkten; Betrieb eines Design- zentrums, Anlaufstelle für Kunden; regionale Projekte	Bottomup-orientierte Initiative zum Aufbau und strukturierten Austausch relevanten Wissens; Identifikation von Problemen in Arbeitskreisen und Umsetzung von Lösungen in Pilotprojekten

Quelle: WIFO; eigene Recherchen

Das CITER erfüllt in projektorientierter Vorgangsweise nach innen – für rund 450 vorwiegend kleine und mittlere Unternehmen der Emilia Romagna – und als Schnittstelle nach außen mehrere Funktionen des Aufbaus und Austauschs von branchenspezifischem Wissen. Dazu gehören unter anderem folgende Projekte und Dienstleistungen<sup>19</sup>:

- Qualifikation bzw. Verbesserung des Humankapitals bildet einen traditionellen Schwerpunkt des Zentrums, das derzeit auch ein von der EU gefördertes Schulungsprojekt zur Globalisierungsproblematik für Unternehmer und Manager durchführt. In Zusammenarbeit mit der Universität von Bologna wird außerdem ein postgradualer Lehrgang für Produktmanager der beiden Zielbranchen angeboten.
- Zahlreiche Projekte zum Technologietransfer und zur Anpassung neuer Systeme und Anwendungen an die Bedürfnisse der Nutzer sind im Bereich Informations- und Kommunikationstechnologien angesiedelt. Dazu gehört die Teilnahme an den EU-Projekten COMPASS (Multimedienetzwerk für den Textil- und Bekleidungssektor), ELFO (Software für Design, Vermarktung und Produktion von Textil- und Bekleidungsprodukten) und OMERO (KMU-gerechtes Expertensystem für Brancheninformation) sowie ein Projekt zur Nutzung von Telematikanwendungen für multimediale/virtuelle Präsentationen.
- Branchenspezifische Software und Datenbanken werden von CITER mit der Zielsetzung einfacher und praktischer Anwendbarkeit entwickelt und bereitgestellt. Dazu gehören Archive und Bilddatenbanken von Grundmustern, Entwurfsoftware zur Verarbeitung von Daten und Bildern, 3D-Simulation von Stoffmustern sowie Testarbeitsplätze für computergestütztes Design.
- Sammlung und Aufbereitung von Informationen über Modetrends sowie die Analyse von Auslandsmärkten bilden einen weiteren Schwerpunkt. Veranstaltungen (z.B. Workshops), Analysen, Datenbankabfrage und direkte Beratung machen das Zentrum insgesamt zu einem sehr umfassenden Informationsknoten mit ausgeprägtem Dienstleistungscharakter.
- Spezifische Dienstleistungen hat CITER für Subkontraktoren (Outsourcing, Lohnfertigung) entwickelt. Mittels Datenbankabfrage können Auftraggeber unter rund 300 Unternehmen, die derzeit noch vorwiegend aus der Emilia Romagna stammen, auswählen. Das Zentrum übermittelt aber auch auf telefonische Anfrage eine Liste mit geeigneten Firmen.

Regionale Vernetzungsinitiativen sind in der Textilindustrie allerdings nicht auf Italien, das Kernland der europäischen Textilproduktion, beschränkt. ATG (Ayrshire Textile Group) ist ein Beispiel für eine mit dem CITER vergleichbare Initiative, die im Südwesten Schottlands zwischen 1991 und 1998 gelaufen ist.<sup>20</sup> Eine lange Tradition und hohe lokale Konzentration der Branche (rund 100 Unternehmen mit etwa 8.000 Mitarbeitern) bilden gemeinsame Strukturmerkmale zwischen Ayrshire und

---

<sup>19</sup> Eine detaillierte Darstellung unter Angabe von Ansprechpartnern findet sich auf der Homepage des Informationszentrums (<http://www.citer.it>).

<sup>20</sup> Die vorliegende Darstellung zu ATG ist ohne Interviews erfolgt und faßt lediglich einige Aspekte der von Johnsen – Johnsen (1999) vorgelegten Fallstudie zu einem von ATG durchgeführten Projekt zusammen.

Vorarlberg. Interessant an ATG ist vor allem, daß sich die Initiative auf die Verbesserung der langfristigen Entwicklungspotentiale der regional fest verankerten Textilbranche konzentriert hat. Die Umsetzung entsprechender Strategien weist eine Reihe von Parallelen mit dem CITER auf (KMU als Hauptzielgruppe, Trendforschung, Marktforschung für die Erschließung internationaler Märkte, Bereitstellung von Fazilitäten zur Nutzung neuer Technologien, Herstellung von Kontakten zwischen Kunden und Lieferanten der Region etc.). Eine konkrete Initiative der ATG zeigt auch, daß infolge von Kooperation im Netzwerk die – für einzelne Firmen unüberwindbar scheinenden – Hürden der Erschließung neuer Auslandsmärkte überwunden werden können.<sup>21</sup> Daß ATG im Jahre 1998 eingestellt wurde, macht deutlich, daß in Kooperationen auch Probleme auftreten können und zu deren Lösung eine entsprechende organisatorische Basis erforderlich ist.

Es ist naheliegend, daß Kooperationsinitiativen vorwiegend angesichts von Krisenerscheinungen gestartet werden. Zumindest gilt dies für die ZiTex (Zukunftsinitiative Textil Nordrhein-Westfalen), die Mitte der 90er Jahre im Zuge einer massiven Strukturkrise der deutschen Textilindustrie vorbereitet wurde. Die ZiTex verfolgt ein sehr weitreichendes Konzept. Vor dem Hintergrund ungünstiger Rahmenbedingungen (z.B. Wettbewerbsverzerrungen und Standortnachteile), unternehmensübergreifender Schwierigkeiten der Branche (Abstimmungsprobleme in der textilen Kette, Mängel in der Vermarktung etc.) und typisch unternehmensinterner Schwächen (z.B. im Management, in der strategischen Positionierung) zielt ZiTex auf eine Verbesserung der Kommunikation unter den Akteuren, das Aufgreifen von Innovationen und das Anstoßen von Projekten im Verbund ab; dazu werden auch Landesmittel zur Verfügung gestellt.<sup>22</sup> Im Gegensatz zu CITER und ATG setzt die ZiTex nicht beim Aufbau eines branchenspezifischen Informationsknotens an. Vielmehr soll der moderierte Dialog in Arbeitskreisen und die Durchführung von geförderten Pilotprojekten zu Problemlösungen für die gesamte Textilbranche führen. Das Spektrum der Themen ist zwar inhaltlich breit angelegt (von Ausbildung über Technologietransfer bis hin zur Erschließung neuer Absatzmärkte), es bleibt allerdings fraglich, ob jene Konzentration an Wissen erreicht und entsprechende Umsetzungsaktivitäten gesetzt werden, wie bei den Initiativen CITER und ATG.

Regionale Kooperationen in der Textilindustrie weisen – wie anhand internationaler Beispiele diskutiert – eine hohe Heterogenität auf. Als Initiatoren kommen Unternehmen, Interessensverbände und Behörden gleichermaßen in Frage. Mit der Entwicklung und Umsetzung von regionalpolitischen Strategien vertraute Agenturen (ERVET, Enterprise Ayrshire) vertreten vielleicht einen breiteren Ansatz als Unternehmen, die sich auf wenige sehr spezifische Kooperationsziele (z.B.

---

<sup>21</sup> Vergleiche dazu Johnsen – Johnsen (1999), die eine Initiative der ATG beschreiben, an der sich 14 Unternehmen aus der Strick- und Wirkwarenerzeugung beteiligt haben. Die Schlußfolgerungen der Fallstudie zeigen sehr deutlich die Erfolge der Vernetzung bei der Erschließung neuer internationaler Absatzmärkte:

„[...] Despite the fact that networking was in some instances considered ‚a necessary evil‘ the companies did recognise the benefits of relationships from within ATG network and in their contacts in their wider network in gaining access and information related to foreign markets. These relationships were not only capable of providing the initial catalyst or propellant for international involvement but were maintained and drawn on in the development of subsequent foreign markets“.

<sup>22</sup> Die Darstellung folgt hier und im folgenden einer Broschüre des Ministeriums für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen sowie ergänzenden Erläuterungen von Herrn Dr. Bromann von der Matrix Gesellschaft für Unternehmensentwicklung mbH.

Abhaltung von Fachmessen) konzentrieren. Es sind allerdings die Unternehmen, die wesentlich zu einer Identifikation der im Strukturwandel auftretenden Probleme beitragen, sodaß eine starke Einbindung (direkt und über Verbände) gewährleistet sein sollte.

### 3.3 Perspektiven für die Kooperation in Netzwerken in der österreichischen Textilindustrie

Die zunehmende Liberalisierung des internationalen Handels mit Textilien hat in der Branche einen Strukturwandel ausgelöst, der vor allem Unternehmen in westeuropäischen Hochlohnländern unter Druck setzt. Das verstärkte Auftreten von Konkurrenten aus Niedriglohnländern beeinträchtigt auch die Absatzchancen heimischer Textilerzeuger auf den bislang wichtigsten Exportmärkten. Einerseits ist es den österreichischen Produzenten zwar weitaus besser als den Erzeugern aller anderen europäischen Länder gelungen, Maßnahmen zur Steigerung der Wertschöpfung zu setzen; mit Einschränkungen konnten sie sogar neue Märkte erschließen. Andererseits wurden auch sie von einer vor allem in der Zeit von 1993 bis 1997 spürbaren Krise erfaßt, die zu Betriebsschließungen, Beschäftigungsabbau und Marktanteilsverlusten führte. Positiv hervorzuheben ist der im Verlauf der 90er Jahre erreichte Spitzenplatz beim Produktivitätsniveau, der trotz weiterhin bestehender Unsicherheiten eine mittelfristig vergleichsweise gute Ausgangsposition für heimische Textilerzeuger ermöglicht.

Vor dem Hintergrund einer im EU-Vergleich nach wie vor überdurchschnittlichen Bedeutung des Sektors in Österreich sowie einer lokalen Konzentration von Textilherstellern im Bundesland Vorarlberg stellt sich die Frage, inwieweit eine Bewältigung des Strukturwandels durch Strategien verstärkter Kooperation in Netzwerken unterstützt werden kann. Im vorliegenden Kapitel werden deshalb einige theoretische Überlegungen zur Kooperation in Netzwerken zusammengefaßt, um anschließend empirische Befunde der Unternehmensbefragung TEXTIL 2000+ zur Einschätzung einer über bilaterale Kooperationen hinausreichenden Vernetzung der österreichischen Textilindustrie vorzustellen.

Empirische Befunde zu den Auswirkungen der Kooperation in Netzwerken sind spärlich. Anhaltspunkte für die Abschätzung der Potentiale und Grenzen interorganisatorischer Vernetzung<sup>23</sup> finden sich mit Arbeiten zu zeitlich meist begrenzten Kooperationsprojekten sowie mit Fallstudien und theoretischen Überlegungen.<sup>24</sup> Es lassen sich allerdings strukturierte Hypothesen zum Einfluß von Kooperation in Netzwerken auf die Umsetzbarkeit von Unternehmensstrategien – die zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit kleiner und mittlerer Unternehmen beitragen – formulieren:<sup>25</sup>

- (1) Kostenführerschaftshypothese: Interorganisatorische Vernetzung von KMU unterstützt eine Strategie der Kostenführerschaft. Die Hypothese, daß Vernetzung dazu beiträgt, Leistungen

---

<sup>23</sup> Unter interorganisatorischer Vernetzung wird die Zusammenarbeit zwischen rechtlich selbständigen Unternehmen verstanden, die in den von der Kooperation nicht betroffenen Bereichen wirtschaftlich nicht voneinander abhängig sind (vergleiche Eggs et al., 1999).

<sup>24</sup> Eine umfassende und empirisch fundierte Analyse zu Kooperation in internationalen Netzwerken liegt mit Huber (2000) vor. Auf eine interessante Fallstudie zur Kooperation von Textilproduzenten wurde bereits hingewiesen (Johnsen – Johnsen, 1999). Eine Reihe von Argumenten für bzw. von Vorteilen aus Kooperationen wurde bereits im Zusammenhang mit regionalen Entwicklungsstrategien in Kapitel 3.1 erläutert. Bei zahlreichen Arbeiten zu virtuellen Organisationsformen und Netzwerken wie z.B. Beck (1998), Kemmer – Gillissen (1999), Müller (1997) und Scheff (1999) stehen theoretische Argumente und konzeptuelle Überlegungen zur konkreten Durchführung im Vordergrund.

<sup>25</sup> Die folgenden Hypothesen sind Eggs – Englert – Schoder (1999), einer analytisch klaren Darstellung der Zusammenhänge zwischen Vernetzung, Wettbewerbsfähigkeit, IKT-Einsatz und Hemmnissen der Vernetzung entnommen.

kostengünstiger zu erstellen, sollte sich vor allem dann bewahrheiten, wenn bei einzelnen Produkten Größenvorteile (economies of scale) und zwischen mehreren Produkten Verbundvorteile (economies of scope) für Erzeugung bzw. Vermarktung vorliegen<sup>26</sup>; darüber hinaus können von einem Unternehmensverbund größere Aufträge angenommen werden als von einem einzelnen KMU und eine stärkere Marktmacht kann insbesondere auf Beschaffungsmärkten<sup>27</sup> genutzt werden. Zudem können weitere dynamisch begründete Synergieeffekte im Zuge zunehmender Spezialisierung bzw. durch Senkung von Transaktionskosten bei länger andauernden Kooperationen die Kostenführerschaft unterstützen.

- (2) Differenzierungshypothese: Interorganisatorische Vernetzung von KMU unterstützt eine Differenzierungsstrategie. Differenzierung, das heißt die Gestaltung von Produkten in einer Art und Weise, daß aus Sicht des Kunden ein einzigartiges Leistungsangebot vorliegt, ist vor allem dann möglich, wenn Unternehmen mit „größerer Marktnähe“ in die Kooperation eingebunden sind. Erneut machen sich Spezialisierungsvorteile innerhalb eines Unternehmensverbundes bemerkbar. Ein wesentlicher Effekt ergibt sich aus der Wahl von Partnern – mit entsprechender Marktkenntnis – bei der Bearbeitung internationaler Märkte.
- (3) Flexibilitätshypothese: Interorganisatorische Vernetzung von KMU erhöht deren Flexibilität. Flexibilität, verstanden als Fähigkeit auf geänderte Umweltbedingungen rasch zu reagieren, bedeutet in der Praxis meist die schnelle Entwicklung und Bereitstellung neuer Leistungen (Stichwort: time-to-market) oder die Anpassung des bestehenden Angebots in zeitlicher, mengen- oder artmäßiger Hinsicht (Stichwort just-in-time und flexible Fertigungsverfahren). Die Kooperation im Unternehmensverbund erlaubt es den einzelnen Unternehmen sich auf Kernkompetenzen zu konzentrieren und damit auch schneller auf ihrer Lernkurve fortzuschreiten. Die mengenmäßige Flexibilität wird erhöht, wenn Belastungsspitzen auf Partner der gleichen Wertschöpfungsstufe ausgelagert werden können.

Eggs et al. (1999) diskutieren nicht nur den Einfluß der Teilnahme an Netzwerkkooperationen auf Möglichkeiten zur Umsetzung von für das Erreichen von Wettbewerbsvorteilen besonders wichtigen Unternehmensstrategien, sondern auch die Wechselwirkungen zwischen Kooperationsaktivitäten und Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT)<sup>28</sup>. Einfache IKT-Anwendungen wie zum Beispiel e-mail und elektronischer Dokumentenaustausch (EDI) sind Hilfsmittel zur Unterstützung des Informationsflusses zwischen vernetzten (oder unernetzten) Unternehmen. Jedenfalls werden elektronische Kommunikationsmedien zunehmend zu einer notwendigen

---

<sup>26</sup> Das Argument der Größenvorteile der Produktion (je mehr von einem Produkt erzeugt wird, umso billiger ist die Herstellung) beruht vielfach auf einem Spezifikum der Produktionsweise: Zahlreiche Fertigungsschritte der Textilindustrie sind kapitalintensiv, große Absatzschwankungen führen zu Schwankungen des Auslastungsgrades. Je größer die Anzahl gleichartiger Produzenten in einem Unternehmensverbund ist, umso niedriger können „Überkapazitäten“ dimensioniert werden. Im Idealfall können sogar saisonale und konjunkturelle Schwankungen durch Absatz von Produkten auf nicht korrelierten Märkten ausgeglichen oder vermindert werden.

<sup>27</sup> Die Erzeugung von Marktmacht ist das Ziel von Einkaufsverbänden, wie sie im Bekleidungsbereich beispielsweise mit Sütegro ([www.suetegro.de](http://www.suetegro.de)) und KATAG ([www.KATAG.net](http://www.KATAG.net)) vorliegen.

<sup>28</sup> Mit Knoll (1998) liegt eine Studie zum Einsatz von IKT in verschiedenen Branchen, darunter auch in der Textil- und Bekleidungsindustrie vor; eine kurze Fallstudie mit Gießwein (Brixlegg) ist darin enthalten.



Ergänzung für traditionelle Formen der Kommunikation und können insbesondere bei Vertrieb und Verkauf eine Rolle spielen (Stichwort: Electronic Commerce). Die Einsatzmöglichkeiten von IKT sind gerade in Textil- und Bekleidungsindustrie vielfältig und mit Einschränkungen eine Quelle von Wettbewerbsvorteilen. Die für Produktion und geschäftliche Transaktionen notwendige Information kann mit den neuen Medien rascher verteilt und verarbeitet werden, das Zusammenspiel unterschiedlicher Unternehmensfunktionen im „vernetzten“ Unternehmen bzw. Unternehmensverbund wird erleichtert und vielfach beschleunigt.<sup>29</sup> Die Tatsache, daß vor allem kleine und mittlere Unternehmen oft nur geringen Gebrauch von diesen Technologien machen, ist vielfach der Grund für politische Initiativen und entsprechende Aktivitäten von Einrichtungen des Technologietransfers.

Es darf allerdings bezweifelt werden, daß die Vorteile lokaler Konzentration durch zunehmenden Einsatz der elektronischen Medien vollständig erodieren. Dagegen sprechen bereits in Kapitel 3.1 vorgebrachte Argumente zur Funktionsweise kollektiver Lernprozesse. Eggs – Englert – Schoder (1999) beziehen sich in diesem Punkt ebenfalls darauf, daß geringe sprachliche und kulturelle Unterschiede sowie gute Möglichkeiten zur Pflege persönlicher Kontakte einen wesentlichen Vorteil für die Durchführung von Kooperationen in einem räumlich begrenzten Gebiet darstellen. IKT sind eher als eine Ergänzung zu direkten Kontakten zu sehen, die lediglich den einfach strukturierten und routinemäßigen Informationsaustausch erleichtern; es ist jedenfalls nicht abzusehen, daß komplexe Problemstellungen und Koordinationsaufgaben ohne direkte Kommunikation auskommen.

Die Unternehmensbefragung TEXTIL 2000+ liefert eine Reihe von Hinweisen zu Entwicklungen auf den Märkten, zu Geschäftsstrategien und Kooperationsverhalten sowie zu Zielsetzungen von bzw. möglichen Hindernissen für eine Vertiefung der Kooperation zwischen inländischen Textilerzeugern. In Kapitel 2.2 wurden bereits die Entwicklungen in der österreichischen Textilindustrie während der letzten Jahre eingehend diskutiert. Im Zusammenhang mit Kooperationen ist interessant, daß nach Ansicht der befragten Unternehmen ein hohes Maß an Übereinstimmung zu Krisenerscheinungen während der letzten Jahre vorliegt (Betriebsschließungen, Verringerung der Beschäftigung, zunehmende Konkurrenz aus Niedriglohnländern etc.); gleichzeitig sind fast zwei Drittel der befragten Unternehmen davon überzeugt, daß zwischen den heimischen Textilproduzenten – trotz Krise – keine Verstärkung der Kooperation stattgefunden hat. Als Standortfaktor spielt die bestehende Kooperationsbereitschaft inländischer Textilunternehmen eine im Vergleich mit Arbeitskosten und Selbstfinanzierungskraft der Unternehmen eher untergeordnete Rolle; ob das Ausmaß der Kooperationsbereitschaft die Wettbewerbsfähigkeit einschränkt, findet bei je der Hälfte der Unternehmen Zustimmung bzw. Ablehnung.

---

<sup>29</sup> Vergleiche dazu Kapitel 4.2 und 4.3 in Knoll (1998). Potthof (1998) diskutiert ausführlich die empirische Evidenz zum wirtschaftlichen Erfolg von Informationstechnologien. Interessant ist dabei, daß eine Mehrzahl empirisch fundierter Arbeiten positive Auswirkungen des Einsatzes von Informationstechnologie auf die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen feststellt.

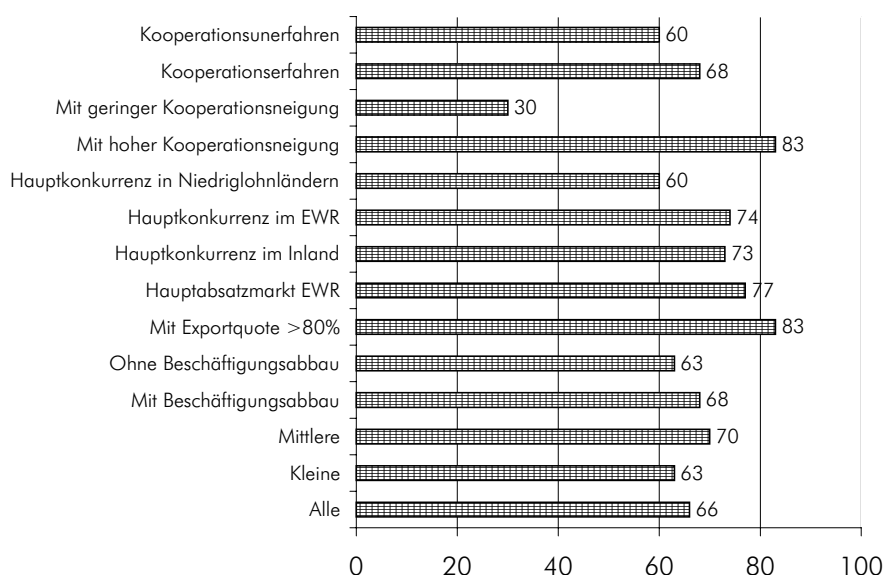
Ein konkretes Beispiel für die Nutzung des Internet als unternehmensübergreifende Informationsressource in der Textilwirtschaft bildet [www.twnetwork.de](http://www.twnetwork.de); einige österreichische Firmen sowie der österreichische Fachverband der Textilindustrie sind in diesem Textilnetzwerk bereits vertreten.

Das deutsche Bundesministerium für Wirtschaft (BMWi) hat kürzlich ein Branchenprojekt ([www.tex-net.de](http://www.tex-net.de)) zur virtuellen Präsentation im Internet als Kombination von Messe und Leistungsschau im Rahmen der Techtexil North America (Atlanta) gestartet.

Der empirische Befund, daß trotz der erwähnten Krisenerscheinungen keine Zunahme der Kooperation zwischen den Textilproduzenten stattgefunden hat, läßt sich vor dem Hintergrund bestehender Kooperationen einfach erklären: Rund drei Viertel der befragten Unternehmen führen bereits Kooperationen durch. Selbst wenn der Begriff der Kooperation vielfach in einem sehr weiten Sinne verstanden wird, kann auf eine insgesamt hohe Bereitschaft zur Kooperation geschlossen werden. Wenn andererseits die Hälfte der Unternehmen die bestehende Kooperationsbereitschaft im Sektor als Wettbewerbsnachteil empfindet, dann sagt das nicht nur etwas über die Einschätzung des Wettbewerbsfaktors sektorale Kooperationsbereitschaft aus, sondern ist ein Indiz dafür, daß eine Erweiterung oder Vertiefung der Kooperation durchaus als wünschenswert empfunden wird.

### Übersicht T-5: Zustimmung für eine politische Initiative zur stärkeren Kooperation in der österreichischen Textilindustrie

#### Zustimmung zu Kooperationsinitiative nach Unternehmensmerkmalen



Quelle: WIFO Unternehmensbefragung TEXTIL 2000+; Basis 41 Unternehmen; Angaben in Prozent

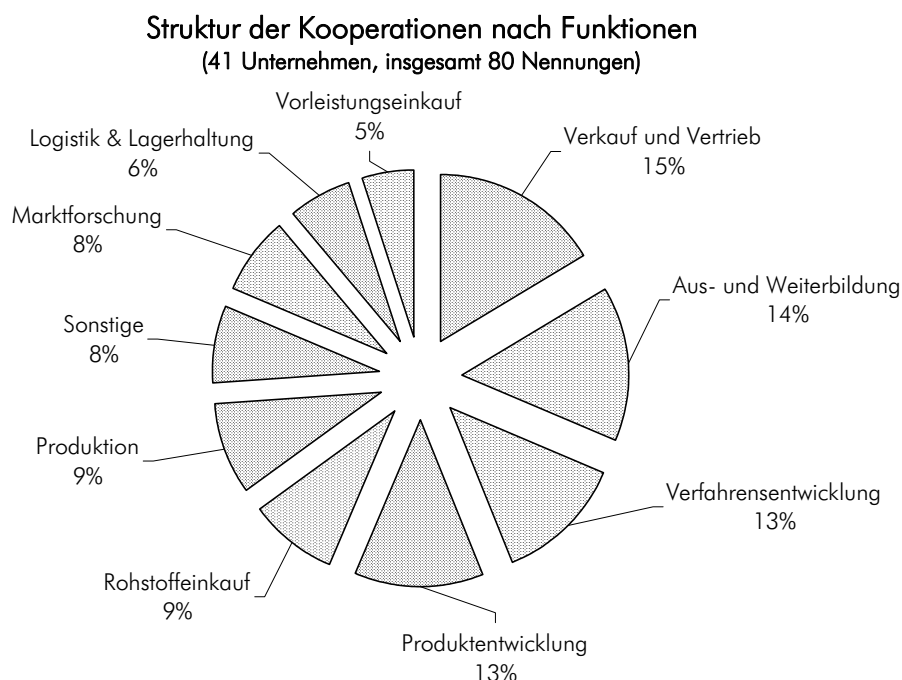
Diese Interpretation ist konsistent mit dem hohen Zustimmungswert zu einer Initiative, die auf eine Verstärkung der heimischen Kooperation im Sektor abzielt (siehe Übersicht T-5). Immerhin befürworten zwei Drittel der 41 befragten Unternehmen für eine Kooperationsinitiative. Besonders hoch ist die Zustimmung, bei Unternehmen, die eine Exportquote von mehr als 80% vorweisen sowie bei jenen, die in der Befragung als besonders kooperationsfreudig identifiziert wurden.

Die Begründung einer Ablehnung erfolgt fast ausschließlich mit Verweis auf das Rollenverständnis von Politik und Unternehmenssektor. Niedrige Erwartungshaltungen an die Politik, die Betonung von Eigeninitiative, Schwierigkeiten der Identifikation und Lösung anstehender Probleme durch die

Politik sowie die Unüberwindbarkeit des Konkurrenzdenkens werden erwähnt. Eine reservierte Haltung gegenüber einer Kooperationsinitiative läßt sich vielfach mit der Art der Fragestellung begründen, die das Reizwort Politik enthält.

Die Begründungen einer positiven Haltung zu einer politisch initiierten Verstärkung der Kooperation sind vielfältig. Unter anderem wird darauf verwiesen, daß Anstöße von außerhalb der Unternehmen kommen müssen, ein quasi-neutraler Moderator erforderlich wird, die Lage im Sektor vor allem für kleine Unternehmen kritisch ist, die Branche zuversichtliche Signale braucht und vor allem eine Reihe von operativen Vorteilen aus einer Verstärkung von Kooperationen im Sektor zu erzielen wäre (Synergien, Kapazitätsauslastung, Kostensenkung, Imageschub, internationales Auftreten etc.).<sup>30</sup>

### Übersicht T-6: Gegenstand bestehender Kooperationen mit inländischen Partnern



Quelle: WIFO Unternehmensbefragung TEXTIL 2000+

Aus der Struktur bereits bestehender bilateraler Kooperationen läßt sich ablesen, daß eigentlich alle Unternehmensfunktionen für Kooperationen in Frage kommen (siehe Übersicht T-6). Wie

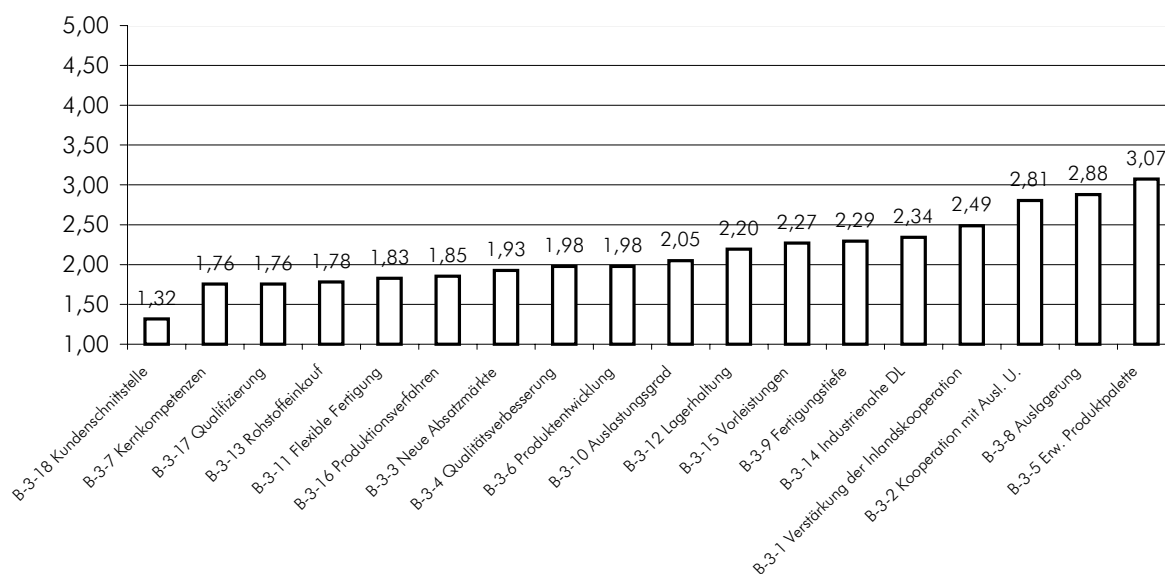
<sup>30</sup> In diesem Zusammenhang sollte erwähnt werden, daß die befragten Unternehmen trotz einer insgesamt sehr positiven Grundhaltung gegenüber verstärkter Zusammenarbeit mögliche Hindernisse für die Kooperation in einem „Textilnetzwerk Vorarlberg“ wahrnehmen. Vor allem in der Umsetzungsphase einer Netzwerkkoooperation ist darauf zu achten, daß die Vorteile der Kooperation klar erkennbar sind, Unterschiede in der Unternehmenskultur und Konkurrenzverhältnisse Berücksichtigung finden sowie die Unabhängigkeit der Kooperationspartner gewährleistet bleibt.

bereits erwähnt, kooperieren 75% der befragten Unternehmen, in zumindest einem Bereich; die Mehrheit der Unternehmen sucht in mehr als einem Bereich in Zusammenarbeit mit Partnern gemeinsame Lösungen. Erwähnenswert ist an dieser Stelle, daß lediglich die Unternehmensgröße ein Strukturmerkmal darstellt, das für die Durchführung von Kooperationen relevant ist. Es zeigt sich nämlich, daß nur 62,5% der kleinen aber 85% der mittleren Unternehmen an Kooperationen beteiligt sind.

Beim Inhalt der Kooperationen liegen Verkauf & Vertrieb, Aus- und Weiterbildung, sowie Entwicklung von Produkten und Verfahren an der Spitze. Absatzseitige Kooperationen (unter Einbeziehung der Marktforschung) haben angesichts der Exportquote des Sektors einen sehr hohen Stellenwert. Sie sollten auch in Zukunft einen besonderen Platz einnehmen, zumal zwei Drittel der befragten Unternehmen angeben, daß Vertriebskooperationen die Absatzchancen auf Auslandsmärkten wesentlich verbessern und eben dieses Ziel entscheidend zum Erfolg der Branche beitragen kann. Das Kooperationsverhalten ist insofern offensiv, als die Entwicklung der Ressourcen und Fähigkeiten der Unternehmen (Aus- und Weiterbildung, Produkt- und Verfahrensentwicklung) einen insgesamt hohen Stellenwert einnimmt. Bei der Kooperation in der Produktion handelt es sich in erster Linie um Kapazitätstausch bzw. partnerschaftliche Nutzung freier Kapazitäten.

### Übersicht T-7: Bewertung von Unternehmensstrategien

**Bedeutung von Geschäftsstrategien zur Bewältigung des Strukturwandels**  
 Mittelwerte für 41 Unternehmen  
 Skala: 1..sehr hohe Bed., 2..hohe B., 3..mittlere B., 4..geringe B., 5..keine B.



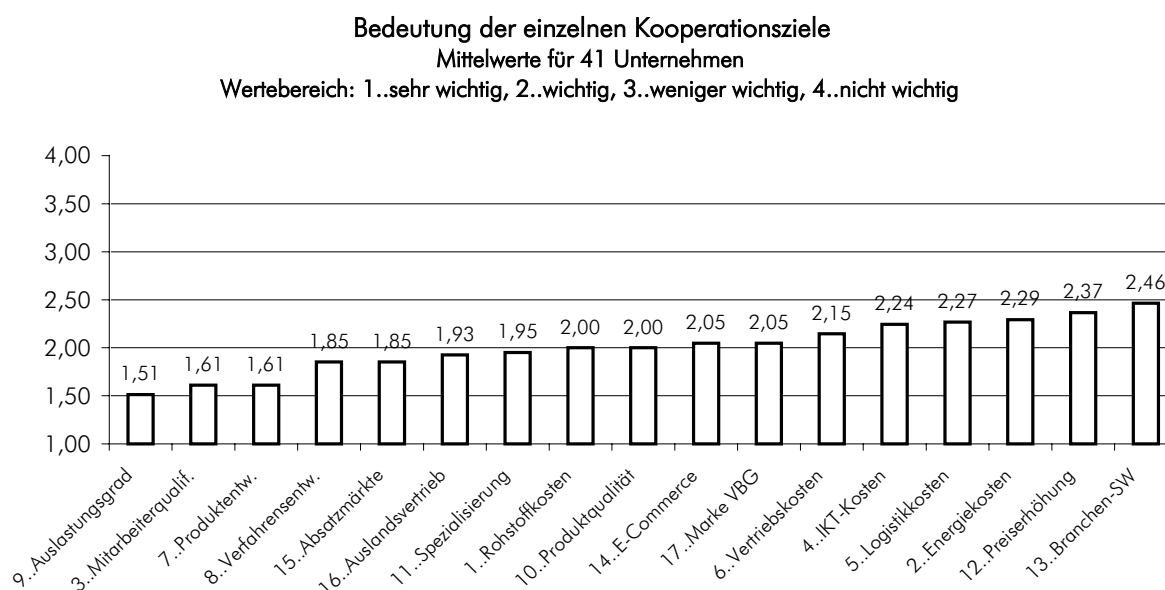
Quelle: WIFO Unternehmensbefragung TEXTIL 2000+

Zwei weitere Fragen, die im Rahmen von TEXTIL 2000+ gestellt wurden, sind besonders relevant für die Ausrichtung einer regionalen oder nationalen Kooperationsstrategie: Die Beurteilung

verschiedener Geschäftsstrategien zur Bewältigung des Strukturwandels sowie eine Bewertung von vorgegebenen Kooperationszielen (siehe Übersicht T-7 und T-8).

In der Bewertung der Geschäftsstrategien hat die Verbesserung der Schnittstelle zu den Kunden die mit Abstand beste Beurteilung. Sowohl die Nachfragebedingungen nach den Produkten (wechselnde Kundenbedürfnisse in der Modebranche) als auch die Art der Zulieferbeziehungen (z.B. Abhängigkeiten von Kunden) könnten plausible Erklärungen darstellen. Sehr hohe Bewertungen erhalten auch Konzentration auf Kernkompetenzen, Mitarbeiterqualifizierung, Kostensenkung beim Einkauf von Rohstoffen und Vorprodukten, Einsatz flexibler Fertigungsverfahren, Entwicklung und Einsatz neuer Produktionsverfahren sowie die Bearbeitung geographisch neuer Absatzmärkte.

### Übersicht T-8: Bedeutung von Kooperationszielen



Quelle: WIFO Unternehmensbefragung TEXTIL 2000+

Die gute Beurteilung für die Konzentration auf Kernkompetenzen bei gleichzeitig absolut gesehen schlechtester Bewertung für die Erweiterung der Produktpalette deutet auf eine Fortführung von Spezialisierungsstrategien hin. An sich sollte auch – im Sinne einer Vorwegnahme der absehbaren internationalen Arbeitsteilung – die Auslagerung arbeitsintensiver Prozesse in Niedriglohnländer eine bessere Bewertung erhalten. Hier macht sich allerdings eine vorwiegend ablehnende Haltung der kleinen Unternehmen bemerkbar. Erwähnenswert und zugleich plausibel ist die überdurchschnittlich gute Bewertung der Erschließung neuer Absatzmärkte durch mittlere Unternehmen. Problematisch ist eine insgesamt schlechte Beurteilung der Kooperation mit ausländischen Unter-

nehmen, zumal zumindest für die Erschließung internationaler Märkte lokale Vertriebspartner eine wichtige Rolle spielen können.

In der Beurteilung von Kooperationszielen schneiden die Erhöhung des Auslastungsgrades, die Sicherung der Verfügbarkeit qualifizierter Mitarbeiter sowie die Entwicklung neuer Produkte besonders gut ab (siehe Übersicht T-8). Eine überdurchschnittlich gute Bewertung erfahren aber auch die Entwicklung neuer Produktionsverfahren, der Auftritt auf neuen internationalen Märkten sowie die Optimierung der Vertriebskanäle auf Exportmärkten. Eine niedrige Bewertung erhalten hingegen die Abstimmung von EDV- und Softwarelösungen in der Branche, die Durchsetzung von Preiserhöhungen gegenüber Großkunden sowie die Senkung von Kosten für Logistik, IT, Energie und Telekommunikation. In dieser Wertung macht sich bemerkbar, daß die letztgenannten Positionen ungleich niedrigere Kosten verursachen als Auslastungsprobleme.

Insgesamt liefert die Bewertung von Unternehmensstrategien und Kooperationszielen im Rahmen der Unternehmensbefragung TEXTIL 2000+ in Ergänzung zur sektoralen Analyse wichtige Anhaltspunkte für eine regionale oder nationale Initiative zur Kooperation in einem Netzwerk. Obwohl für einige Ziele und Strategien (Auslastungsgrad, Kundenschnittstelle, Qualifikation) eine besonders gute Beurteilung vorliegt und somit auch eine hohe Akzeptanz bei den Unternehmen erwartet werden darf, kann an dieser Stelle aus methodischen Gründen keine eindeutige Prioritätensetzung vorgenommen werden. Insbesondere bei den Zielen einer Kooperation liegen für alle angegebenen Kooperationsziele gute Bewertungen vor. Auf einer Skala von 1 bis 4 liegt der Mittelwert für die schlechteste Beurteilung bei 2,46; auch jene beiden Ziele, die die niedrigste Zustimmung finden, werden von mindestens 20 der 41 Unternehmen mit sehr wichtig oder wichtig beurteilt.

Eine Ergänzung um einen Diskussionsprozeß – die stärkere inhaltliche Auseinandersetzung mit den betroffenen Unternehmen – ist jedenfalls für die Umsetzung einer Vernetzungsstrategie erforderlich. Dabei sollten aber auch die Erkenntnisse der auf den Produktions- und Handelsdaten beruhenden Sektoranalyse mitberücksichtigt werden. Die Notwendigkeit für die österreichische Textilindustrie neue Absatzmärkte zu erschließen und Wege zur Steigerung der Wertschöpfung weiter zu verfolgen, sind evident und finden die Zustimmung der befragten Unternehmen. Längerfristig genügt es nämlich nicht, nur defensive Maßnahmen auf der Kostenseite zu setzen, zumal insbesondere bei den Arbeitskosten jegliche Möglichkeit fehlt, ein auch nur annähernd niedriges Niveau wie in osteuropäischen oder asiatischen Ländern zu erreichen.

Maßnahmen zur Verbesserung der Faktorausstattung (Qualifikation und Entwicklung bzw. Einsatz neuer Fertigungsverfahren) bilden – für den Sektor gesprochen – ebenfalls eine Notwendigkeit. Nur bei kontinuierlicher Weiterentwicklung der Kompetenzen und Fähigkeiten der Firmen bedeutet die Spezialisierung auch einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil. Was die Produkte betrifft, so ist sowohl die Verbesserung der Qualität bestehender als auch die Entwicklung neuer Produkte für eine Erhöhung der Wertschöpfung erforderlich.

Letztlich liefert die Befragung ein eindeutiges Votum der Unternehmen für eine Initiative, die zu einer Vertiefung der Kooperation in einem Netzwerk führt. Die Ausgangsposition ist infolge der hohen Kooperationsbereitschaft im Sektor besonders günstig; sie manifestiert sich nicht zuletzt in einem 75%-Anteil von Unternehmen, die bereits aus einer Zusammenarbeit Vorteile ziehen.

## 4. Zusammenfassung und Schlußfolgerungen

Die internationale Liberalisierung des Marktzutritts – durch kontinuierliche Aufhebung von Importquoten bis Ende 2004 – hat den Strukturwandel in der Textilindustrie während der 90er Jahre beschleunigt. Trotz einer vielfach kapitalintensiven Produktionsweise werden die Produzenten in der Europäischen Union mit zunehmendem Wettbewerbsdruck durch Importe aus Niedriglohnländern (Türkei, China, Indien, MOEL etc.) konfrontiert. Innerhalb der EU sind tendenziell stagnierendes Produktionsvolumen und rückläufige Beschäftigung im Sektor festzustellen, sodaß im Vergleich mit der gesamten Sachgüterproduktion ein relativer Bedeutungsverlust der Branche stattfindet.

---

*Die Wettbewerbsfähigkeit der Textilproduzenten in Ländern wie Belgien, Italien und Österreich kann unter liberalisierten Handelsbedingungen – und somit verschärftem Wettbewerb – nur dann erhalten bzw. gesteigert werden, wenn es gelingt, (a) absatzseitig neue Märkte zu erschließen und (b) durch eine Steigerung der Wertschöpfung einen Zugewinn an Produktivität zu erreichen.*

---

In Österreich hat die Textilindustrie – ähnlich wie in Belgien und Italien – nach wie vor eine sehr hohe Bedeutung. Die Wettbewerbsfähigkeit der Textilerzeuger in diesen Ländern kann unter liberalisierten Handelsbedingungen – und somit verschärftem Wettbewerb – nur dann erhalten bzw. gesteigert werden, wenn es gelingt, (a) absatzseitig neue Märkte zu erschließen und (b) durch eine Steigerung der Wertschöpfung einen Zugewinn an Produktivität zu erreichen. Wertschöpfungssteigerung bedeutet dabei nicht nur Abkehr von arbeitsintensiven Massenprodukten und Konzentration auf neue, qualitativ hochwertige und spezialisierte Produkte; in Vorwegnahme des sich abzeichnenden Regimes der internationalen Arbeitsteilung ist vielfach die Auslagerung arbeitsintensiver Prozesse in Niedriglohnländer (Stichwort: passiver Veredelungsverkehr) erforderlich.

Im EU-Vergleich treten zwei Besonderheiten der heimischen Textilproduktion hervor:

- (1) Die Produktivitätsgewinne waren zwischen 1989 und 1998 mit jährlich durchschnittlich 10% außerordentlich hoch, sodaß 1998 das zweithöchste Produktivitätsniveau innerhalb der Union (rund 35% über dem EU-Durchschnitt sowie 17% über den USA) erreicht werden konnte.
- (2) Produktivitätsgewinne in der österreichischen Textilindustrie lassen sich vorwiegend auf eine Steigerung der Wertschöpfung zurückführen; der jährliche Wertschöpfungsanstieg machte bei den heimischen Erzeugern durchschnittlich 5,3% aus, liegt somit wesentlich höher als der Vergleichswert der EU-15 von nur 0,5%.

In der österreichischen Textilbranche ist es während der 90er Jahre zu temporären Krisenerscheinungen gekommen. Die bisherigen Anpassungsleistungen heimischer Produzenten (insbesondere Spezialisierung, Ausweichen auf höherwertige Produkte und Verlagerung arbeitsintensiver Produktionsschritte) finden nunmehr Ausdruck in einem außerordentlich hohem Produktivitätsniveau, das für die internationale Wettbewerbsfähigkeit eine insgesamt gute Ausgangsposition darstellt. Die Ausweitung des Absatzes hochwertiger heimischer Textilprodukte auf neuen Absatzmärkten ist nur mit Einschränkungen gelungen und wird künftig nicht nur zur Kompensation von

Marktanteilsverlusten auf traditionellen Exportmärkten (insbesondere europäischer Binnenmarkt) sondern auch im Sinne verstärkter Partizipation auf neuen Wachstumsmärkten erforderlich.

---

*Die bisherigen Anpassungsleistungen heimischer Produzenten (insbesondere Spezialisierung, Ausweichen auf höherwertige Produkte und Verlagerung arbeitsintensiver Produktionsschritte) finden nunmehr Ausdruck in einem außerordentlich hohen Produktivitätsniveau, das für die internationale Wettbewerbsfähigkeit eine insgesamt gute Ausgangsposition darstellt.*

---

Eine besonders starke lokale Konzentration der Textilindustrie findet sich innerhalb Österreichs in Vorarlberg. Die hohe Bedeutung der Textilproduktion drückt sich im Spezialisierungsmuster des westlichsten Bundeslandes aus: Im Jahre 1998 machte das Produktionsvolumen der Vorarlberger Textilindustrie rund ein Fünftel der Sachgüterproduktion aus; gemessen an Beschäftigten und Betrieben liegt der Anteil der Branche bei 22,2 bzw. 15,1%. Darüber hinaus – und dies ist vor allem für die Entwicklung von Strategien zur Verstärkung der Kooperation in Netzwerken bedeutsam – konzentriert sich rund ein Drittel der gesamten österreichischen Textilproduktion auf Vorarlberg.

Eine hohe räumliche Dichte verwandter ökonomischer Aktivitäten (Cluster, industrial districts) stellt sowohl eine Quelle für spezifische Wettbewerbsvorteile der ansässigen Unternehmen als auch gute Voraussetzungen für enge Kooperation in Netzwerken dar.

---

*Interaktion und Kommunikation zwischen Firmen, Kunden, Zulieferern, Forschungseinrichtungen, Schulen und lokalen Behörden erfolgen in einer Region unter den Bedingungen eines relativ homogenen Raumes von Regeln, Konventionen und Praktiken (industrial atmosphere).*

---

In dynamischer Hinsicht erlaubt regionale Konzentration eine stärkere Spezialisierung der einzelnen Unternehmen und führt zu Spillover-Effekten. Vorteile der Verdichtung ergeben sich insbesondere durch Zugriffsmöglichkeiten auf mit spezifischen Fertigkeiten ausgestattetes Humankapital, Kostenvorteile beim Bezug spezifischer Dienstleistungen und Vorprodukte sowie den erleichterten Austausch innovativer Ideen. Die lokale Verdichtung von Unternehmen, deren Produktionsprozesse horizontal oder vertikal in enger Verbindung stehen, bietet zudem infolge sozio-kultureller Nähe vorteilhafte Bedingungen für kollektive Lernprozesse. Interaktion und Kommunikation zwischen Firmen, Kunden, Zulieferern, Forschungseinrichtungen, Schulen und lokalen Behörden erfolgen in der Region unter den Bedingungen eines relativ homogenen Raumes von Regeln, Konventionen und Praktiken (industrial atmosphere). Einerseits werden in diesem Umfeld kollektive Lernprozesse erleichtert, andererseits gilt eine lokale Clusterung von Unternehmen derselben Branche als Auslöser verstärkter Anstrengungen zur kontinuierlichen Innovation.

In der Textilindustrie finden sich international zahlreiche auf einen regionalen Kontext beschränkte Initiativen zur Kooperation in Netzwerken. Hinsichtlich Motivation, Zielsetzungen, institutioneller Basis und Umfang nehmen regionale Kooperationen vielfältige Formen an. Der inhaltliche Fokus von Netzwerkkooperationen kann im Einzelfall auf die Stärkung des internationalen Absatzes von



regionalen Produkten beschränkt sein (bspw. Prato und Biella). Bei anderen Initiativen wie zum Beispiel in Carpi (Emilia Romagna) und Ayrshire (Südwestschottland) wurden umfassende Informationsknoten aufgebaut, die eine Vernetzung der regionalen Textilproduzenten durch eine Reihe von Serviceleistungen unterstützen. Davon profitieren nicht nur größere Unternehmen (die im regionalen Kontext vielfach eine wichtige Leitfunktion einnehmen), sondern es können auch spezifische Probleme von kleinen und mittleren Betrieben besser adressiert werden.

Angesichts des anhaltenden Strukturwandels in der Textilbranche stellt eine Verstärkung der Kooperation in Netzwerken nicht nur aus regional- und industriepolitischen Erwägungen eine sinnvolle Strategie dar. Auch für die Umsetzung von Strategien auf Unternehmensebene bietet die interorganisatorische Vernetzung eine Reihe von Chancen. Unabhängig davon, ob sich ein Unternehmen einer Leitstrategie der Kostenführerschaft, der Differenzierung der Produkte oder der Erhöhung der Flexibilität verschreibt, hat eine über einzelne Kooperationen hinausreichende interorganisatorische Vernetzung Potential zur Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit. Die Kooperation in Netzwerken eröffnet somit zahlreiche Chancen, im Strukturwandel besser zu bestehen. Dazu gehören beispielsweise Größen- und Verbundvorteile in der Produktion, die Fähigkeit größere Aufträge abzuwickeln, eine Vertiefung der erreichten Spezialisierung, erhöhte Marktnähe, schnellere Entwicklung und Bereitstellung neuer Leistungen sowie die Anpassung des Angebots in zeitlicher, mengen- und artmäßiger Hinsicht.

---

*Unabhängig davon, ob sich ein Unternehmen einer Leitstrategie der Kostenführerschaft, der Differenzierung der Produkte oder der Erhöhung der Flexibilität verschreibt, hat eine über einzelne Kooperationen hinausreichende interorganisatorische Vernetzung Potential zur Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit.*

---

Aus der Unternehmensbefragung TEXTIL 2000+ wird erkennbar, daß wesentliche Voraussetzungen für eine Verstärkung der Kooperation in der österreichischen Textilbranche gegeben sind. Die Befragung hat – gemessen an den Beschäftigten – einen Repräsentationsgrad von mehr als 20% für Österreich bzw. von rund 53% für Vorarlberg.

Die Kooperationsbereitschaft im Sektor drückt sich in einem hohen Anteil bereits bestehender Zusammenarbeit aus. Rund drei Viertel der befragten Unternehmen können bereits auf Kooperationserfahrungen verweisen. Mittlere Unternehmen (mit mehr als 20 Beschäftigten) zeigen sich besonders engagiert; ihr Anteil liegt bei 85% verglichen mit 62,5% bei Unternehmen mit bis zu 20 Beschäftigten. Die Kooperationsfelder betreffen de facto alle Unternehmensfunktionen. Besonders hohe Anteile an den bestehenden Kooperationen nimmt die Zusammenarbeit auf der Absatzseite (Verkauf, Vertrieb, Marktforschung: insgesamt 23%), bei Aus- und Weiterbildung (14%) bei Produktentwicklung (13%) und Verfahrensentwicklung (13%) sowie bei Rohstoffeinkauf und Produktion (jeweils 9%) ein.

Eine Vertiefung der Kooperation im Sektor wird überwiegend als wünschenswert empfunden und rund zwei Drittel der befragten Unternehmen sprechen sich eindeutig für eine Kooperationsinitiative aus. Besonders stark befürworten Unternehmen mit überdurchschnittlicher Exportquote entsprechende Initiativen (83,3%). Ein schwächerer Befürworter-Anteil von 60% liegt bei Unter-

nehmen, die ihre Hauptkonkurrenz in Niedriglohnländern sehen bzw. solchen, die noch keine Kooperationen durchführen, vor. Während die Zustimmung zu stärkerer Kooperation im Netzwerk mit Verweis auf zahlreiche strategische und operative Unternehmensziele erfolgt, gründet eine reservierte Haltung vorwiegend im Rollenverständnis von Politik und Unternehmertum.

---

*Die vom WIFO konzipierte Unternehmensbefragung TEXTIL 2000+ zeigt, daß rund drei Viertel der befragten Unternehmen bereits Kooperationserfahrungen haben. Eine Vertiefung der Kooperation im Sektor wird überwiegend als wünschenswert empfunden und rund zwei Drittel der befragten Unternehmen sprechen sich eindeutig für eine Kooperationsinitiative aus.*

---

Aus der Bewertung von Geschäftsstrategien zur Bewältigung des Strukturwandels läßt sich zumindest indirekt der Schluß ziehen, daß eine Initiative zur Verstärkung der Kooperation in einem Netzwerk Vorteile für alle beteiligten Unternehmen bringen würde. Immerhin erhalten die Verbesserung der Schnittstelle zu den Kunden, Konzentration auf Kernkompetenzen, Mitarbeiterqualifizierung, Kostensenkung beim Einkauf von Rohstoffen und Vorprodukten, Einsatz flexibler Fertigungsverfahren, Entwicklung und Einsatz neuer Produktionsverfahren sowie Bearbeitung geographisch neuer Absatzmärkte besonders gute Beurteilungen.

Die Einschätzung von Kooperationszielen, die in einer Netzwerkinitiative speziell zu adressieren wären, macht deutlich, daß für die Branche eine umfassende Initiative angesagt ist. Obwohl mit einer besonders hohen Zustimmung zu den drei Kooperationszielen Erhöhung des Auslastungsgrades, Sicherung der Verfügbarkeit qualifizierter Mitarbeiter und Entwicklung neuer Produkte eine eindeutige Favorisierung vorliegt, ist nämlich keine eindeutige Prioritätensetzung möglich; immerhin bewerten mindestens 20 von 41 Unternehmen jene Kooperationsziele, die insgesamt am schlechtesten abschneiden mit wichtig oder sehr wichtig.

---

*Insgesamt sind in Österreich die Voraussetzungen für eine Verstärkung der Kooperation in einem textilen Netzwerk besonders gut. Aus der regionalen Konzentration und Spezialisierung in Vorarlberg ergibt sich ein natürlicher Ansatzpunkt zumal im westlichsten Bundesland eine kritische Masse von Netzwerkpartnern erreichbar erscheint.*

---

Insgesamt sind in Österreich die Voraussetzungen für eine Verstärkung der Kooperation in einem textilen Netzwerk besonders gut. Aus der regionalen Konzentration und Spezialisierung in Vorarlberg ergibt sich ein natürlicher Ansatzpunkt zumal im westlichsten Bundesland eine kritische Masse von Netzwerkpartnern erreichbar erscheint. Der Trend zur Spezialisierung in der Textilindustrie hat ein hohes Maß an interorganisatorischer Arbeitsteilung zur Folge; anders als in Branchen mit starker vertikaler Integration, sollte die Kooperationsneigung stärker ausgeprägt sein. Darüber hinaus spricht der empirische Befund zur nach wie vor hohen Bedeutung der Branche in Österreich, zur Sonderstellung der Textilindustrie in Vorarlberg sowie regionalökonomische Überlegungen zu Wirkungen einer Verdichtung verwandter ökonomischer Aktivitäten für eine Intensivierung bzw. Stimulierung der Kooperation in Netzwerken.

Theoretische Überlegungen zu Chancen und Potentialen interorganisatorischer Vernetzung sind auf die österreichische Textilindustrie anwendbar. Der empirische Befund zur Kooperationsbereitschaft ist zumindest was die Vorarlberger Textilproduzenten betrifft vielversprechend. Ausmaß und Vielfalt bereits bestehender Kooperationen sowie eine überwiegend positive Einschätzung einer politischen Initiative zur stärkeren Kooperation innerhalb der österreichischen Textilindustrie sind Anzeichen dafür, daß grundlegende Voraussetzungen für eine erfolgreiche Implementierung einer Netzwerkstrategie erfüllt sind.

---

*Ausmaß und Vielfalt bereits bestehender Kooperationen sowie eine überwiegend positive Einschätzung einer politischen Initiative zur stärkeren Kooperation innerhalb der österreichischen Textilindustrie sind Anzeichen dafür, daß grundlegende Voraussetzungen für eine erfolgreiche Implementierung einer Netzwerkstrategie erfüllt sind.*

---

Im Rahmen einer Implementierungsstrategie zur Verstärkung der Kooperation in einem Textilnetzwerk sind allerdings zumindest zwei offene Punkte zu klären, die im Rahmen dieser Studie nicht ausreichend berücksichtigt werden konnten:

Trotz eingeschränkter empirischer Befunde – die Unternehmensbefragung TEXTIL 2000+ beschränkt sich auf Vorarlberger Unternehmen – ist durchaus eine hohe Akzeptanz für eine Netzwerkstrategie bei Textilproduzenten in anderen Bundesländern zu erwarten. Eine Netzwerkinitiative in Vorarlberg sollte im Sinne einer „Andockstelle“ eine gewisse Offenheit aufweisen. Im Automobilzulieferbereich hat die Faszination der regionalen Clusteridee bereits 3 Initiativen (Steiermark, Oberösterreich, Ostösterreich) beflügelt; die Frage ist nun, ob und in welchem Ausmaß eine Vernetzung der regionalen Netzwerke gelingt.

Der zweite Punkt betrifft die institutionelle Basis einer textilen Netzwerkinitiative. Aus der Unternehmensbefragung TEXTIL 2000+ wird deutlich, daß Qualifikation zu den wesentlichen Themen der Textilproduzenten gehört. Gleichzeitig ist die HTL Dornbirn eine von drei modernen in Österreich verfügbaren Ausbildungsstätten für den Textilsektor. Es stellt sich somit die Frage, inwieweit mit dieser primär auf fachspezifische Ausbildung gerichteten Organisation nicht bereits ein Baustein für ein textiles Netzwerk vorliegt. Alle Akteure im Netzwerk – und dazu gehören neben den Unternehmen auch das Institut für Textilchemie und Textilphysik der Universität Innsbruck an der HTL Dornbirn sowie die Versuchsanstalt der Textilindustrie – könnten davon profitieren, wenn in Zusammenarbeit mit der HTL Weiterbildung (bis hin zur postgradualen Ausbildung in einem Fachhochschullehrgang), Technologietransfer, die Entwicklung neuer Produkte und Verfahren unterstützt würden. Das Ziel müßte dabei sein, in Zusammenführung von Theorie und Praxis einen insgesamt umfassenden textilen Informationsknoten mit ausgeprägtem Dienstleistungscharakter aufzubauen.

## 5. Literaturhinweise

- Antonelli, C., Marchionatti, R., Technological and organisational change in a process of industrial rejuvenation: the case of the Italian cotton textile industry, *Cambridge Journal of Economics*, 1998 (22), S. 1-18.
- Baker, P., Small firms, industrial districts and power asymmetries, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 1995, 1(1), S. 8-25.
- Beach, R., Muhlemann, A., Price, D., Paterson, A., Sharp, J., Manufacturing operations and strategic flexibility: survey and cases, *International Journal of Operations & Production Management*, 2000, 20(1), S. 7-30.
- Beck, T., *Kosteneffiziente Netzwerkooperation: Optimierung komplexer Partnerschaften zwischen Unternehmen*, Deutscher Universitätsverlag, 1998.
- Bolisani, E., Scarso, E., International manufacturing strategies: experiences from the clothing industry, *International Journal of Operations & Production Management*, 1996, 16(11), S. 71-84.
- Carrie, A., Integrated Clusters: The future basis of competition, *International Journal of Agile Management Systems*, 1, 1999, S. 45-50.
- Chetty, S., Dimensions of internationalisation of manufacturing firms in the apparel industry, *European Journal of Marketing*, 1999, 33(1/2), S. 121-142.
- Coombs, R., Battaglia, P., Outsourcing of business services and the boundaries of the firm, 1998, CRIC Working Paper No. 5.
- Digiovanna, S., Industrial districts and regional economic development: A regulation approach, *Regional Studies*, 1996, 30(4), S. 373-386.
- Dodgson, M., Rothwell, R., *The Handbook of Industrial Innovation*, Edward Elgar Publishing, Aldershot, 1994.
- Dörsam, P., Icks, A., *Vom Einzelunternehmen zum regionalen Netzwerk: Eine Option für mittelständische Unternehmen*, Verlag Schäffer-Poeschel, Stuttgart, 1997.
- Eggs, H., Englert, J., Schoder, D., Wettbewerbsfähigkeit vernetzter kleiner und mittlerer Unternehmen: Eine Strukturierung der Einflussfaktoren, *Wirtschaftsinformatik*, 1999, 41(4), S. 307-315.
- Fachverband der Textilindustrie Österreichs, *Jahrbuch 1996*, Wien, 1997.
- Fill, C., Visser, E., The outsourcing dilemma: a composite approach to the make or buy decision, *Management Decision*, 38(1), 2000, S. 43-50.
- Gartner Group, *The Economic Effects of Electronic Commerce on Five Vertical Sectors*, Draft Report Prepared for EITO, 1999.
- Graham, P., Small business participation in the global economy, *European Journal of Marketing*, 1999, 33(1/2), S. 88-102.
- Gugler, K., Pfaffermayr, M., Convergence in structure and productivity in European manufacturing, WIFO-Working Paper 127/2000.
- Haynes, P., Becherer, R., Helms, M., Small and mid-sized businesses and Internet use: unrealized potential?, *Internet Research*, 8(3), 1998, S. 229-235.
- Hobbs, J., A transaction cost approach to supply chain management, *Supply Chain Management*, 1(2), 1996, S. 15-27.
- Huber, P., *Bestimmungsfaktoren der Integration von Unternehmen in internationale Unternehmensnetzwerke*, WIFO-Studie in Vorbereitung.
- Johannessen, J., Olaisen, J., Olsen, B., Strategic use of information technology for increased innovation and performance, *Information Management & Computer Security*, 1999, 7(1), S. 5-22.
- Johnsen, R., Johnsen, T., International market development through networks: The case of the Ayrshire knitwear sector, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 1999, 5(6), S. 297-312.

- Johnson, B., Institutional Learning, in: Lundvall (1992), pp. 23-44.
- Kalantaridis, C., Local production networks in the global marketplace: Entrepreneurial strategies in the garment industry of Macedonia, Greece, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 1996, 2(3), S. 12-28.
- Kemmner, G., Gillessen, A., *Virtuelle Unternehmen: Ein Leitfaden zum Aufbau und zur Organisation einer mittelständischen Unternehmenskooperation*, Physica-Verlag, Heidelberg, 2000.
- Klimetzki, R., *Wissensmanagement: Wege zur ‚intelligenten Organisation‘*, Diskussionsbeitrag Nr. 30, Universität Konstanz, 1999.
- Knoll, N., *Benchmarking zum Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien in den Sektoren Banken, Maschinenbau und Textil- und Bekleidungsindustrie*, WIFO, Wien, 1998.
- Krugman, P., *Geography and Trade*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 1991.
- Lankford, W., Parsa, F., Outsourcing: a primer, *Management Decision*, 37(4), 1999, S. 310-316.
- Lawson, C., *Towards a competence theory of the region*, *Cambridge Journal of Economics*, 1999 (23), S. 151-166.
- Lin, S., Kincade, D., Warfield, C., *Productivity and Production in the Apparel Industry*, *International Journal of Clothing Science and Technology*, 1994, 6(1), S. 20-27.
- Lorenz, E., *Trust, contract and economic cooperation*, *Cambridge Journal of Economics*, 1999 (23), S. 301-315.
- Lundvall, B., (ed.) *National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning*, Pinter Publishers, London, 1992.
- Marceau, J., *Clusters, Chains and Complexes: Three Approaches to Innovation with a Public Policy Perspective*, in: Hodgson – Rothwell (1994), pp.3-12.
- Maskell, P., Malmberg, A., *Localised learning and industrial competitiveness*, *Cambridge Journal of Economics*, 1999 (23), S. 167-185.
- McIvor, R., *A practical framework for understanding the outsourcing process*, *Supply Chain Management*, 5(1), 2000, S. 22-36.
- Meijboom, B., *Production-to-order and international operations: A case study in the clothing industry*, *International Journal of Operations & Production Management*, 1999, 19(5/6), S. 602-619.
- Mistri, M., *Industrial districts and local governance in the Italian experience*, *Human Systems Management*, 1999 (18), S. 131-139.
- Morath, F., *Interorganisationale Netzwerke: Dimensions, Determinants, Dynamics*, Universität Konstanz, Workingpaper Nr. 15, 1996.
- Müller, T., *Virtuelle Organisation: Konzept, Theoriebasis, Möglichkeiten und Grenzen*, Diskussionsbeitrag Nr. 21, Universität Konstanz, 1997.
- Nooteboom, B., *Innovation, learning and industrial organisation*, *Cambridge Journal of Economics*, 1999 (23), S. 127-150.
- Peneder, M., *Intangible Investment and Human Resources: The new WIFO taxonomy of manufacturing industries*, WIFO-Working Paper 114/1999.
- Potthof, I., *Empirische Studien zum wirtschaftlichen Erfolg der Informationsverarbeitung*, *Wirtschaftsinformatik*, 1998, 40(1), S. 54-65.
- Ranta, J., Holopainen, S., *Benchmarking pilot project on the diffusion and utilisation of information and communication technologies (ICT) and new organisational arrangements*, Helsinki University of Technology, 1998.
- Razaque, M., Sheng, C., *Outsourcing of logistics functions: a literature survey*, *International Journal of Physical Distribution & Logistics*, 28(2), 1998, S. 89-107.
- Scheff, J., *Lernende Regionen: Regionale Netzwerke als Antwort auf globale Herausforderungen*, Linde Verlag, Wien, 1999.

- Simmie, J., Sennett, J., Innovative clusters: global or local linkages, *National Institute Economic Review*, 1999, 170, S. 87-98.
- Spectrum, *Moving into the Information Age: International Benchmarking Study 1998*, London, 1998.
- Tan, K., Kannan, V., Handfield, R., Ghosh, S., Supply chain management: an empirical study of its impact on performance, *International Journal of Operations & Production Management*, 1999, 19(10), S. 1034-1052.
- Tikkanen, H., The network approach in analyzing international marketing and purchasing operations: a case study of a European SME's focal net 1992-95, *Journal of Business & Industrial Marketing*, 13(2), 1998, S. 109-131.
- Villa, F., Panizzolo, R., Buyer-subcontractor relationships in the Italian clothing industry, *International Journal of Operations & Production Management*, 1996, 16(7), S. 38-61.
- Wright, D., Burns, N., New organisation structures for global business: an empirical survey, *International Journal of Operations & Production Management*, 1998, 18(9/10), S. 896-923.
- Yu, T., Bringing entrepreneurship back in: Explaining the industrial dynamics of Hong Kong with special reference to the textile and garment industry, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 1999, 5(5), S. 235-250.

## Anhang 1: Ziele und Implementierung der Unternehmensbefragung TEXTIL 2000+

In Ergänzung zu Industrie- und Handelsdaten hat das WIFO eine eigene Erhebung, die TEXTIL 2000+, konzipiert und durchgeführt, um den empirischen Befund zu vergangenen Entwicklungen, Zukunftsperspektiven, Kooperationsverhalten sowie Hemmnissen und Potentialen einer Vernetzungsinitiative in der Textilindustrie abzuschätzen. Insbesondere sollten auch kleinere Unternehmen (bis 20 Beschäftigte) erfaßt werden. Diese werden im Rahmen anderer statistischer Erhebungen nur unzureichend berücksichtigt.

Die telefonischen Interviews der Erhebung TEXTIL 2000+ erfolgten im Zeitraum vom 21. Februar bis 29. Februar 2000. Nach Testinterviews und kleineren Korrekturen haben Mag. Christian Kienberger und Mag. Norbert Knoll rund 100 in Vorarlberg ansässige Unternehmen der Branche kontaktiert und mit 41 Unternehmen vollständige Interviews anhand eines Interviewleitfades (siehe Anhang 2) durchgeführt.

Die Zielsetzung gemessen an den Beschäftigten mindestens 10% der österreichischen und mindestens 30% der Vorarlberger Textilindustrie zu erreichen, konnte infolge der hohen Akzeptanz der Befragung weit überschritten werden. Der Repräsentationsgrad der Studie liegt für Textilunternehmen mit mehr als 20 Beschäftigten bei rund 21% für Österreich und bei 53% für Vorarlberg. Darüber hinaus erfaßt die Befragung 16 Unternehmen mit bis zu 20 Beschäftigten, die mit der Industriestatistik (Konjunkturerhebung) nicht abgedeckt werden.

Für die Analyse der Rohdaten wurden aus den 41 Interviews 15 sich teilweise überschneidende Subgruppen gebildet, um gegebenenfalls Besonderheiten im Antwortverhalten festzustellen. Anzahl, Charakteristika und zugrundeliegende Fragestellung sind in Übersicht A-1 dargestellt.

### Übersicht A-1: Subgruppen

Code	Anzahl der Unternehmen und Merkmale der Subgruppe	Fragestellung zur Unterscheidung
S-1	16 kleine Unternehmen mit bis zu 20 Mitarbeitern	A-3
S-2	20 mittlere Unternehmen mit 21 bis 250 Mitarbeitern	A-3
S-3	22 Unternehmen, deren Beschäftigungsstand sich während der letzten 5 Jahre verringert hat	A-4
S-4	19 Unternehmen, deren Beschäftigungsstand sich während der letzten 5 Jahre nicht verringert hat	A-5
S-5	18 Unternehmen mit überdurchschnittlicher Exportorientierung (Exportanteil >80%)	A-6
S-6	22 Unternehmen für die der EWR den Hauptabsatzmarkt bildet	A-8-2
S-7	15 Unternehmen, die angeben, daß Hauptkonkurrenten aus Österreich kommen	A-11
S-8	27 Unternehmen, die angeben, daß Hauptkonkurrenten aus der Europäischen Union kommen	A-11
S-9	20 Unternehmen, die angeben, daß Hauptkonkurrenten aus Osteuropa, Asien und anderen Regionen kommen	A-11
T-1	23 Unternehmen, die der Verstärkung der Kooperation inländischer Anbieter eine hohe oder sehr hohe Bedeutung zumessen	B-3-1
T-2	10 Unternehmen, die der Verstärkung der Kooperation inländischer Anbieter eine geringe oder keine Bedeutung zumessen	B-3-1
U-1	27 Unternehmen, die eine politische Initiative für sinnvoll erachten	C-1
U-2	14 Unternehmen, die eine politische Initiative nicht für sinnvoll erachten	C-1
U-3	31 Unternehmen, die bereits in irgendeinem Gebiet kooperieren	C-2
U-4	10 Unternehmen, die noch nicht kooperieren	C-2

Interdependenzen zwischen den einzelnen Subgruppen sind in Übersicht A-2 dargestellt. Die einzelnen Elemente der Matrix geben die Wahrscheinlichkeit dafür an, daß ein Unternehmen, das ein in der jeweiligen Zeile angegebenes Merkmal aufweist, auch das Merkmal in der Spalte aufweist. Im Konkreten heißt das beispielsweise, daß ein Unternehmen, das eine Exportquote von über 80% hat (Zeile S-5) mit einer Wahrscheinlichkeit von 33,3% ein mittleres Unternehmen ist (Spalte Sub-S-2). Die erste Zeile (Alle 41 U.) gibt somit die Verteilung der Zugehörigkeit zu den einzelnen Subgruppen wider.

### Übersicht A-2: Interdependenzen zwischen Subgruppen

	Alle 41	Sub-S-1	Sub-S-2	Sub-S-3	Sub-S-4	Sub-S-5	Sub-S-6	Sub-S-7	Sub-S-8	Sub-S-9	Sub-T-1	Sub-T-2	Sub-U-1	Sub-U-2	Sub-U-3	Sub-U-4
Alle 41 U.	100,0	39,0	48,8	53,7	46,3	43,9	53,7	36,6	75,6	48,8	56,1	24,4	65,9	34,1	75,6	24,4
S-1 Kleine Unternehmen	100,0	100,0	0,0	62,5	37,5	56,3	68,8	68,8	62,5	62,5	50,0	37,5	62,5	37,5	62,5	37,5
S-2 Mittlere Unternehmen	100,0	0,0	100,0	50,0	50,0	30,0	40,0	20,0	50,0	40,0	65,0	15,0	70,0	30,0	85,0	15,0
S-3 U. mit Besch.-abbau w.d.l. 5 J.	100,0	45,5	45,5	100,0	0,0	50,0	54,5	36,4	72,7	54,5	59,1	31,8	68,2	31,8	72,7	27,3
S-4 U. ohne Besch.-abb. w.d.l. 5 J.	100,0	31,6	52,6	0,0	100,0	36,8	52,6	36,8	78,9	42,1	52,6	15,8	63,2	36,8	78,9	21,1
S-5 Exportquote >80%	100,0	50,0	33,3	61,1	38,9	100,0	83,3	50,0	66,7	72,2	66,7	22,2	83,3	16,7	77,8	22,2
S-6 EWR ist Hauptabsatzmarkt	100,0	50,0	36,4	54,5	45,5	68,2	100,0	40,9	72,7	63,6	50,0	22,7	77,3	22,7	72,7	27,3
S-7 Hauptkonkurrenz im Inland	100,0	73,3	26,7	53,3	46,7	60,0	60,0	100,0	66,7	53,3	60,0	26,7	73,3	26,7	80,0	20,0
S-8 Hauptkonkurrenz im EWR	100,0	32,3	51,6	51,6	48,4	38,7	51,6	32,3	100,0	35,5	61,3	19,4	74,2	25,8	77,4	22,6
S-9 Hauptkonkurrenz in Niedriglohnl.	100,0	50,0	40,0	60,0	40,0	65,0	70,0	40,0	55,0	100,0	55,0	25,0	60,0	40,0	85,0	15,0
T-1 Hohe Kooperationsneigung	100,0	34,8	56,5	56,6	43,5	52,2	47,8	39,1	82,6	47,8	100,0	0,0	82,6	17,4	91,3	8,7
T-2 Geringe Kooperationsneigung	100,0	60,0	30,0	70,0	30,0	40,0	50,0	40,0	60,0	50,0	0,0	100,0	30,0	70,0	40,0	60,0
U-1 Befürworter einer Kooper.-Initiative	100,0	37,0	51,9	55,6	44,4	55,6	63,0	40,7	85,2	44,4	70,4	11,1	100,0	0,0	77,8	22,2
U-2 Gegner einer Kooper.-Initiative	100,0	42,9	42,9	50,0	50,0	21,4	35,7	28,6	57,1	57,1	28,6	50,0	0,0	100,0	71,4	28,6
U-3 Kooperationserfahrene U.	100,0	32,3	54,8	51,6	48,4	45,2	51,6	38,7	77,4	54,8	67,7	12,9	67,7	32,3	100,0	0,0
U-4 Kooperationsunerfahrene U.	100,0	60,0	30,0	60,0	40,0	40,0	60,0	30,0	70,0	30,0	20,0	60,0	60,0	40,0	0,0	100,0



## Anhang2: Interviewleitfaden zur Unternehmensbefragung TEXTIL 2000+

(A-1) Welche der folgenden Produktgruppen bietet Ihr Unternehmen vorwiegend an?

Wichtigste Produktgruppen von 41 befragten Unternehmen					
Garne	Stoffe	Konfektionierte Textilwaren	Textilveredelung	Sonstige Textilwaren	Summe der Nennungen
4	13	6	4	20	57
<b>Bemerkungen</b>	<i>Auswertung nach Produktgruppen nicht sinnvoll/möglich; Interviews spiegeln teilweise die Vielfalt bzw. Heterogenität der Produkte</i>				

(A-2) Welchen Jahresumsatz hat ihr Unternehmen zuletzt erzielt?

Kategorisierung nach Jahresumsatz für 41 befragte Unternehmen						
< 10 Mio.	< 20 Mio.	< 50 Mio.	< 100 Mio.	< 250 Mio.	< 500 Mio.	> 500 Mio.
7	6	10	8	4	2	4
<b>Bemerkungen</b>	<i>Jahresumsätze (1999) für 36 Unternehmen insgesamt 6,3 Mrd. öS; insgesamt ergibt sich ein hoher Repräsentationsgrad.</i>					

(A-3) Wieviele Mitarbeiter sind in Ihrem Unternehmen beschäftigt?

Kategorisierung nach Beschäftigtenstand für 41 befragte Unternehmen						
< 10	11 bis 20	21 bis 50	51 bis 100	101 bis 250	251 bis 500	Über 500.
8	8	12	6	2	2	3
<b>Bemerkungen</b>	<i>Mitarbeiterstand (1999) für 40 Unternehmen insgesamt ca. 4096; Gemessen am Beschäftigungsstand liegt der Repräsentationsgrad für die österreichische Textilindustrie bei mehr als 20%, für die Vorarlberger Textilbranche über 50%.</i>					

**(A-4) Wie hat sich der Mitarbeiterstand in Ihrem Unternehmen während der letzten 5 Jahre verändert?**

<b>Veränderung des Beschäftigtenstandes während der letzten 5 Jahre bei 41 befragten Untern.</b>				
Starke Verringerung (Richtwert mehr als 20%)	Leichte Verringerung	Geringe Veränderung (Schwankung bis zu 5%)	Leichte Erhöhung	Starke Erhöhung (Richtwert mehr als 20%)
10	12	12	6	1
<b>Bemerkungen</b>		<i>Großteil der Unternehmen hat mit Beschäftigungsabbau auf Strukturwandel reagiert; Erhöhungen sind die Ausnahme</i>		

**(A-5) Wie schätzen sie die Entwicklung des Mitarbeiterstands mittelfristig (bis 2005) ein?**

<b>Mittelfristige Erwartung zum Beschäftigtenstand (bis 2005) bei 41 befragten Unternehmen</b>				
Starke Verringerung (Richtwert mehr als 20%)	Leichte Verringerung	Geringe Veränderung (Schwankung bis zu 5%)	Leichte Erhöhung	Starke Erhöhung (Richtwert mehr als 20%)
0	8	25	7	1

**(A-6) Wie hoch ist der derzeitige Exportanteil (gemessen in Prozent des Umsatzes)?**

<b>Exporte in Prozent des Umsatzes für 41 befragte Unternehmen</b>			
bis 20% des Umsatzes	bis 50% des Umsatzes	bis 80% des Umsatzes	mehr als 80% des Umsatzes
2	8	13	18
<b>Bemerkungen</b>		<i>wie aus der Industriestatistik absehbar extrem hohe Exportorientierung (Durchschnitt über 70%); sehr hoher Anteil von Firmen mit über 80% Exportanteil</i>	

**(A-7) Haben Sie in mindestens einem Produktsegment einen Weltmarktanteil von mehr als 5%? Wenn ja bei welchen Produkten?**

<b>Weltmarktanteil von über 5 Prozent in einem Produktsegment bei 41 befragten Unternehmen</b>	
JA	NEIN
5	36
<b>Bemerkungen</b>	
<i>Signifikanter Weltmarktanteil in einem Produktsegment ist die Ausnahme; Kooperationen sind wettbewerbspolitisch unbedenklich</i>	

**(A-8) Wie hoch ist der derzeitige Umsatzanteil Ihres Unternehmens auf folgenden Absatzmärkten?**

<b>Umsatzanteile auf verschiedenen Absatzmärkten für 41 befragte Unternehmen</b>				
	Bis 10%	Bis 50%	Bis 75%	Mehr als 75%
Österreich	16	18	6	1
Westeuropa (EWR)	3	16	10	12
Osteuropa (inkl. eh. UDSSR)	39	1	1	0
Asiatisch-pazifischer Raum	37	4	0	0
Nordamerika (NAFTA)	40	1	0	0
<b>Bemerkungen</b>	<i>Österreich spielt für die meisten Unternehmen eine geringe Rolle als Absatzmarkt; West-Europaorientierung ist vorherrschend; Osteuropa, Asien, NAFTA bisher kaum relevant; für einige Segmente ganz spezif. Absatzmärkte (z.B. Naher Osten)</i>			

**(A-9) Wie schätzen Sie die Absatzmöglichkeiten Ihres Unternehmens auf folgenden Märkten mittelfristig (bis 2005) ein?**

<b>Einschätzung der mittelfristigen Absatzmöglichkeiten (bis 2005) bei 41 befragten Unternehmen</b>					
	Stark steigend	Steigend	Gleichbleibend	Sinkend	Stark sinkend
Österreich	0	5	30	6	0
Westeuropa (EWR)	2	18	18	3	0
Osteuropa (inkl. eh. UDSSR)	3	19	17	2	0
Asiatisch-pazifischer Raum	1	10	30	0	0
Nordamerika (NAFTA)	3	8	30	0	0
<b>Bemerkungen</b>	<i>Hoffnung, daß sich auf den bestehenden Hauptabsatzmärkten nicht allzuviel ändert; Osteuropa nur vereinzelt ein Hoffnungsmarkt</i>				

**(A-10) Könnten Vertriebskooperationen die Absatzchancen auf Auslandsmärkten wesentlich verbessern?**

<b>Zustimmung zu Vertriebskooperationen auf Auslandsmärkten bei 41 befragten Unternehmen</b>	
JA	NEIN
27	14
<b>Bemerkungen</b>	<i>Hohe Zustimmung zur Sinnhaftigkeit von Vertriebskooperationen</i>

**(A-11) Aus welchen Ländern / Regionen stammen Ihre wichtigsten Konkurrenten?**

<b>Herkunft der Hauptkonkurrenten bei 41 befragten Unternehmen</b>						
Österreich	EU	Andere west-europ. Länd.	Osteuropa	Asiatisch-pazifischer Raum	NAFTA	Andere Regionen
15	27	8	4	15	0	6
<b>Bemerkungen</b>		<i>Die Konkurrenzsituation spiegelt teilweise die Absatzsituation (Westeuropa); Osteuropa, Asien ist nicht zu vernachlässigen; bei anderen Regionen wird meist auf die Türkei hingewiesen</i>				

**(A-12) Erwarten Sie mittelfristig (bis 2005) eine Verschärfung des Wettbewerbs durch Konkurrenten aus (a) Osteuropa und/oder aus (b) dem asiatischen und pazifischen Raum?**

<b>Einschätzung zur Intensivierung des Wettbewerbs durch asiatische/osteuropäische Anbieter</b>		
Verschärfung des Wettbewerbs durch osteurop. Unternehmen	Verschärfung des Wettbewerbs durch asiat. Unternehmen	Keine Verschärfung des Wettb. durch asiat. od. osteuer. U.
18	20	13
<b>Bemerkungen</b>		<i>Insgesamt 28 Unternehmen (rund drei Viertel) erwarten weiter Verschärfung des Wettbewerbs durch asiatische oder osteuropäische Konkurrenten</i>

**(B-1) Branchenkenner meinen, daß die Textilindustrie einen starken Strukturwandel durchmacht. Treffen die folgenden Trends für die Entwicklung der letzten 5 Jahre in der österreichischen Textilindustrie zu?**

Trends in der österreichischen Textilindustrie während der letzten 5 Jahre		Trifft zu	Trifft nicht zu
<b>B-1-1</b>	Zusammenschlüsse und Übernahmen in der Branche	28	13
<b>B-1-2</b>	Zunahme von Betriebsschließungen und Konkursen	38	3
<b>B-1-3</b>	Mehr Kooperation zwischen österr. Textilunternehmen	15	26
<b>B-1-4</b>	Stärkere Spezialisierung der österreichischen Anbieter	38	3
<b>B-1-5</b>	Verlagerung lohnintensiver Produktionsschritte ins Ausland	32	9
<b>B-1-6</b>	Verstärkter Einkauf von Vorprodukten im Ausland	29	12
<b>B-1-7</b>	Erschließung (geographisch) neuer Absatzmärkte (z.B. Asien)	28	13
<b>B-1-8</b>	Marktanteilsverluste auf Auslandsmärkten	24	17
<b>B-1-9</b>	Einsatz neuer Verfahren in der Produktion	29	12
<b>B-1-10</b>	Ausweichen von billigen Massenprodukten zu qualitative höherwertigen Produkten	36	5
<b>Bemerkungen</b>	<i>Firmen haben nicht mit stärkerer Kooperation auf verschärften Wettbewerb reagiert; hohe Zustimmung zu vorgegebenen Trend; aus der Industriestatistik läßt sich insbesondere B-1-10, B-1-4 belegen</i>		

**(B-2) Welche Faktoren schränken Ihrer Meinung nach die Wettbewerbsfähigkeit der österreichischen Textilindustrie derzeit besonders stark ein?**

Die Wettbewerbsfähigkeit besonders stark einschränkende Faktoren		JA	NEIN
B-2-1	Niveau der Arbeitskosten	37	4
B-2-2	Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte	24	17
B-2-3	Niveau der Lohnnebenkosten	36	5
B-2-4	Niveau der Energiekosten	7	34
B-2-5	Umweltstandards	13	28
B-2-6	Selbstfinanzierungskraft der Unternehmen	30	11
B-2-7	Kooperationsbereitschaft der Unternehmen	21	20
<b>Bemerkungen</b>	<i>Arbeitskosten, Lohnnebenkosten werden wie üblich bemängelt; Selbstfinanzierungskraft wird als Problem anerkannt; Energiekosten und Umweltstandards wenig problematisch, weil entweder nur geringer Kostenanteil oder schon akzeptiert</i>		

**(B-3) Experten schlagen zur Bewältigung des Strukturwandels in der österreichischen Textilindustrie Anpassungen der Geschäftsstrategie vor. Wie wichtig sind dabei die folgenden Elemente der Geschäftsstrategie?**

<b>Bedeutung von Geschäftsstrategien zur Bewältigung des Strukturwandels</b>		<i>S. hohe Bed.</i>	<i>Hohe Bed.</i>	<i>Mittl. Bed.</i>	<i>Ger. Bed.</i>	<i>Keine Bed.</i>
		<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
B-3-1	Verstärkung der Kooperation zwischen inländischen Anbietern der Branche	9	14	8	9	1
B-3-2	Kooperationen mit ausländischen Partnern	2	16	15	4	4
B-3-3	Bearbeitung (geogr.) neuer Absatzmärkte	16	15	7	3	0
B-3-4	Qualitätsverbesserung der Produkte	21	6	10	2	2
B-3-5	Erweiterung der Produktpalette	4	7	16	10	4
B-3-6	Beschleunigung von Produktentwicklung und -innovationen	19	9	10	1	2
B-3-7	Konzentration auf Kernkompetenzen	23	8	7	3	0
B-3-8	Auslagerung arbeitsintensiver Prozesse in Billiglohnländer	5	15	9	4	8
B-3-9	Optimierung der Fertigungstiefe	9	15	15	0	2
B-3-10	Einsatz flexibler Fertigungsverfahren	14	16	8	1	2
B-3-11	Erhöhung der Auslastung der Anlagen und Maschinen	20	11	7	3	0
B-3-12	Optimierung der Lagerhaltung (Stichwort JIT)	12	12	14	3	0
B-3-13	Kostensenkung beim Einkauf von Rohstoffen und Vorprodukten	21	11	7	1	1
B-3-14	Kostensenkung bei industrienahen Dienstleistungen	12	11	11	6	1
B-3-15	Kostensenkung bei Vorleistungen wie z.B. Energie, EDV, Telekommunikation	11	13	13	3	1
B-3-16	Entwicklung und Einsatz neuer Produktionsverfahren	21	10	7	1	2
B-3-17	Qualifizierungsoffensive für die Mitarbeiter	16	19	6	0	0
B-3-18	Verbesserung der Schnittstelle zu den Kunden	30	9	2	0	0

**(C-1) Halten Sie politische Initiativen zur stärkeren Kooperation innerhalb der österreichischen Textilindustrie für eine sinnvolle Strategie?**

JA 27 NEIN 14

.....halte politische Initiative für sinnvoll, weil.....	halte politische Initiative für nicht sinnvoll, weil
Umdenken in den Köpfen der Unternehmer erforderlich; Anstoß sollte von der Politik kommen	Kann nur aus Eigeninitiative der Unternehmen gestartet werden
Ein Anstoß müßte von politischer Seite kommen, sonst geschieht gar nichts	Kann nur durch Eigeninitiative geschehen, da Politiker die Probleme nicht erkennen können
Initiative auf politischer Ebene, um einen Denkanstoß zu geben; es muß kooperiert werden, sonst schaut es gerade für viele kleinere Betriebe schlecht aus	Politischer Weg in diesem Fall nicht machbar
Weil sonst kein Glaube vorhanden ist, daß es dringend notwendig ist	Jeder muß versuchen, selbst seine Geschäfte zu machen
So viele Sparten; muß auf eine andere Ebene gestellt werden , um Potentiale zu erkennen	Müssen Eigeninitiativen sein; von Politik ist wenig zu erwarten
Externe Moderation nötig; Anstoß auf politischer Ebene, denn von alleine wird zu wenig gemacht	Initiative müßte von Unternehmen selbst ausgehen oder vielleicht von anderen Organisationen, aber sicher nicht von der Politik
Weil Kooperationen sonst überhaupt nicht zu Stande kommen, müßte Politik initiieren; Initiative damit auch andere die Notwendigkeit erkennen	Weniger Staat, Eigeninitiative; weil es auch bisher ohne den Staat ging
Ja [Begründung verweigert]	Politik hat keinen Einfluß; es müßten Unternehmerinitiativen sein
Politische Plattform nötig; Moderator erforderlich	Individualismus der Übriggebliebenen ist Hindernis
Barriere Konkurrenz, daher Anstoß von der Politik erforderlich	Politisch nicht lösbar; Initiative müßte von Betrieben ausgehen
Sehr wichtig, weil für viele Unternehmen von existenzieller Bedeutung; Politik wäre eine neutrale Ebene	Einzelunternehmen können das besser, nicht unbedingt durch Politik
Politik kann Zuversicht für eine Branche signalisieren	Kooperationen werden nichts helfen und sind zu arbeitsintensiv
Alle hätten Vorteile davon	Bei Kooperationen bleibt meist einer dabei auf der Strecke
Einzelne Stärken sollten besser genutzt werden	Konkurrenzdenken ist zu groß
Auslastungsgrad kapitalintensiver Produktion könnte verbessert werden	Zu spezifische Produkte und zu kleine Unternehmen
Vlbg. Textilzentrum, Dichtevorteile, Schulen, Testzentrum	
Imageschub und Möglichkeit gemeinsam international besser aufzutreten	
Maschinenauslastung erhöhen; Humankapital	
Zusammenarbeit schafft Synergien; Kunden und Lieferanten könnten zusammenarbeiten	
Stärkeres Auftreten gegenüber ausländischen Kunden	
Sehr viele Unternehmen zu klein, um im internationalen Wettbewerb zu bestehen	
Gemeinsam stärker; auch internationale Initiativen bewähren sich	
Zumindest der Anstoß müßte seitens der Politik kommen	
Grundsätzlich schon dafür, aber individuelle Unternehmen machen das schwierig	
Potential an Kostensenkung und Vertriebswege für kleine U.	
Notwendig fürs Überleben	

**(C-2) Kooperieren Sie mit Unternehmen der österreichischen Textilwirtschaft in einem der folgenden Bereiche?**

<b>Bereiche in denen die Unternehmen bereits kooperieren</b>		<i>JA</i>	<i>NEIN2</i>
<b>C-2-1</b>	beim Einkauf von Rohstoffen und Vorprodukten	8	33
<b>C-2-2</b>	beim Einkauf von Vorleistungen (z.B. Energie, EDV, Telekom.)	4	37
<b>C-2-3</b>	bei der Entwicklung neuer Produkte	10	31
<b>C-2-4</b>	bei der Entwicklung neuer Produktionsverfahren	10	31
<b>C-2-5</b>	bei Lagerhaltung und Logistik	5	36
<b>C-2-6</b>	bei Verkauf und Vertrieb	13	28
<b>C-2-7</b>	in der Marktforschung	6	35
<b>C-2-8</b>	bei Aus- und Weiterbildung des Personals	12	29
<b>C-2-9</b>	Sonstige Kooperationsbereiche	13	28
<b>Angaben für sonstige Kooperationsbereiche (C-2-9)</b>			
In Verbindung mit Direktverkäufen			
Produktion			
Auf Ebene des Stickereiverbandes: Tarifverhandlungen			
Keine engeren Kooperationen, aber in Einzelfällen schon			
Kapazitätsaustausch (Produktion)			
EDV und Software			
Produktion, Nutzung freier Kapazitäten			
Gemeinsame Vermarktungsstrategien			
Verträge zur gemeinsamen Auslastung bei hohen Investitionen, Kapazitätsaustausch			
Kapazitätsaustausch (Produktion)			
Produktion			
Produktion, Kapazitätsabgleich			
Erfahrungsaustausch mit befreundeten Firmen			
<b>Bemerkungen</b>	<i>Vielfach sehr weit verstandener Kooperationsbegriff; insgesamt überraschend hohe Anzahl von Kooperationen (etwa im Vgl. mit MM-Studie); hoher Anteil von Kooperationen bei Produktion.</i>		



**(C-3) Kooperationen in anderen Branchen haben unterschiedliche Zielsetzungen. Die Vorarlberger Landesregierung überlegt Initiativen zur Verbesserung der Kooperation in der Textilindustrie. Wie wichtig wären Ihrer Meinung nach die folgenden Kooperationsziele?**

Bewertung von Kooperationsziele		<i>Sehr wichtig</i> <b>1</b>	<i>wichtig</i> <b>2</b>	<i>Weniger wichtig</i> <b>3</b>	<i>Nicht wichtig</i> <b>4</b>
<b>C-3-1</b>	Kostensenkung beim Einkauf Rohstoffen und Vorprodukten	12	20	6	3
<b>C-3-2</b>	Senkung der Energiekosten	9	17	9	6
<b>C-3-3</b>	Verfügbarkeit qualifizierter Mitarbeiter	22	14	4	1
<b>C-3-4</b>	Kostensenkung bei Software, EDV, Telekom.	6	22	10	3
<b>C-3-5</b>	Kostensenkung bei Lagerhaltung und Logistik	8	18	11	4
<b>C-3-6</b>	Senkung der Vertriebskosten	12	15	10	4
<b>C-3-7</b>	Entwicklung neuer Produkte	23	14	1	3
<b>C-3-8</b>	Entwicklung neuer Produktionsverfahren	16	18	4	3
<b>C-3-9</b>	Erhöhung der Auslastung der Maschinenparks	27	9	3	2
<b>C-3-10</b>	Verbesserung der Produktqualität	15	14	9	3
<b>C-3-11</b>	Spezialisierung der Unternehmen	15	16	5	5
<b>C-3-12</b>	Preiserhöhung bei Großkunden (z.B. Handel)	12	8	15	6
<b>C-3-13</b>	Abstimmung von EDV und Softwarelösungen in der Textilbranche (z.B. PPS)	12	8	11	10
<b>C-3-14</b>	Entwicklung und Einsatz standardisierter Lösungen für den elektronischen Geschäftsverkehr mit Zulieferern und Kunden (Stichwort, Internet, EDI, E-Commerce)	14	15	8	4
<b>C-3-15</b>	Auftritt auf neuen internationalen Absatzmärkten	20	10	8	3
<b>C-3-16</b>	Optimierung der Vertriebskanäle auf Auslandsmärkten	14	17	9	1
<b>C-3-17</b>	Internationale Etablierung eines Markennamens für die Vorarlberger Textilindustrie	16	12	8	5
<b>Bemerkungen</b>	<i>Hohe Zustimmungsrates für einzelne Kooperationsziele; Preiserhöhung bei Großkunden wird vielfach mit einem Lacher kommentiert (schön wärs, aber nicht durchsetzbar)</i>				

**(C-4) Wodurch könnte der Erfolg einer Kooperation in einem „Textilnetzwerk Vorarlberg“ gefährdet werden?**

<b>Mögliche Problembereiche für Kooperationen in einem Textilnetzwerk</b>		<i>JA</i> <b>1</b>	<i>NEIN</i> <b>2</b>
<b>C-4-1</b>	Verlust der Unabhängigkeit der Kooperationspartner	23	18
<b>C-4-2</b>	nicht klar erkennbare Vorteile der Kooperation für die Teilnehm.	28	13
<b>C-4-3</b>	starke Konkurrenzsituation zwischen den Partnern	23	18
<b>C-4-4</b>	Unterschiede in der Unternehmenskultur	27	14
<b>C-4-5</b>	Zugang von Konkurrenten zu Betriebsgeheimnissen	19	22
<b>C-4-6</b>	Sonstige Hindernisse / Problembereiche	26	15
<b>Angaben zu sonstigen Hindernissen und Problembereichen (C-4-6)</b>			
Denkstrukturen in alten Mustern;	Familienbetriebe und Tradition		
Kleinstbetriebe, familiäre Strukturen, Berührungsgängste	Mit gleichgelagerten Unternehmen schwer vorstellbar; Vorurteile und Futterneid		
Konkurrenzsituation ist ein besonders wichtiger Punkt	Harmonisierung unterschiedlicher Strategien ist schwierig		
Kooperieren bis jetzt gut, engerer Kontakt könnte aber problematisch sein	Hauptproblem eigenständige Unternehmen, Tradition und Eigentumsverhältnisse		
Jeder hätte Angst um sein eigenes Brot	Vielfalt der Produkte, Selbständigkeit		
Gesellschafter sind wahrscheinlich selber das größte Problem	Wille der einzelnen Firmen; Einkauf geht noch aber Kapazitätsausgleich scheitert		
Mentalität als Problem	Der Wille zur Kooperation fehlt		
Mentalität: Jeder kocht sein eigenes Süppchen	Unterschiede der Betriebsmittelbeschaffenheit		
Heterogenität der Produkte	Heterogenität von Unternehmen und Produkten		
Familienbetriebe haben wenig Kooperationsbereitschaft	Problem liegt in den Köpfen: Generationskonflikte		
Neid der Individualisten	Mentalität, Individualismus		
Generationsproblem, Ältere sitzen auf Ihrem Nest	Hängt von Managern selbst ab, Interessenskonflikte		
Unterschiedliche Interessen wegen der Heterogenität der Produkte			
<b>Bemerkungen</b>	<i>Trotz insgesamt sehr hoher Kooperationsbereitschaft wird anerkannt, daß Kooperationen nicht immer problemlos verlaufen; weiche Faktoren (Mentalität, Denkmuster) scheinen eine nicht unwesentliche Rolle zu spielen</i>		

**Eine abschließende Frage zu Kostensenkungen als Kooperationsmotiv (C-5) erwies sich vielfach als mißverständlich, sodaß auf eine Auswertung verzichtet wurde.**

# STRUKTURWANDEL UND KOOPERATION IN TEXTILEN NETZWERKEN UNTER BESONDERER BERÜCKSICHTIGUNG DER VORARLBERGER TEXTILINDUSTRIE

ERSTELLDATUM: 27.04.2000 14:47

© 2000 Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung

Medieninhaber (Verleger), Herausgeber und Hersteller: Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung,  
Wien 3, Arsenal, Objekt 20 • Postanschrift: A-1103 Wien, Postfach 91 • Tel. (+43 1) 798 26 01-0 •  
Fax (+43 1) 798 93 86 • <http://www.wifo.ac.at/> • Verlags- und Herstellungsort: Wien

Verkaufspreis: ATS 620,00 bzw. EUR 45,06