

Strukturelle Veränderungen in der Berufsbekleidung

Chancen und Herausforderungen für Textil Service Unternehmen

Dr. Geert Böttger
Düsseldorf
August 2009

Diese Studie entstand im Auftrag von:



Danish Textile Service Association

European Textile Service Association



Federatie Textielbeheer Nederland



Industrieverband Textil Service – intex e.V.



Textile Services Association Ltd



Verband Textilpflege Schweiz

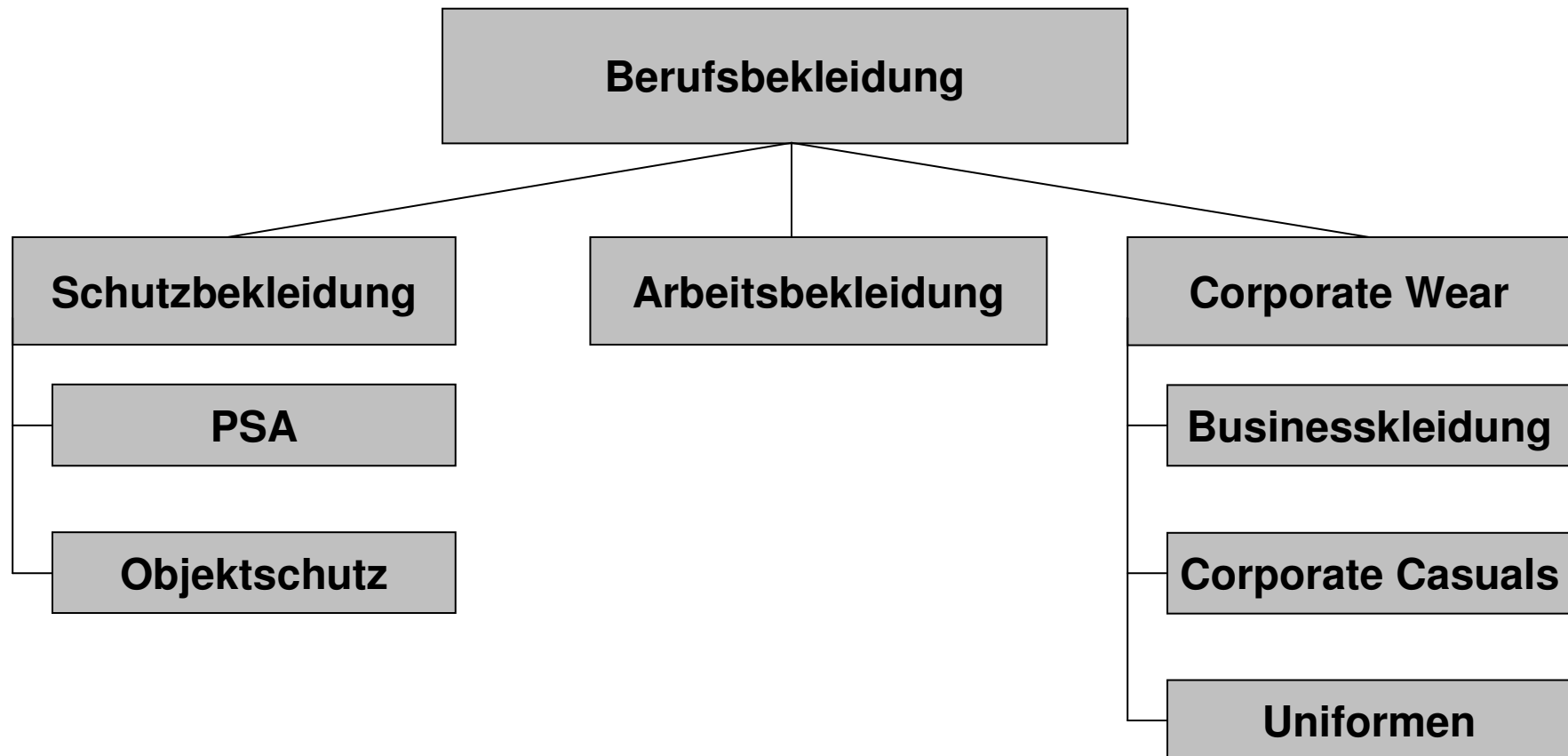
Mit freundlicher Unterstützung von



2. Berufsbekleidung von PSA bis Corporate Identity

SB 2-1 Kategorien der Berufsbekleidung

Berufsbekleidung wird üblicherweise in drei Kategorien unterteilt



3.1 Textil Service als Absatzkanal

SB 3.1-1 Distributionskanäle der Berufsbekleidung

Für die einzelnen Produktkategorien der Berufsbekleidung haben die Distributionskanäle unterschiedliche Bedeutung

Absatzkanal \ Produktsegment	Textil Service	Großhandel	Einzelhandel	Spezialversender	Direktgeschäft
Arbeitsbekleidung	schwach	schwach	schwach	schwach	möglich
Businesswear	schwach	schwach	schwach	wichtig	wichtig
Corporate Casuals	wichtig	wichtig	möglich	wichtig	wichtig
Uniformen	schwach	schwach	schwach	möglich	wichtig
PSA	möglich	wichtig	wichtig	möglich	wichtig

wichtig

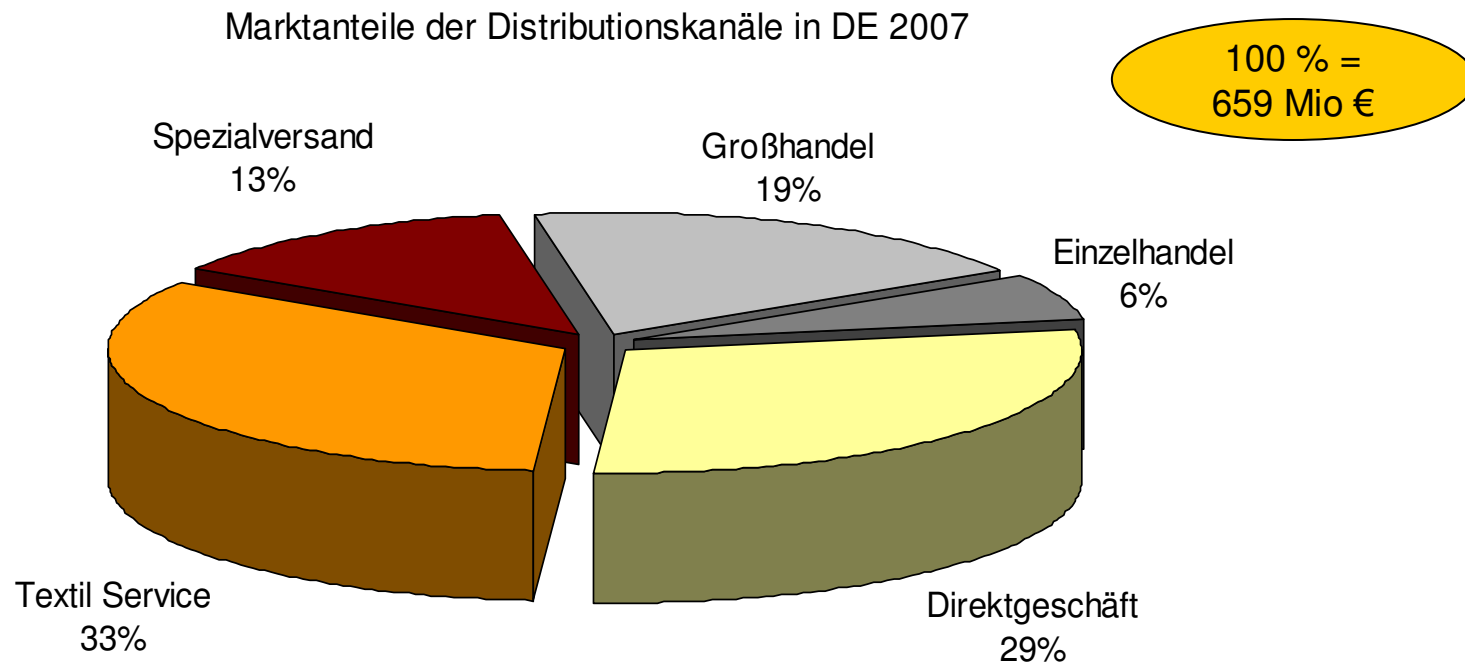
möglich

schwach

3.1 Textil Service als Absatzkanal

SB 3.1-2 Marktanteil des Textil Service in Deutschland 2007

Der Textil Service ist in Deutschland der wichtigste Distributionskanal für die Berufsbekleidung (ohne Arbeitsschuhe)



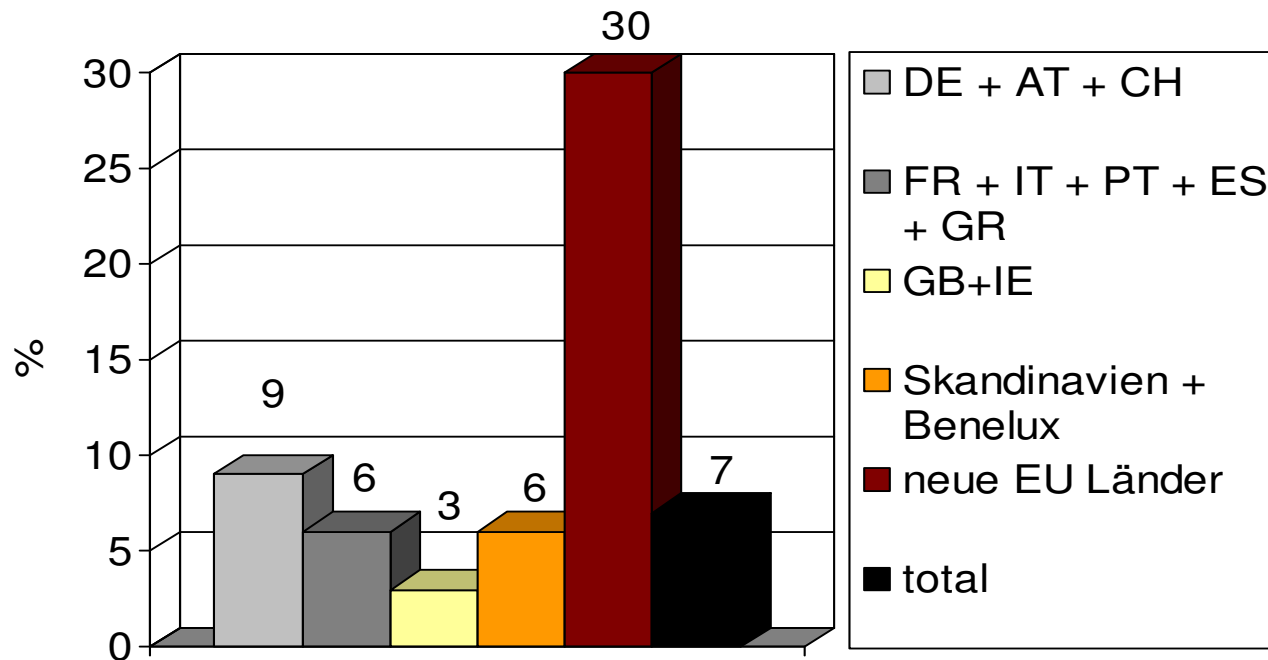
Basis: BBE 2008

3.2. Marktgröße und Entwicklung

SB 3.2-1 Wachstum des Textil Service nach Regionen

Der Umsatz des Textil Service in Europa erreichte 9,8 Mio. € in 2007 nach 8,8 Mio. € in 2005

Wachstum nach Regionen in % 2005/2007



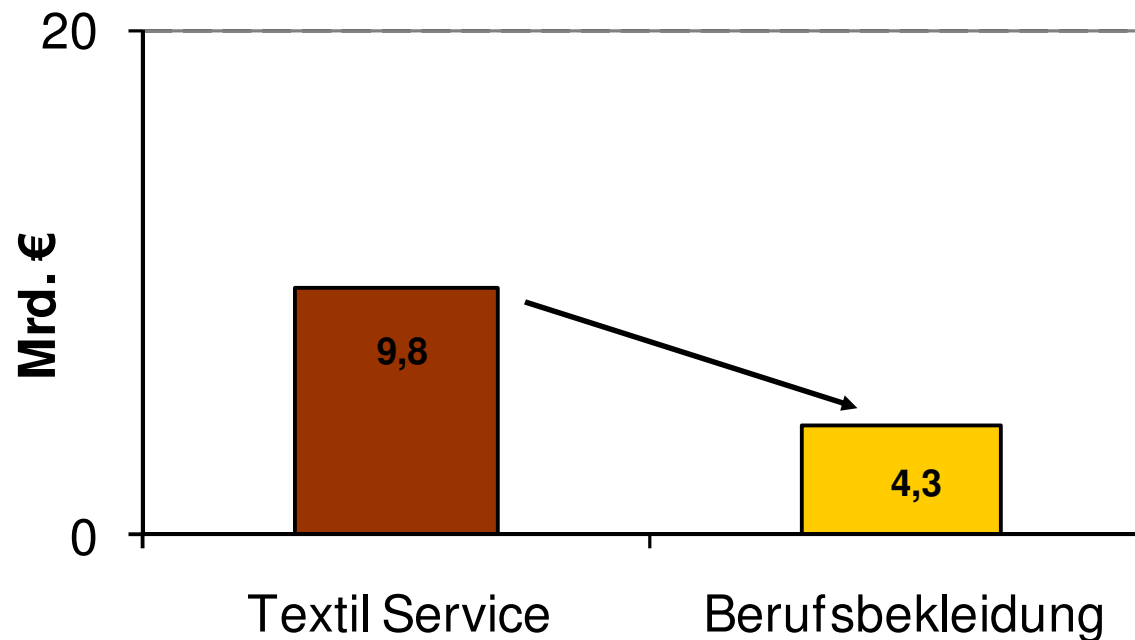
Basis: ETSA 2008

3.2 Marktgröße und Entwicklung

SB 3.2-2 Berufsbekleidung im Textil Service Europa 2007

Die Berufsbekleidung im Textil Service machte 2007 etwa 44 % des gesamten Textil Service Volumens in Europa aus

Berufsbekleidung im Textil Service Europa 2007

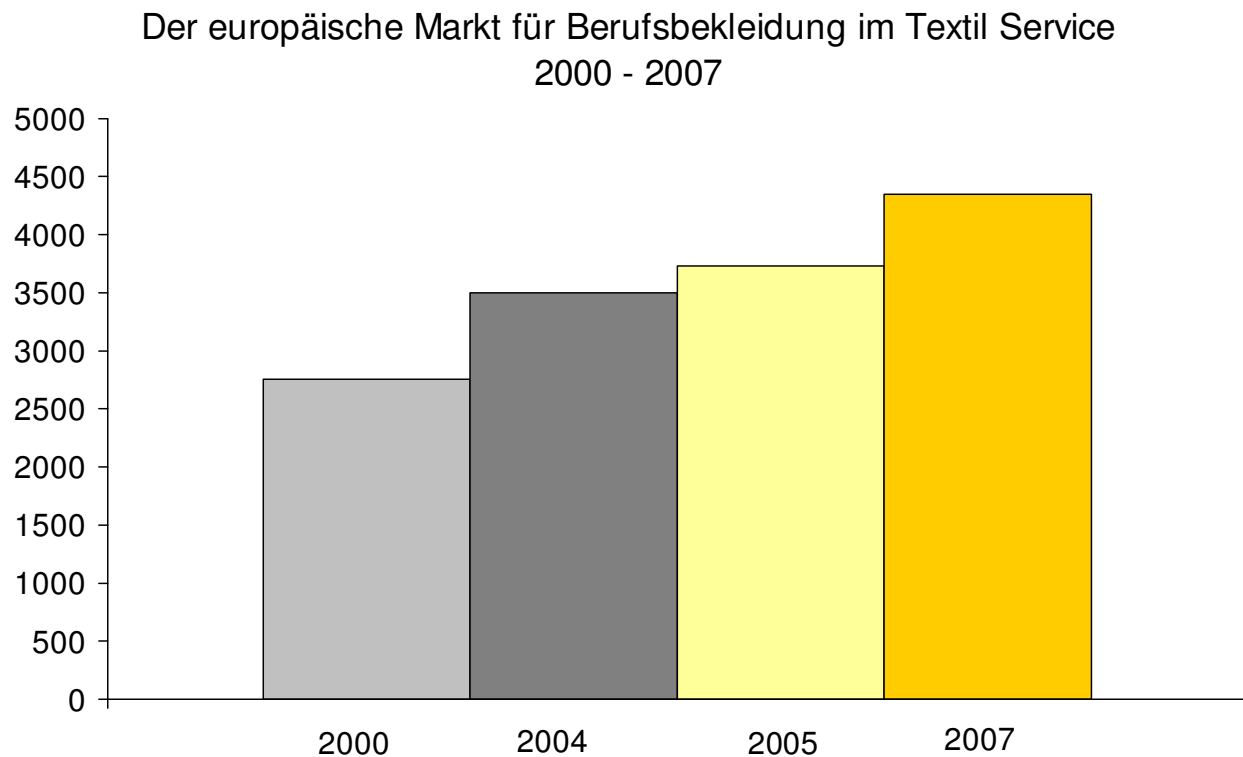


Basis: ETSA 2008, Schätzungen

3.2. Marktgröße und Entwicklung

SB 3.2-3 Berufsbekleidung im Textile Service 2000 - 2007

Der europäische Markt für Berufsbekleidung im Textil Service ist stetig gewachsen. Er erreichte 2007 etwa 4,3 Mrd. €

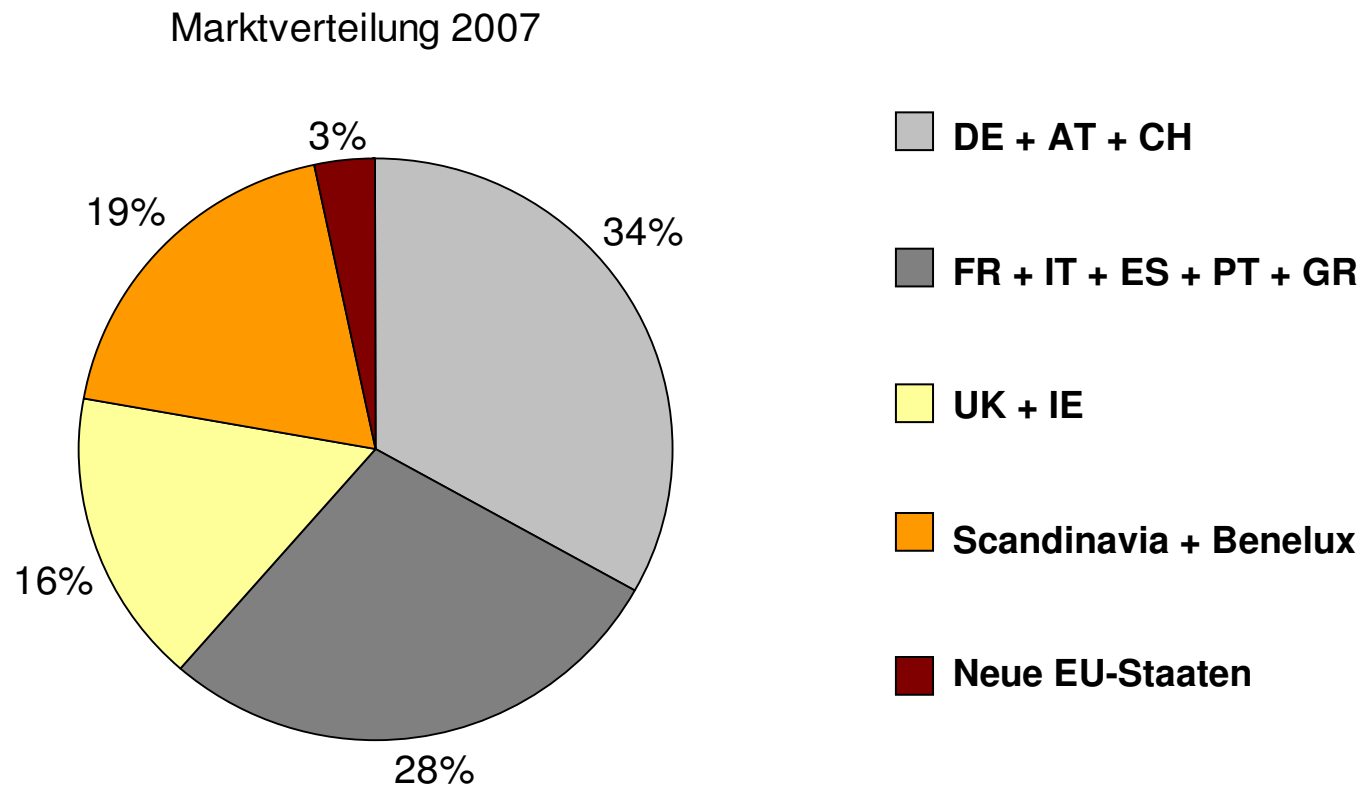


Basis: ETSA, eigene Schätzungen

3.2. Marktgröße und Entwicklung

SB 3.2-5 Regionale Marktverteilung Berufsbekleidung 2007

Bis 2007 verlor vor allem die Region UK und IE Marktanteile. Die deutschsprachige Region baute ihren Anteil auf 34 % aus.

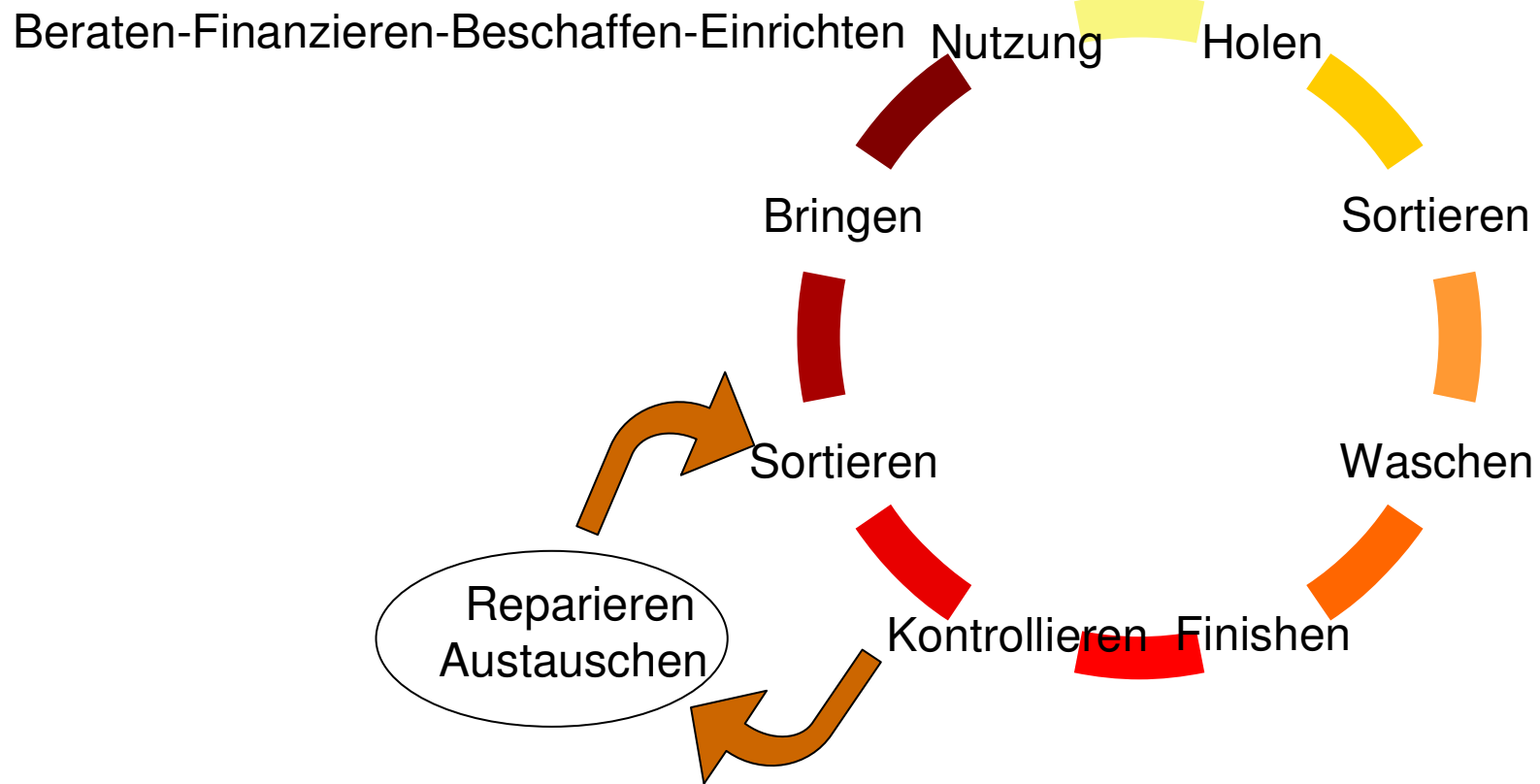


Basis: ETSA 2008, eigene Schätzungen

3.1 Textil Service als Absatzkanal

SB 3.1-3 Leistungskette des Textil Service

Die Leistungskette des Textil Service ist weit mehr als ein Kreislauf mit der Nutzung des Textils durch den Kunden als Ausgangs- und Endpunkt.

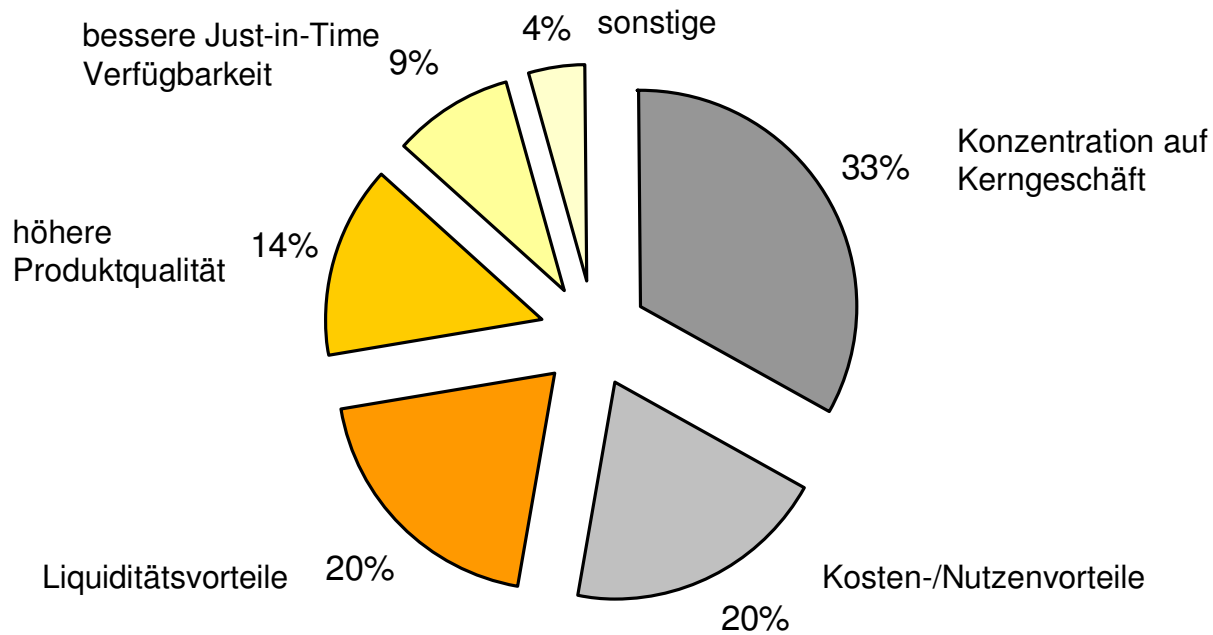


3.1 Textil Service als Absatzkanal

SB 3.1-4 Vorteile des Textil Service

Konzentration auf das Kerngeschäft wird als wichtigster Vorteil des Textil Service für die Kunden gesehen.

Vorteile des Textil Service



Basis: Böttger 2007

3.1 Textil Service als Absatzkanal

SB 3.1-5 Vergleich Textil Service und Eigenwäsche 1

Der Vergleich zwischen der Eigenversorgung und dem ausgelagerten Service weist klare Vorteile des Textil Service auf.

Stichwort	Kaufen	Mieten
Bedarfsermittlung	Unternehmen muss Bedarf für angemessene Kleidung selbst bestimmen	gemeinsame Ermittlung des richtigen Produktes und der Menge
Anschaffungskosten	Kapitalbindung durch Investitionen	Mietgebühr, positiver Effekt für Liquidität, da keine Kapitalbindung nötig
Einrichtung	Größen- oder Bekleidungsänderungen müssen intern organisiert werden	individuelles Anpassen gehört zum Service, Routine
Betriebsaustritt	Bekleidung ausgeschiedener Mitarbeiter können oft nicht weiter genutzt werden	Bekleidung wird ohne zusätzliche Kosten zurück genommen
Betriebseintritt	neue Anschaffungen notwendig	neue Bekleidung ohne zusätzliche Kosten
Verschleiß	neue Kleidung muss angeschafft werden	Kleidung wird innerhalb der Vertragslaufzeit ohne zusätzliche Kosten ausgetauscht
Wiederbeschaffung	gleicher Modelle ist oft nach 2 – 3 Jahren nicht mehr möglich	garantierte Wiederbeschaffung auch noch nach mehreren Jahren möglich

Basis: Boco

3.1 Textil Service als Absatzkanal

SB 3.1-6 Vergleich Textil Service und Eigenwäsche 2

Stichwort	Kaufen	Mieten
Erscheinungsbild	ist abhängig vom Mitarbeiter und den jeweiligen internen Waschmethoden	fachgerechte Prozedur garantiert ein dauerhaftes und einheitliches Erscheinungsbild
Normen	Arbeitgeber muss für die permanente Einhaltung der Normkonformität sorgen	Mietservice garantiert die dauerhafte Einhaltung
Verantwortung	liegt bei der Firma	liegt beim Dienstleister
Umwelt	privates Waschen ist für gewöhnlich weniger ökologisch und weniger effizient	industrielle Waschmaschinen benötigen weniger Wasser und Energie
Logistik	Beschaffung, Lagerung und Pflege müssen intern organisiert werden	Routine Service des Dienstleisters
Logo	muss intern organisiert werden	Teil des Service
Service	kein weiterer Service	permanente Kundenbetreuung

Basis: Boco

4.2.6 Textil Service als ökonomische Alternative

SB 4.2.6-1 Vergleich ökonomischer Kriterien

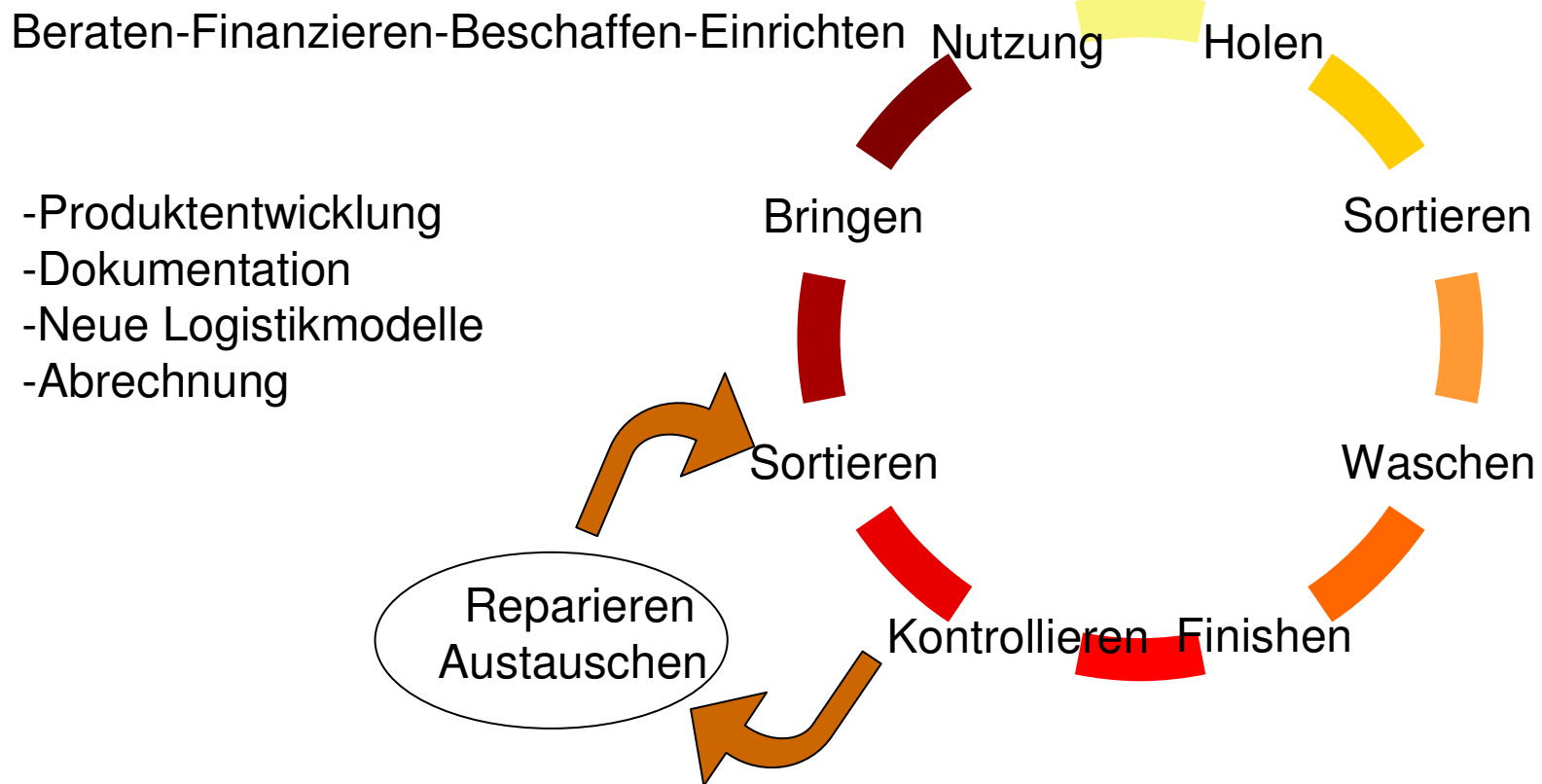
Der Textil Service erleichtert auch administrative Entscheidungen

Stichwort	Kaufen	Mieten
Kosten	Preis der Bekleidungssteile, Kosten für Pflege separat	Miet- und Servicegebühr pro Wäschetausch Anschaffung wird vorfinanziert
Vorratshaltung	Kann notwendig sein	Nicht notwendig
Finanzwirtschaft	Relativ hoher Liquiditätsbedarf bei Neueinführungen	Gleichmäßiger Liquiditätsbedarf, Niedriger als bei Anschaffung
Bilanz	Ggfs. Erhöhung des Umlaufvermögens	Keine Bilanzwirkung
Wiederbeschaffung	Kann Probleme bereiten	Problemfrei in der Vertragslaufzeit
Mindestmenge	Kann außerhalb von Standardkollektionen Probleme bereiten	Problemfrei in Vertragslaufzeit Ggfs. Teil von vertragsverhandlungen
Budget	Wird mit Spitzen für Anschaffung belastet,	Budget gleichmäßig und niedrig beansprucht

3.1 Textil Service als Absatzkanal

SB 3.1-3 Leistungskette des Textil Service

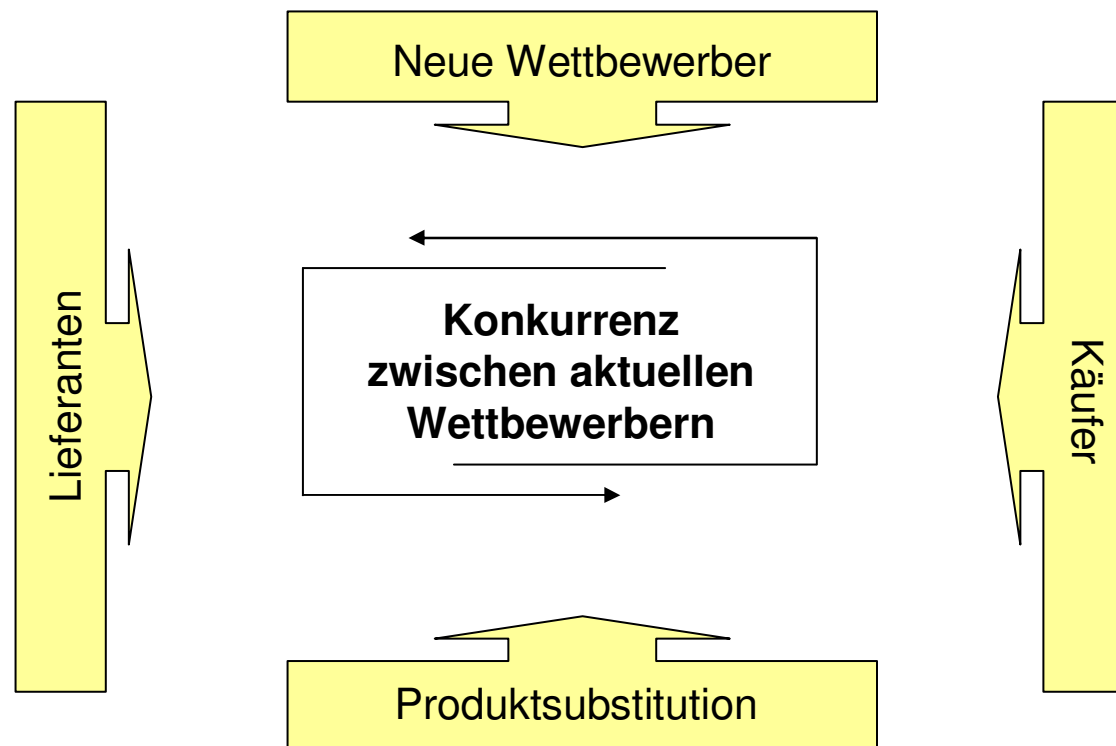
Die Leistungskette des Textil Service ist weit mehr als ein Kreislauf mit der Nutzung des Textils durch den Kunden als Ausgangs- und Endpunkt.



4. Entwicklungen im Markt für Berufsbekleidung

SB 4-1 Faktoren der Branchendynamik

Die wichtigsten Faktoren sind in reifen Branchen die Käufer und die aktuellen Konkurrenten

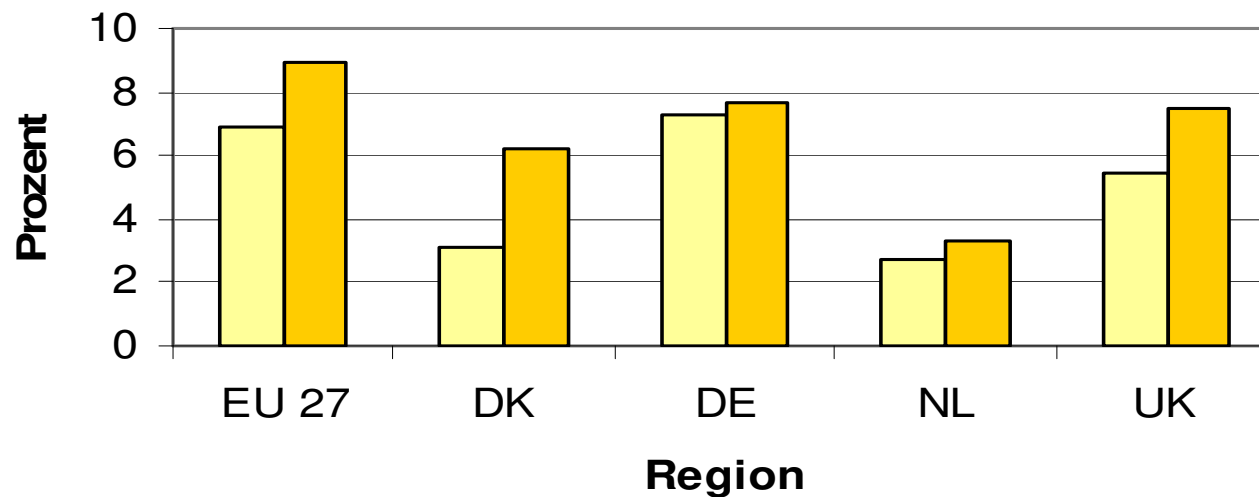


4.1.1 Die konjunkturelle Beschäftigungsentwicklung

SB 4.1.1-4 Arbeitslosenquoten Juni 2008 und 2009

Die Arbeitslosigkeit ist in Europa von Juni 2008 auf Juni 2009 um 2 % gestiegen. In Deutschland stieg sie nur um 0,4 %.

Arbeitslosenquote (saisonbereinigt)



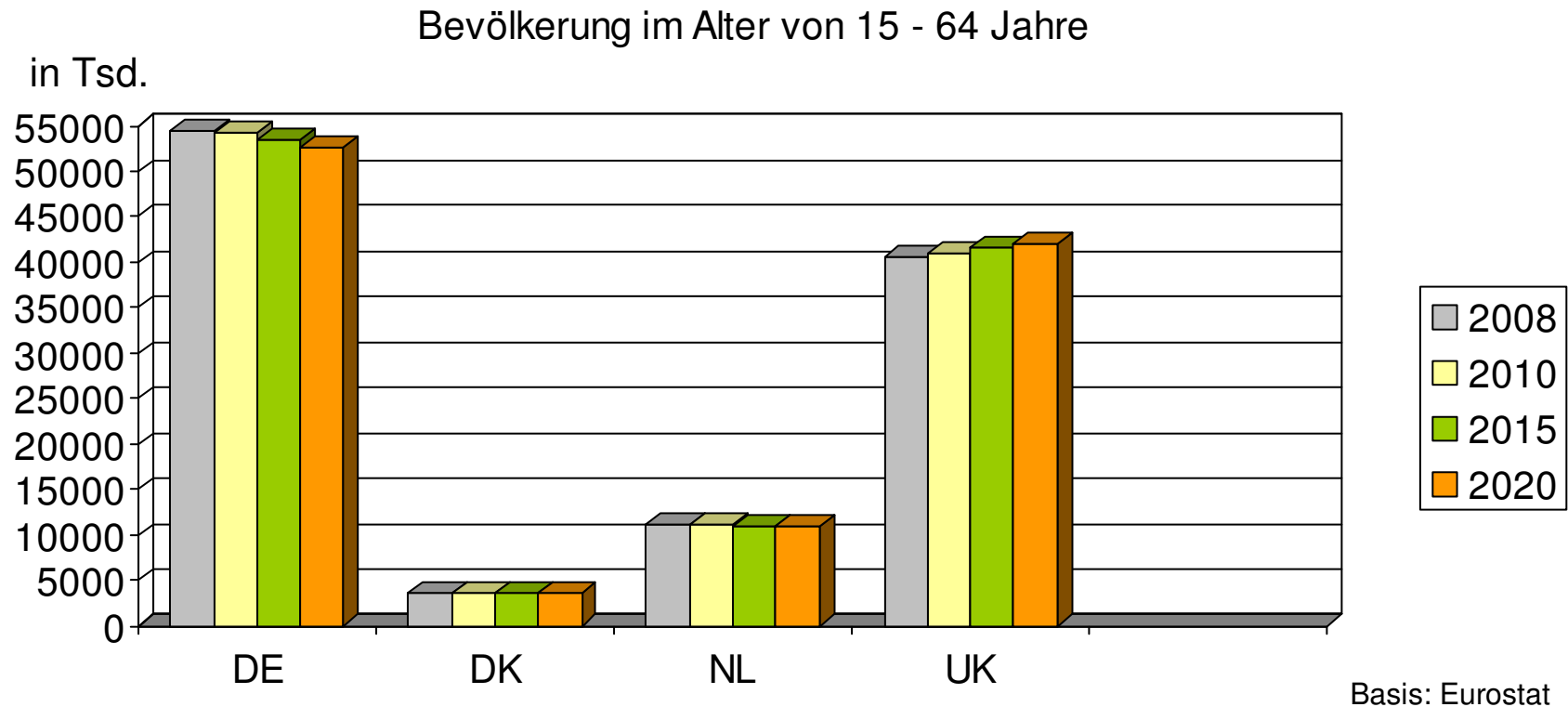
Basis: Eurostat
UK = April 2008

Jun 08 Jun 09

4.1.2 Die langfristige Beschäftigungsentwicklung

SB 4.1.2-3 Entwicklung erwerbsfähige Bevölkerung

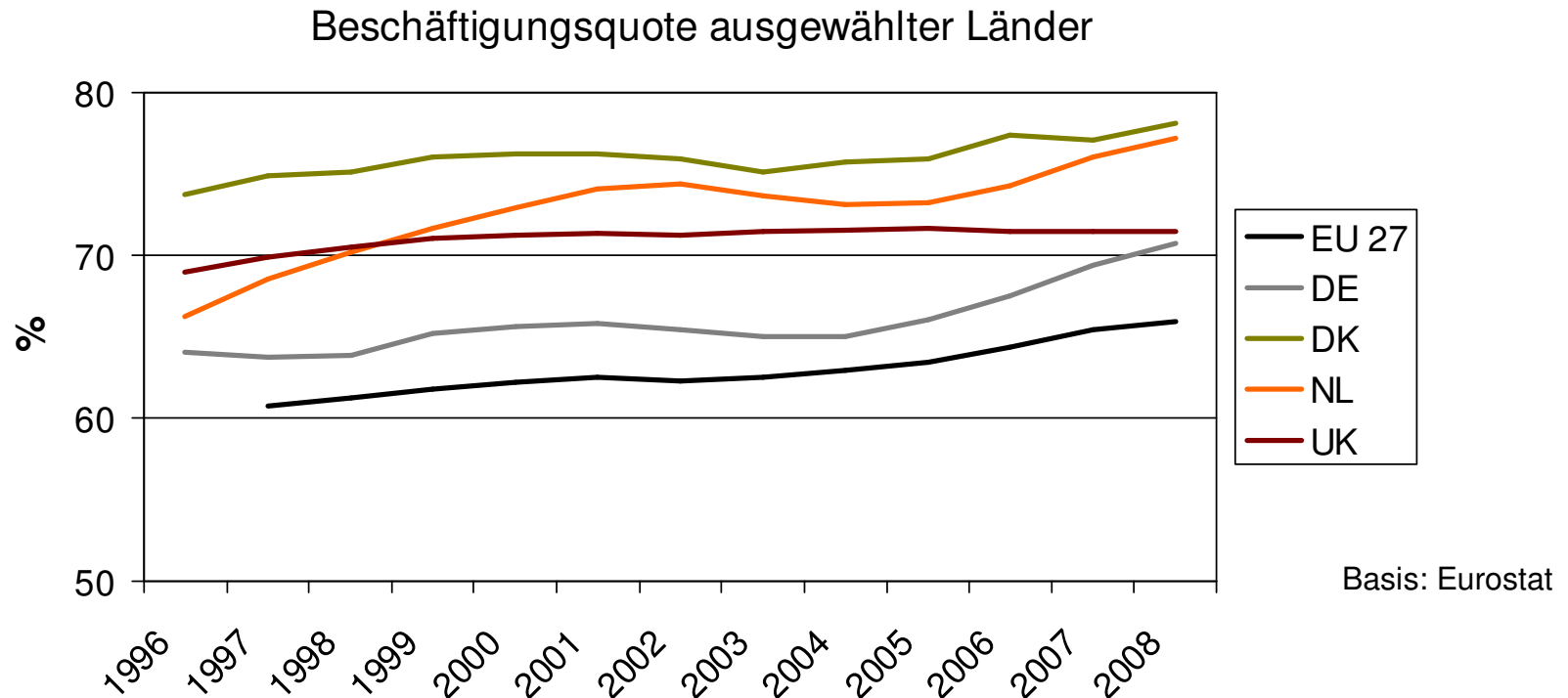
Die arbeitsfähige Bevölkerung steigt in Großbritannien bis 2020.
Sie sinkt leicht in Dänemark und den Niederlanden und deutlich in Deutschland



4.1.2 Die langfristige Beschäftigungsentwicklung

SB 4.1.2-5 Beschäftigungsquote ausgewählter Länder

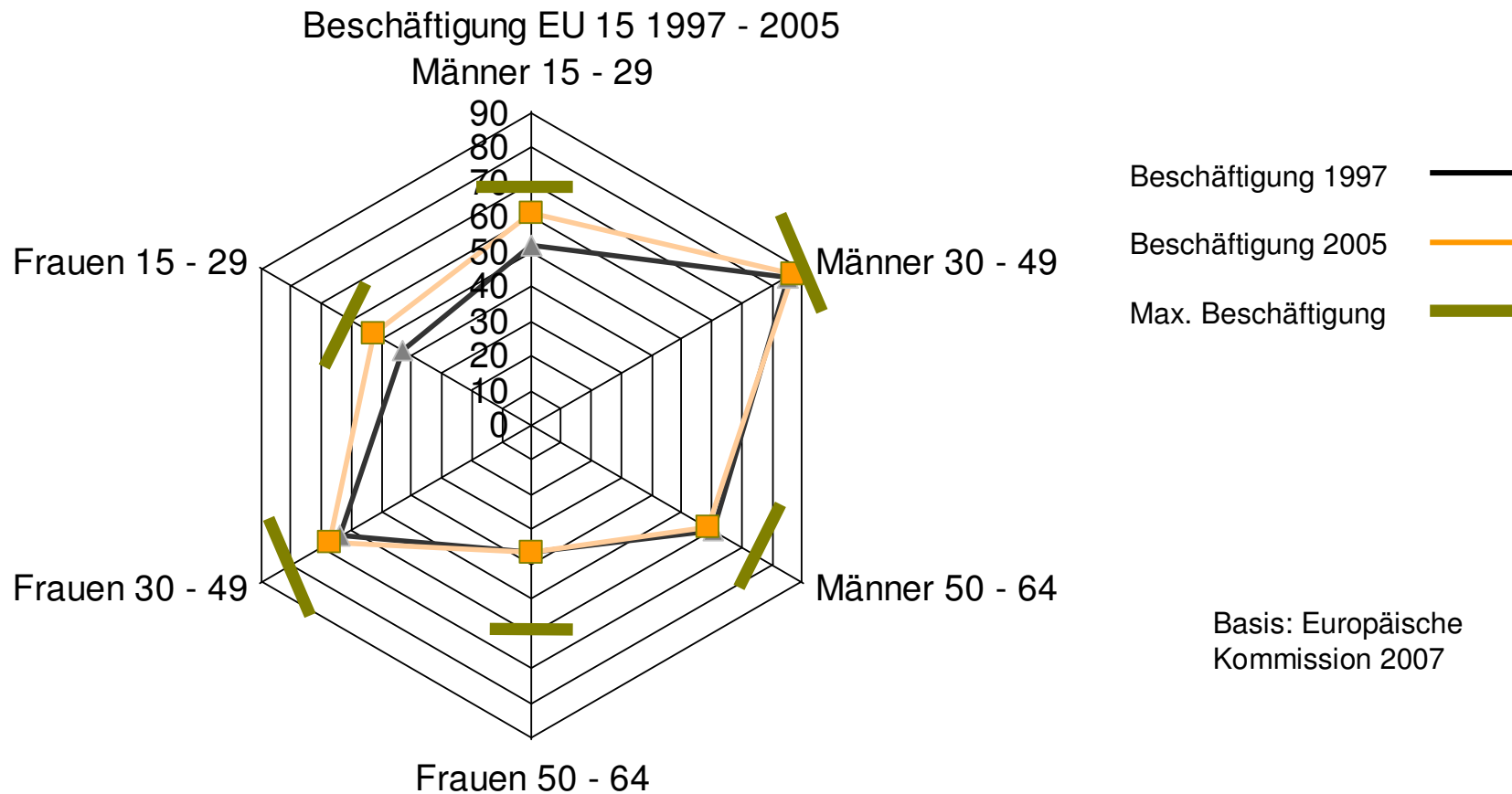
Die Beschäftigungsquote in den betrachteten Ländern liegt deutlich über dem Durchschnitt der EU 27



4.1.2 Die langfristige Beschäftigungsentwicklung

SB 4.1.2-6 Beschäftigungsreserven in der EU

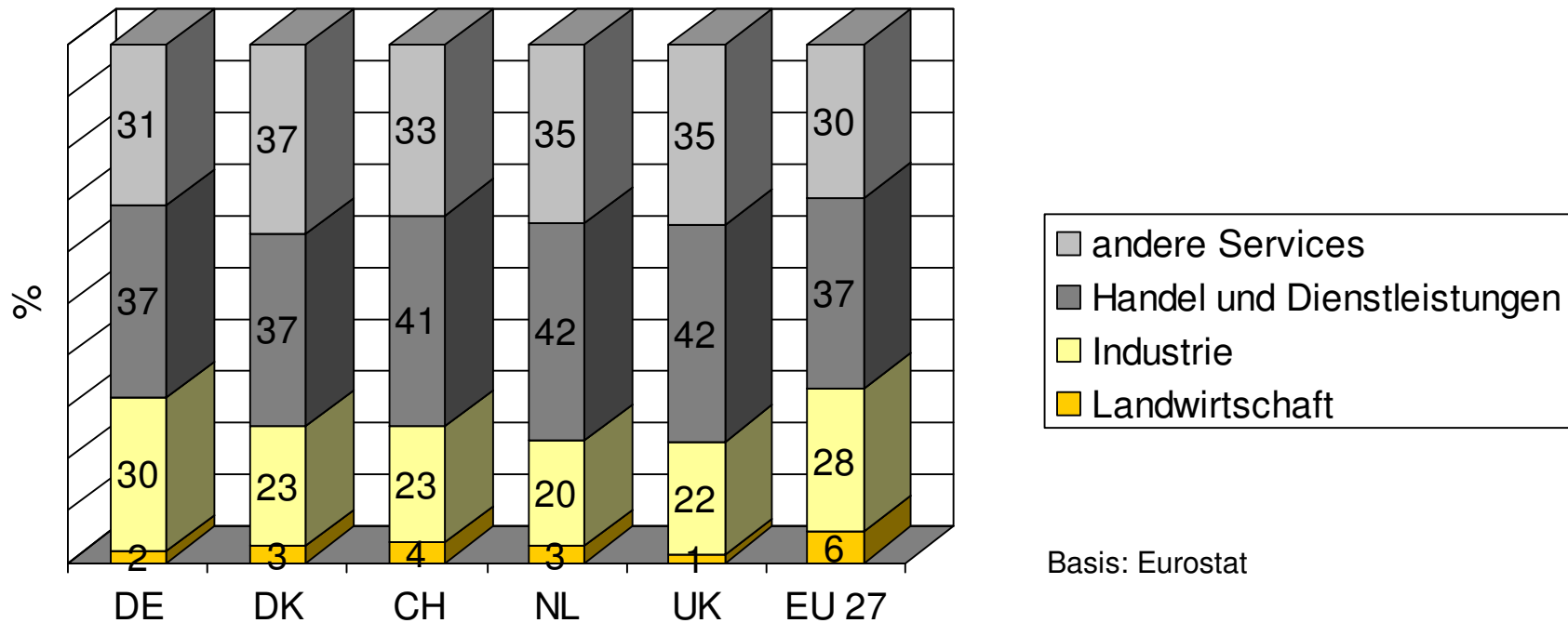
Die größten Beschäftigungsreserven in der EU sind in der Altersklasse von 50 – 64 Jahren bei Frauen und Männern



4.1.3 Die Entwicklung der Wirtschaftsstruktur

SB 4.1.3-1 Arbeitsplätze nach Sektoren

Der Anteil Arbeitnehmer in der produzierenden Industrie liegt bei 28 % in der EU 27. Dabei liegen die meisten westeuropäischen Staaten unter 25 %.



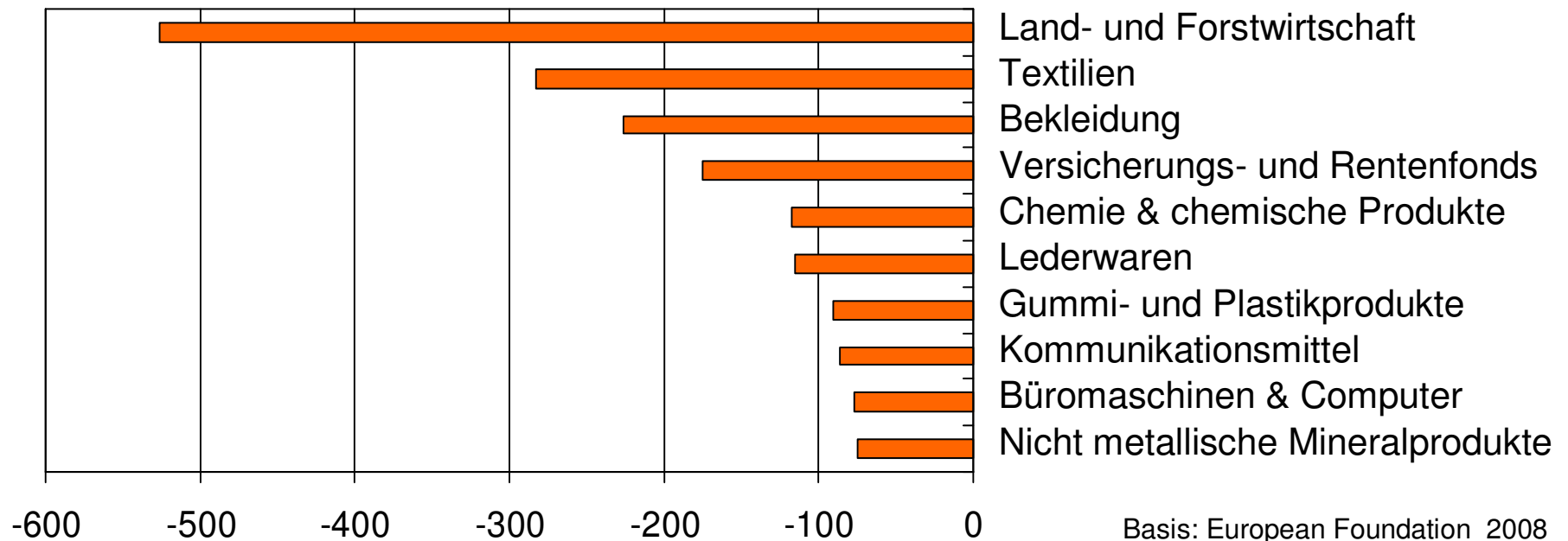
Basis: Eurostat

4.1.3 Die Entwicklung der Wirtschaftsstruktur

SB 4.1.3-2 Beschäftigungsabbau nach Branchen EU 15

Die vom Abbau am stärksten betroffenen Branchen haben nicht viel Berufsbekleidung im Textil Service genutzt

Top 10 Beschäftigungsabbau nach Branchen EU 15
2003 bis 2007 in Tsd.

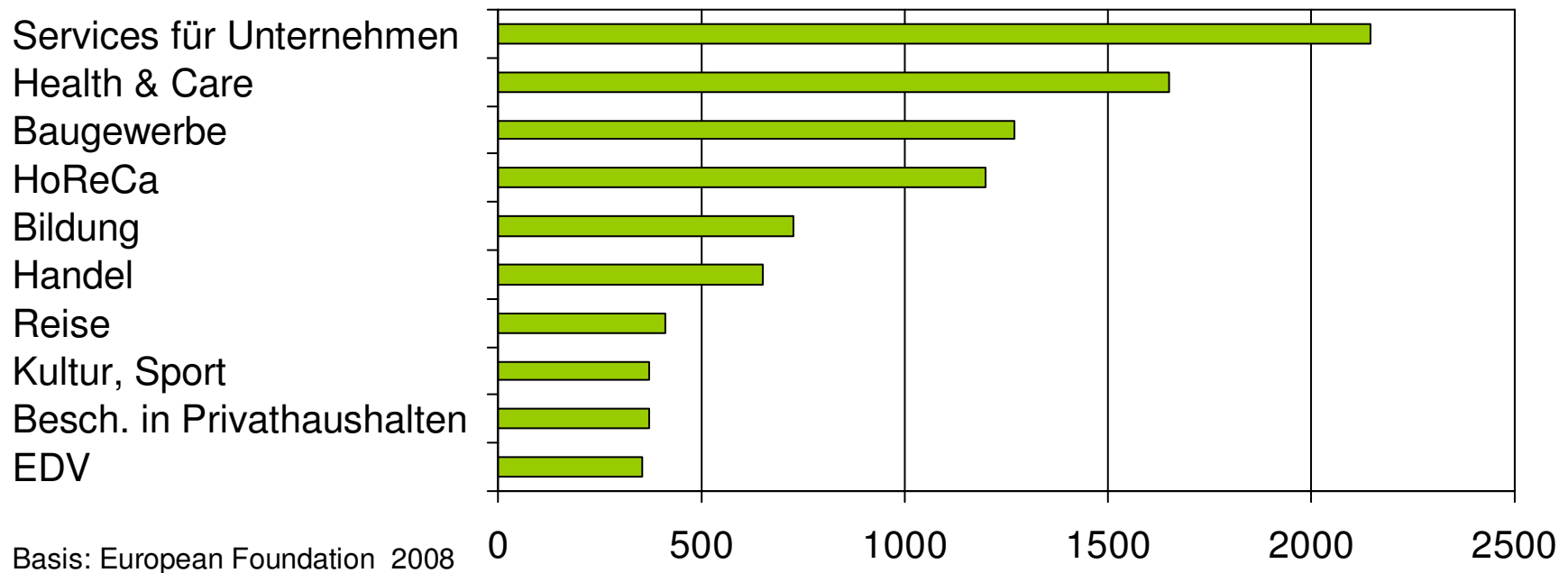


4.1.3 Die Entwicklung der Wirtschaftsstruktur

SB 4.1.3-4 Beschäftigungsaufbau nach Branchen EU 15

Zu den Branchen, die das stärkste Wachstum verzeichneten, zählen bedeutende Verwender von Berufsbekleidung

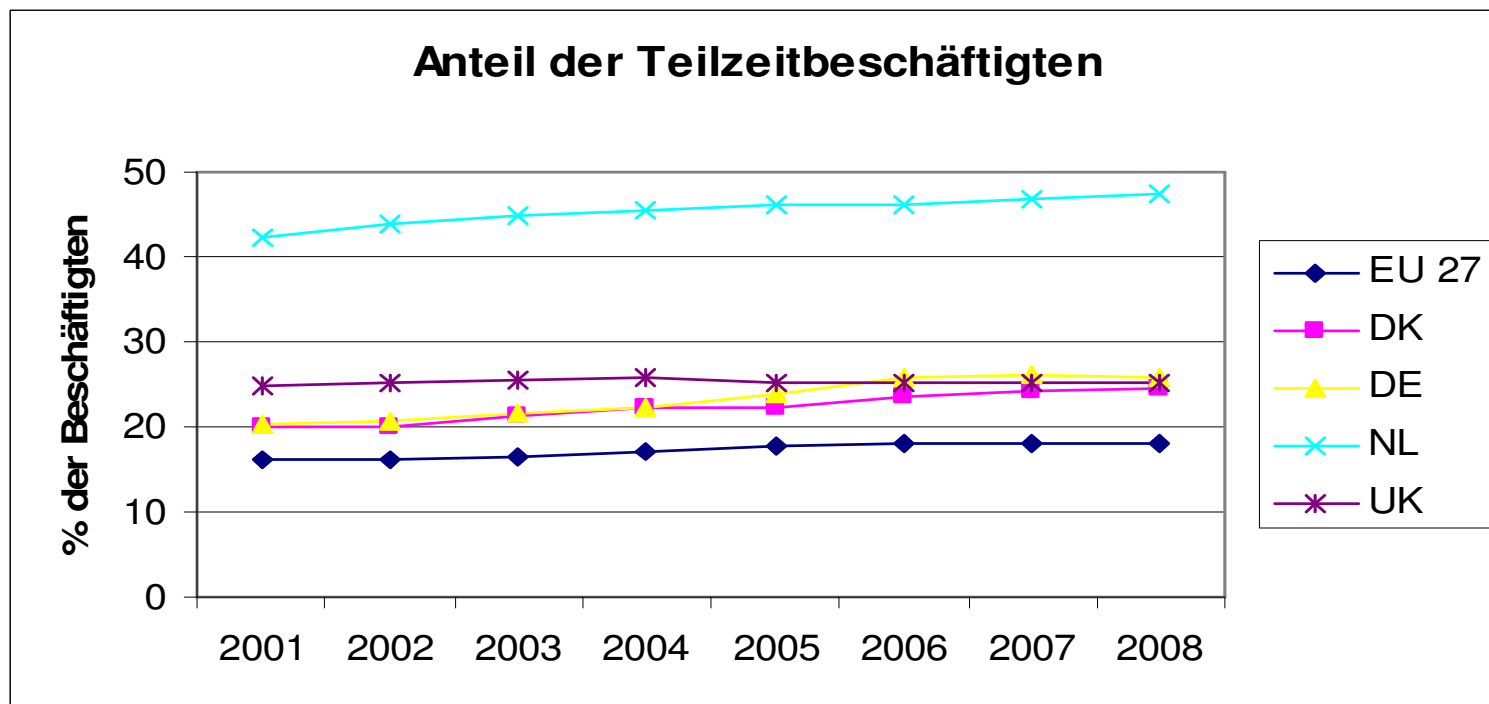
Top 10 Beschäftigungszuwachs nach Branchen EU15
2003 - 2007 in Tsd.



4.1.3 Die Entwicklung der Wirtschaftsstruktur

SB 4.1.3-10 Teilzeitbeschäftigung in Europa

Die Teilzeitbeschäftigung wird selbst in den Ländern mit hoher Beschäftigungsquote weiter steigen

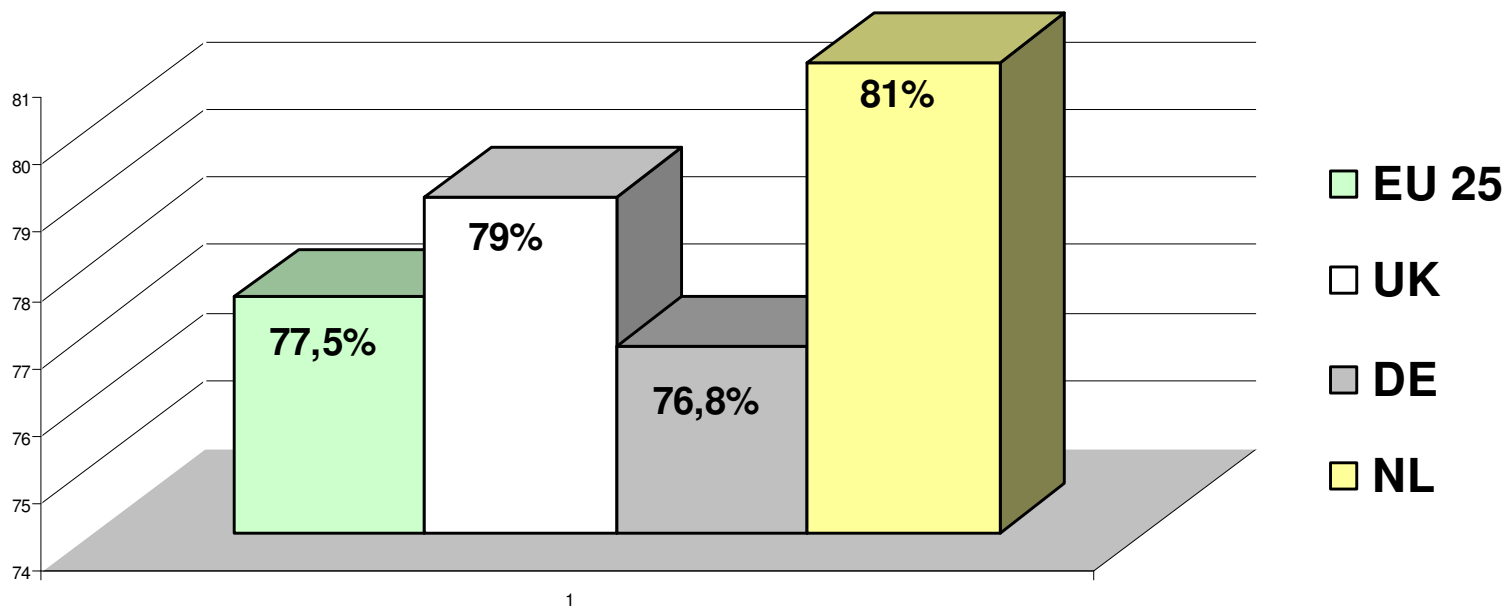


4.1.3 Die Entwicklung der Wirtschaftsstruktur

SB 4.1.3-11 Frauenanteil Health & Care

Im Health & Care Sektor werden weit überwiegend Frauen beschäftigt

Frauenanteil Health & Care 2005



Basis: Eurostat 2007

4.1.3 Die Entwicklung der Wirtschaftsstruktur

SB 4.1.3-12 Die Grundtendenz

Strukturentwicklung: Die männliche industrielle Vollarbeitskraft wird substituiert durch die weibliche, teilzeitbeschäftigte Servicekraft



4.1.4 Sicherheitsanforderungen

SB 4.1.4-2 Risikoverteilung PSA

Fundamentales Problem: Der „In-Verkehr-Bringer“ haftet ggfs. für schadhafte PSA-Produkte

EU – Richtlinien	Verantwortung	
	Neues Produkt	aufbereitetes Produkt
2001 / 95 Produktsicherheit	Hersteller	Textil Service
89 / 656 Mindestanforderungen an PSA am Arbeitsplatz	Arbeitgeber	Arbeitgeber oder Textil Service
89 / 686 PSA in den Verkehr bringen	Arbeitgeber oder Textil Service	Arbeitgeber oder Textil Service

4.2 Mikroökonomische Veränderungen in der Nachfrage

SB 4.2-1 Die wichtigsten Kaufkriterien

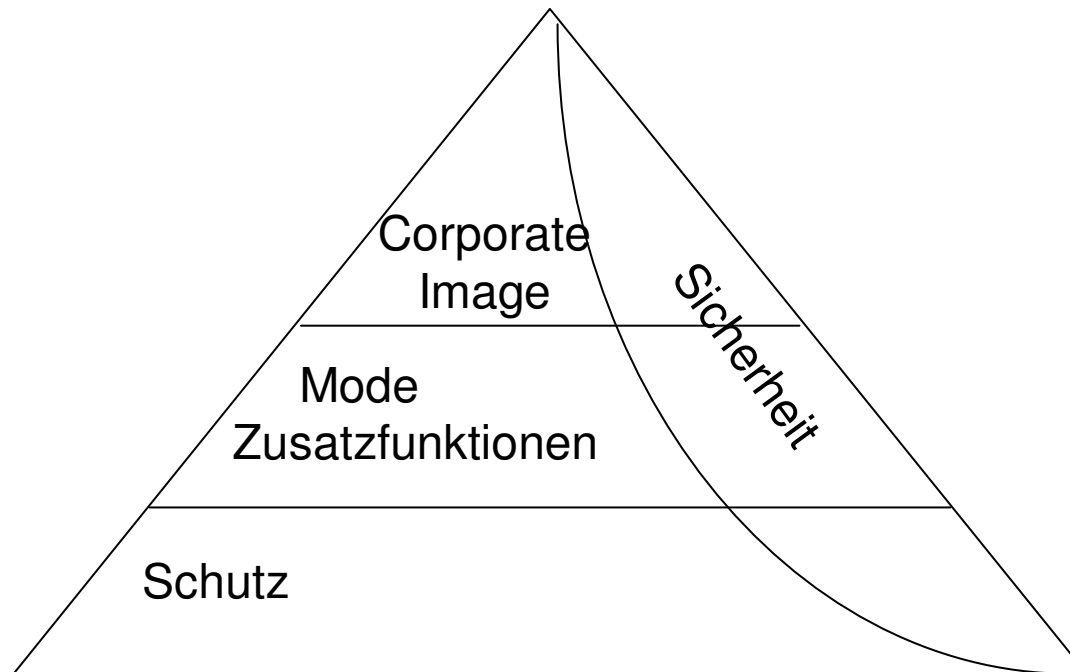
Es läßt sich keine allgemeine Rangliste der wichtigsten Kaufkriterien aufstellen:

- Modell (Schnitt)
- Mode (Dessin, Farbe)
- Funktionalität
- Wascheigenschaften
- Verfügbarkeit (Mindestmenge, Wiederbeschaffung)
- Lieferservice (Pünktlichkeit, Vollständigkeit)
- Individualisierung (für Corporate Design)
- Preis und Opportunitätskosten

4.2 Mikroökonomische Veränderungen in der Nachfrage

SB 4.2-3 Bedürfnispyramide

Die Hierarchie der Präferenzen in der Berufsbekleidung bietet Ansatzpunkte zum Management des Produktlebenszyklusses




4.2.4 Steigende funktionale Anforderungen

SB 4.2.4-1 Multifunktionale PSA

Multifunktionale PSA realisiert gleichzeitig verschiedene Normen um Gefährdungen am Arbeitsplatz zu begegnen

Die Texport *Bonn* Antistatic Bekleidung erfüllt folgende Normen:

				
prEN 1149-3 Antistatik	EN 13034 Chemikali- enschutz	EN 471 Warnklei- dung	ENV 50354 Klasse 2 Störlicht- bogen	EN 470-1 Schutzkleidung für Schweißen und verwandte Verfahren
				
ENV 343 Wetterschutz	ENV 343 Kälteschutz	EN 531 Schutzkleidung für hitzeexpo- nierte Arbeiten	EN 533 Schutz gegen Hitze und Flammen	



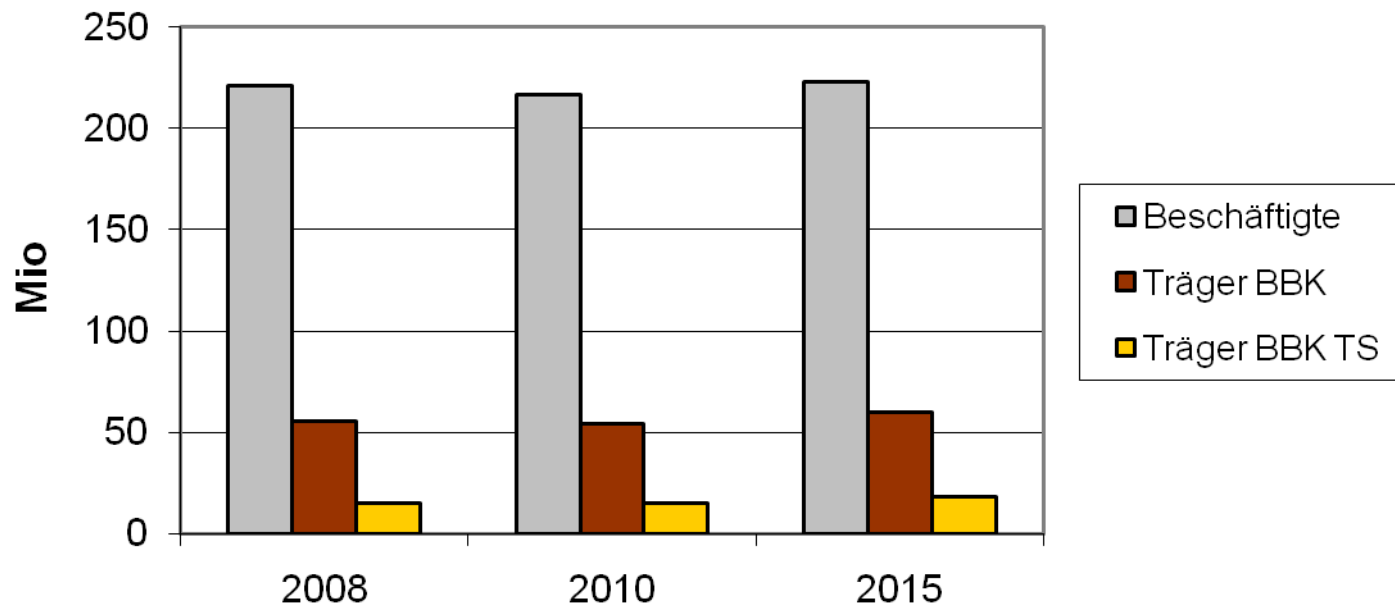
Basis: www.texport.at

4.3.1 Modell für Europa

SB 4.3.1-1 Träger von Berufsbekleidung in Europa

Die Anzahl der Träger von Berufsbekleidung wird europaweit von 55 Mio Personen 2008 auf ca. 60 Mio Personen in 2015 steigen

Träger Berufsbekleidung EU 27

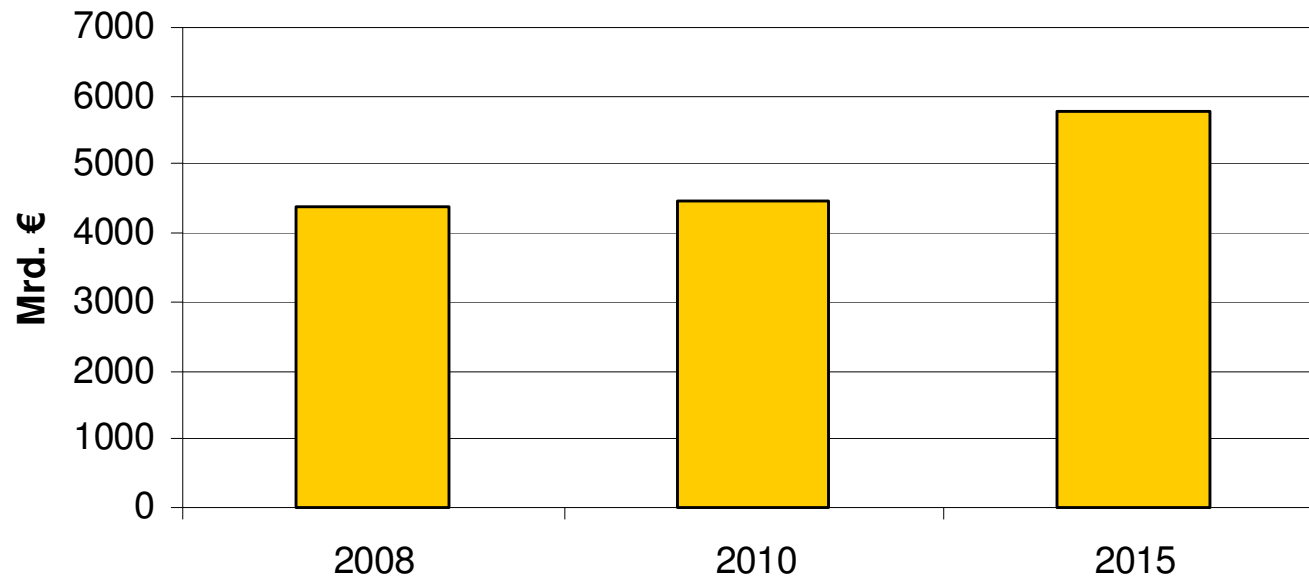


4.3.1 Modell für Europa

SB 4.3.1-2 Umsatzentwicklung Textil Service bis 2015

Der Umsatz des Textil Service mit Berufsbekleidung in der EU 27 wird von 4,4 Mrd. € auf ca. 5,8 Mrd. € wachsen

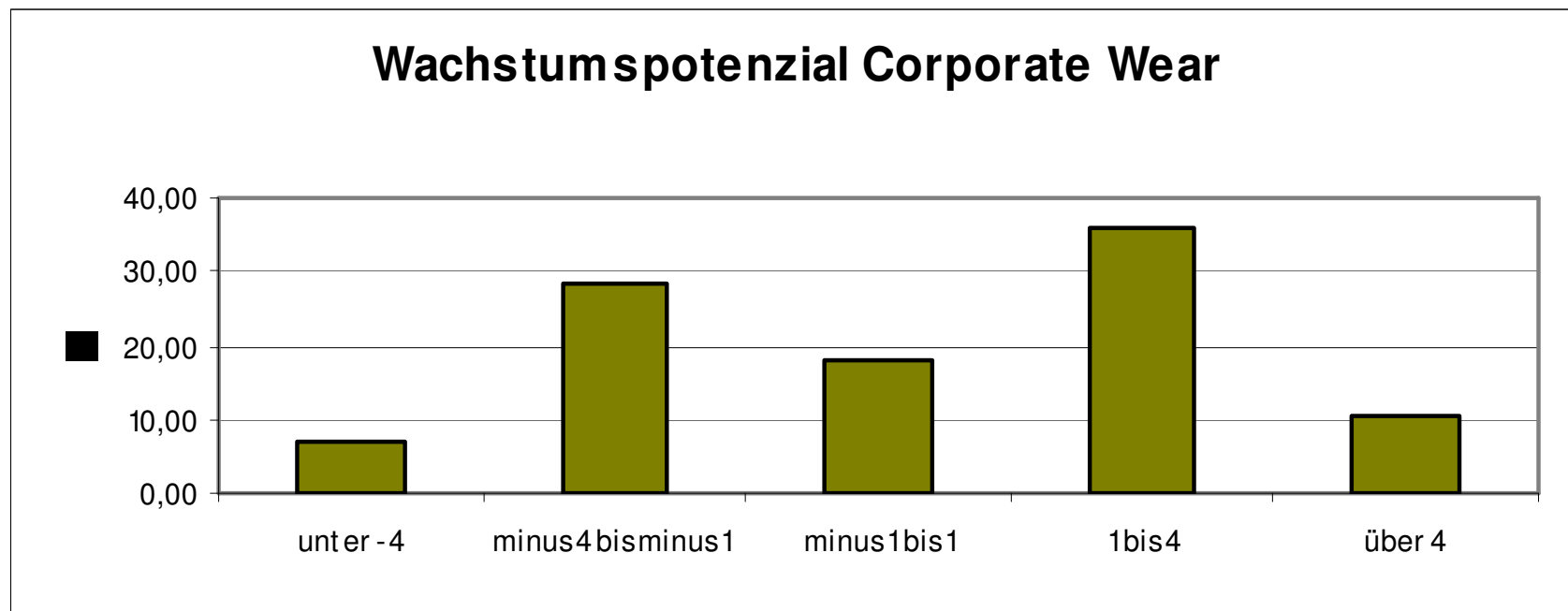
Umsatzprojektion BBK TS EU 27



4.3.1 Modell für Europa

SB 4.3.1-4 Wachstum Corporate Wear

Gute Möglichkeiten werden bei der Corporate Wear gesehen

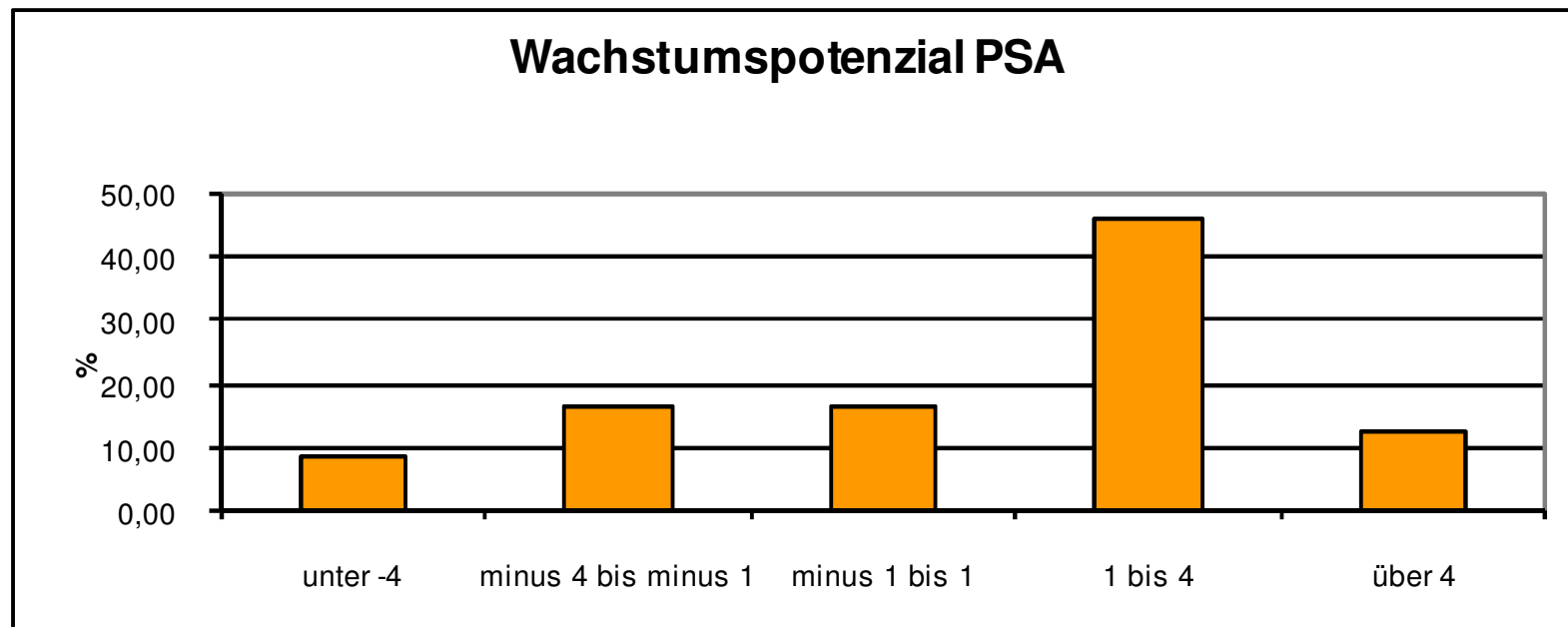


Basis: Böttger 2009

4.3.1 Modell für Europa

SB 4.3.1-5 Wachstum PSA

Die besten Wachstumschancen werden bei der PSA gesehen

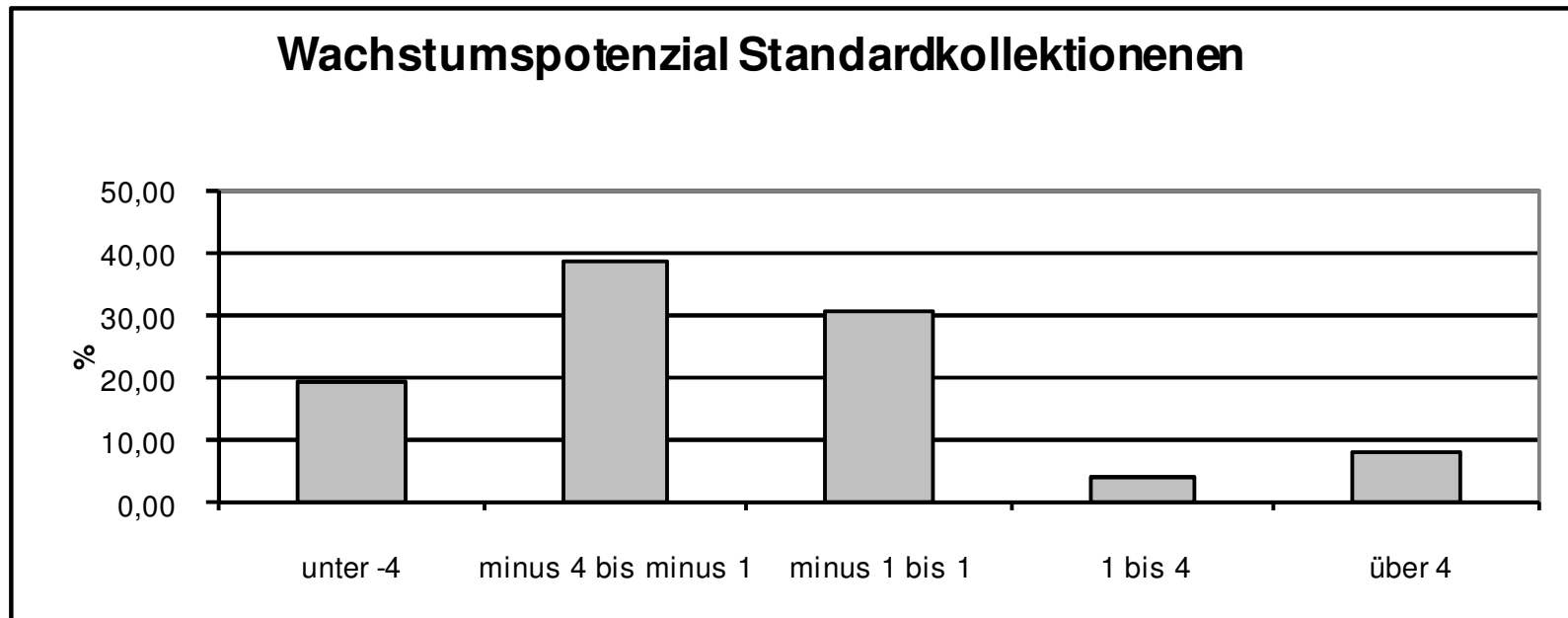


Basis: Böttger 2009

4.3.1 Modell für Europa

SB 4.3.1-6 Wachstum Standardkollektionen

Einfache Standardkollektionen werden Schwierigkeiten haben. Hier muss an Weiterentwicklungen gearbeitet werden.



Basis: Böttger 2009

4.3.2 Wachstumschancen in den Produktgruppen

SB 4.3.2-1 Überblick Nachfragepotential

Viele Geschäftsfelder weisen ein steigendes Nachfragepotential auf

Branche Produktgruppe	Produzierendes Gewerbe	Handwerk	Hotels Restaurants Catering	Health & Care	Einzelhandel	Sonstige	Gesamt trend
Schutzanzüge Overalls	↘						↘
Schutzjacken Jacken	↗↘	→					↗↘
Hosen	↗↘	↗↘	↗	↗			↗↘
Latzhosen	↘	→					↗↘
Schürzen			↗		↗		↗
Kittel Kasacks	↘	↘	↘	→	→		↗↘
Hemden Polos	↘	→	↗	↗	↗	↗	↗
Business- bekleidung			↗			↗	↗
Gesamt	↗↘	↗↘	↗	↗	↗	↗	↗

In der Wertschöpfungskette für Berufsbekleidung können verschiedene Teile das Aktivitätszentrum sein

Ist der Textil Service der Treiber, steht vor allem die Stoffentscheidung im Vordergrund



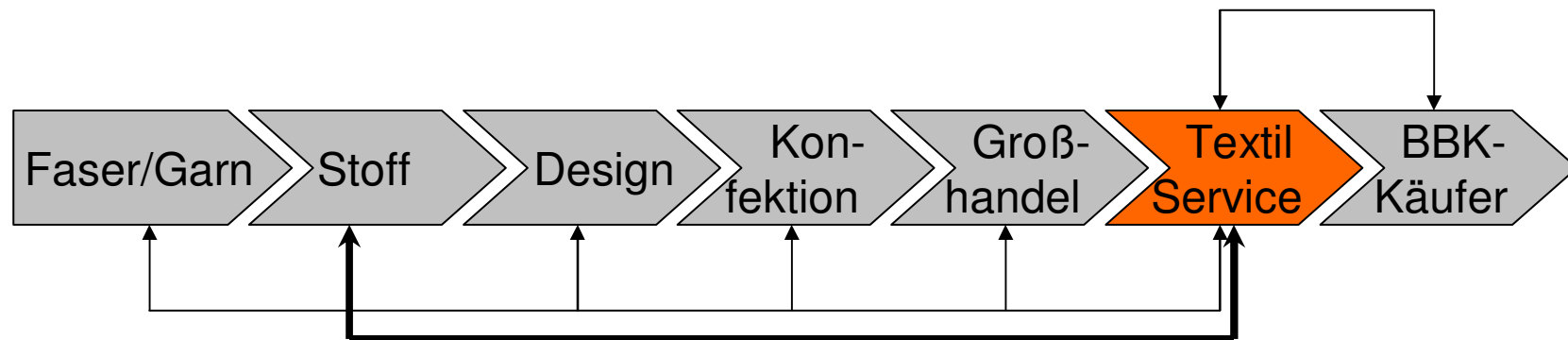
Ist der Einzelhandel der Treiber, steht häufig die Modellentscheidung im Vordergrund



4.4.2 Entwicklung der Wertschöpfungskette

SB 4.4.2-2 Wertschöpfungskette Textil Service

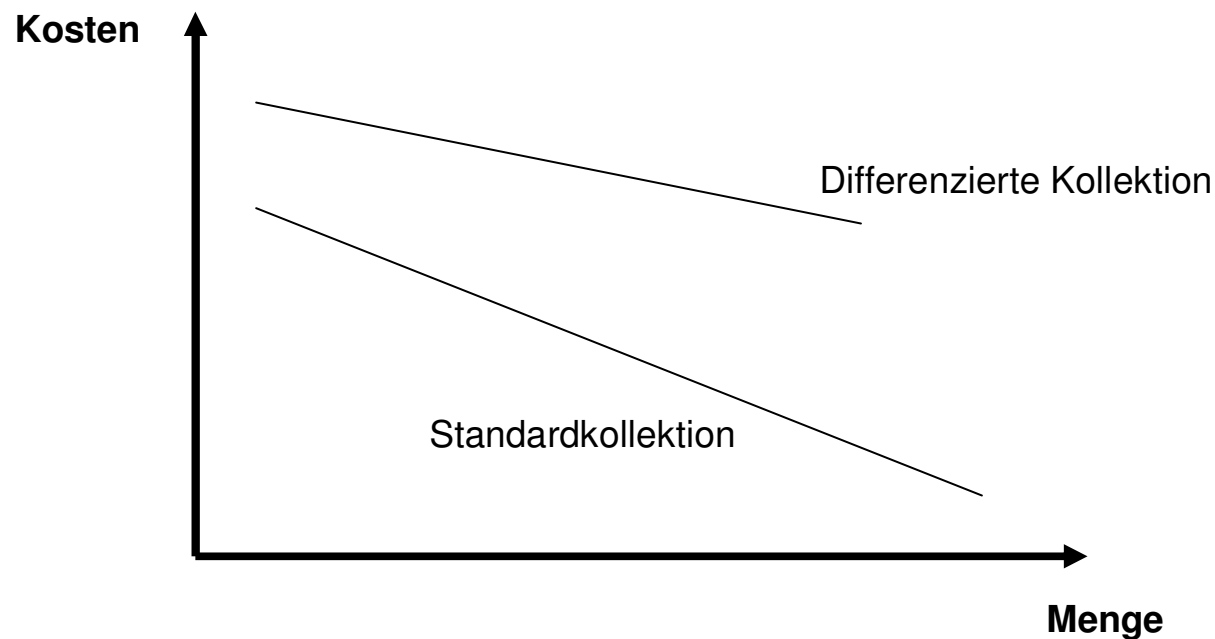
Der Textil Service spricht zur Optimierung der Wertschöpfungskette mit mehreren Teilen der Kette



4.4.2 Entwicklung der Wertschöpfungskette

SB 4.4.2-3 Losgrößen und Differenzierung

Differenzierung führt zu kleineren Produktionsmengen pro Produktionsauftrag und damit zu höheren Kosten pro Teil

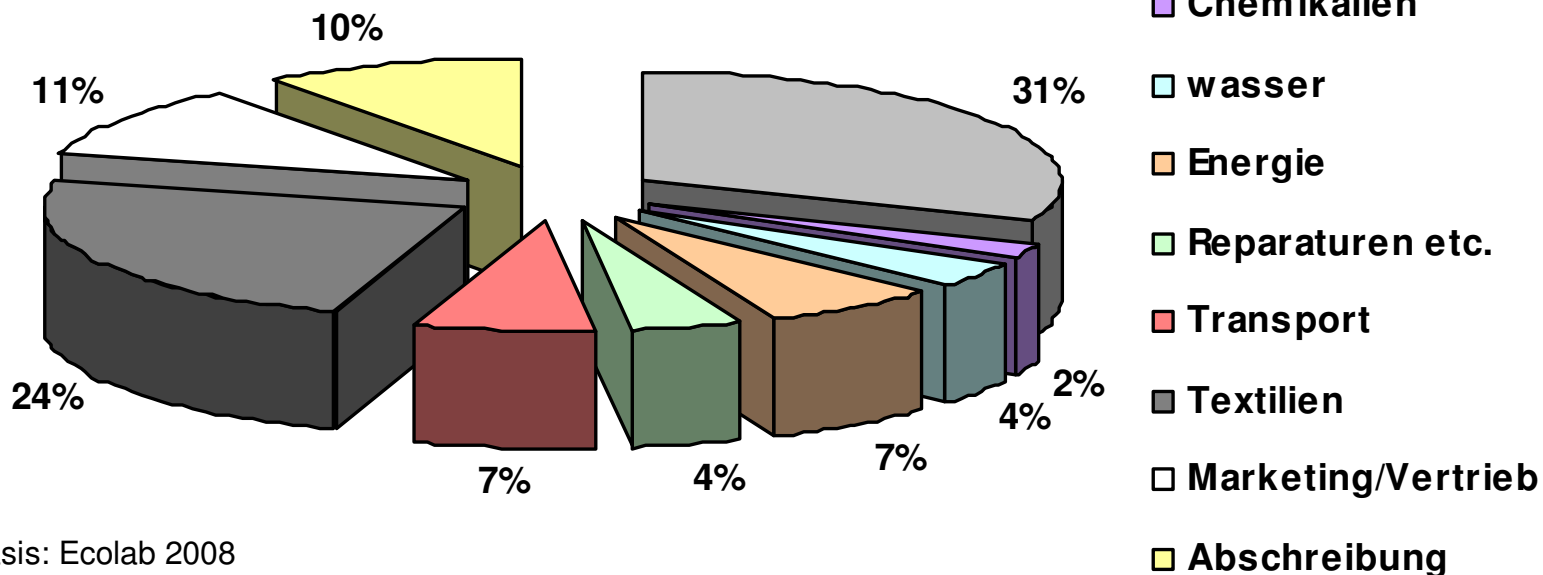


5.1 Krisenmanagement

SB 5.1 - 1 Typische Kostenstruktur

Wenn Umsätze stagnieren oder sinken:
Kostenmanagement wirkt am schnellsten

Typische Kostenstruktur Textil Service



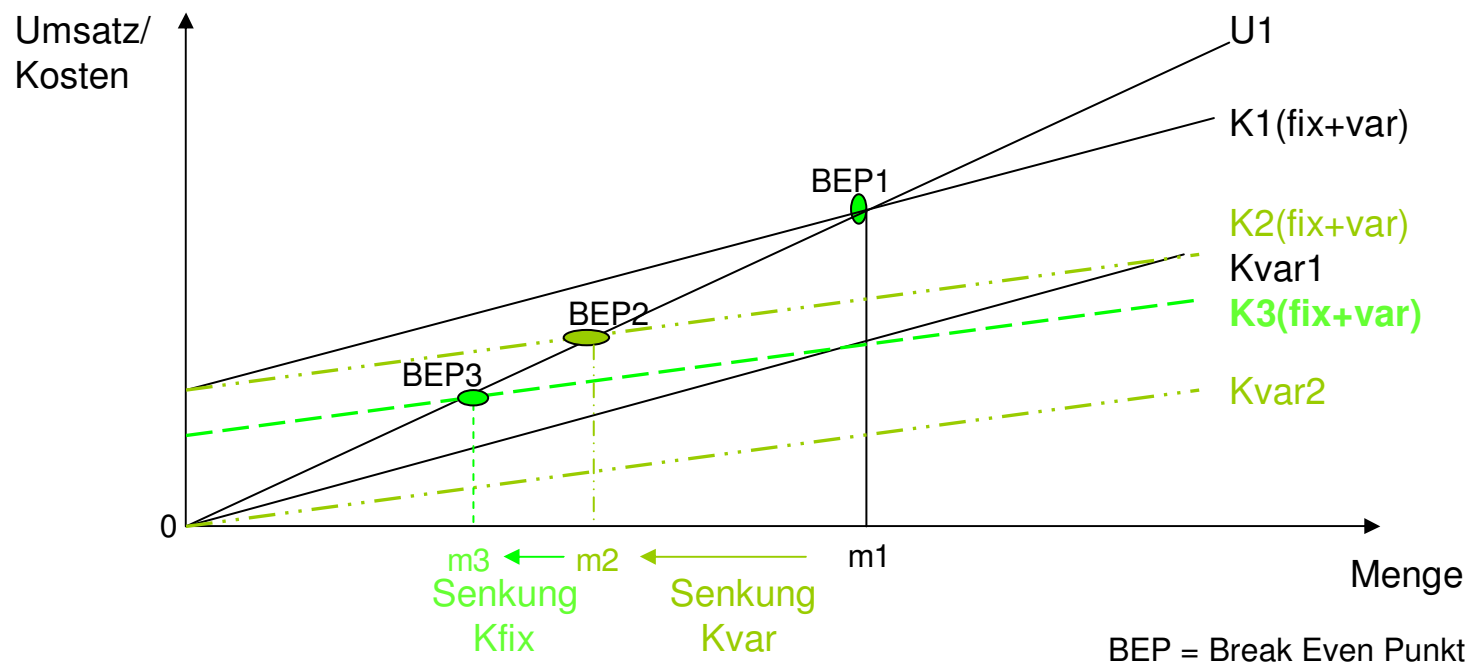
Basis: Ecolab 2008

5.1 Krisenmanagement

SB 5.1-3 Verbesserung des Break Even Punktes

Verbesserung der Deckungsbeiträge und Senken der Gewinnschwelle als kurz- und mittelfristiges Ziel

Gewinnschwellenmanagement bei konstanter Preis-Mengenfunktion



5.1 Krisenmanagement

SB 5.1 - 2 Optimierungspotentiale / Lieferanten

Die Überprüfung der Lieferantenstruktur kann vielfältige Optimierungspotenziale aufzeigen

Analyse		Optimierungsansatz
Lieferanten	ABC - Analyse	<ul style="list-style-type: none">• Reduzierung von B- und C-Lieferanten• Preis- und Konditionenverhandlungen mit A-B Lieferanten (Preisstaffeln, Zahlungsziele...)
	Einkaufs- und Beschaffungspolitik	<ul style="list-style-type: none">• Lagerhaltung• Übergreifende PPS- Planung• Kooperative Sortimentsgestaltung• Abgestimmte Produktentwicklung• Veränderung der Einkaufsstruktur (Asien, Türkei)• Wertschöpfungstiefe verändern

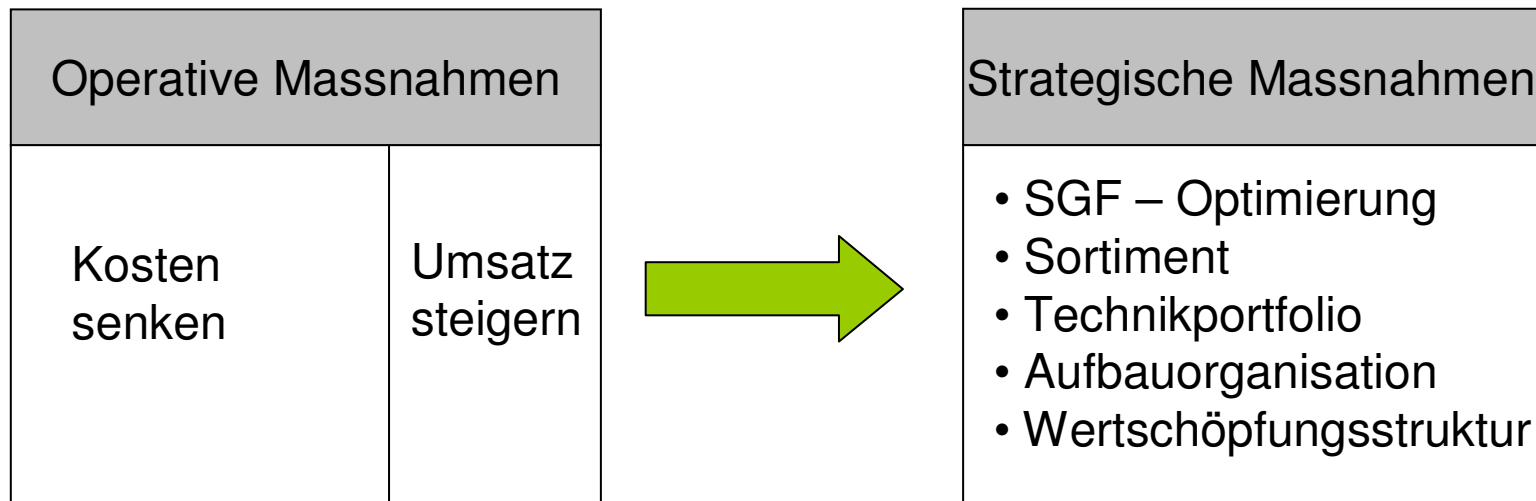
Ein Projekt zur Reduzierung des Materialaufwands Textil könnte vielfältige Optimierungspotenziale aufzeigen

Analyse		Optimierungsansatz
Textilien	ABC - Analyse	<ul style="list-style-type: none"> •Bündelung von Bedarf •Reduzierung der Anzahl an C-Teilen •Veränderungen in der Wertschöpfungskette •Umstellung auf Systemlieferanten
	Beschaffungs-/ Lieferzeit	<ul style="list-style-type: none"> •Veränderung Bestellzeitpunkt •Losgrößenoptimierung •Verbesserung Lagerhaltung •Stärkere Einbindung von Lieferanten in der Produktentwicklung •Verbesserung der Vorausplanung

5.1 Krisenmanagement

SB 5.1-4 Operative und strategische Maßnahmen

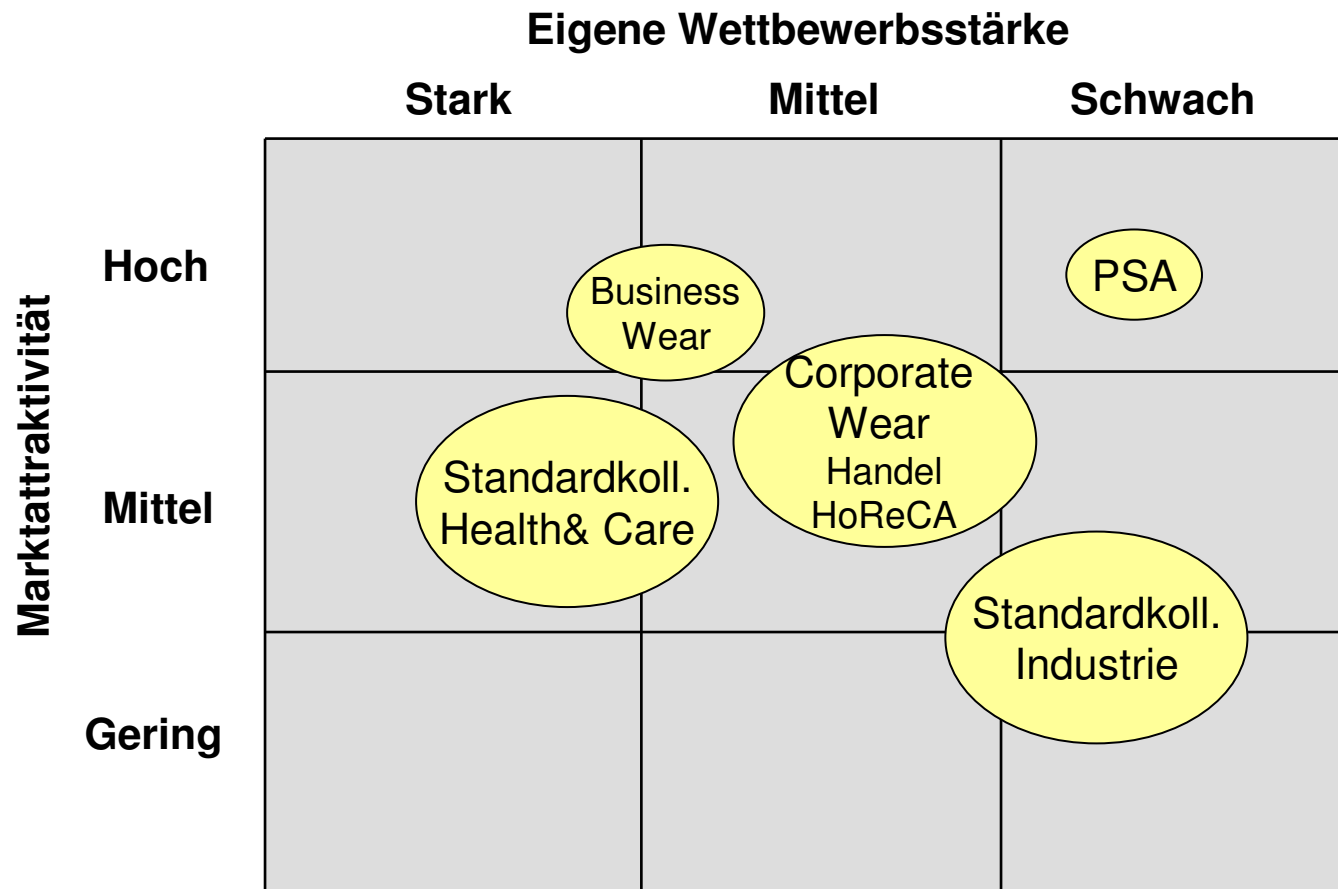
Operative Massnahmen zur Krisenbewältigung sollten mit strategischen Massnahmen konform gehen



5.2 Steuerung der Sortimentsvielfalt

SB 5.2-1 Strategisches Portfolio

Wie sieht die Position der strategischen Geschäftsfeder aus?
Ist eine weitere Konzentration sinnvoll?



5.2 Steuerung der Sortimentsvielfalt

SB 5.2-2 Kollektionsrahmenplan

Der Kollektionsrahmenplan ist Grundlage für Produktentwicklung, Einkaufs- und Vertriebssteuerung

Kollektion	Parameter	Jacke	Latzhose	Weste	...	Summe
Handwerk 1	Modelle	2	2	1
	Dessins	1	1	1
	Farben	2	2	2
	Größen	10	10	5
	SKU	40	40	10	...	210
	Umsatz	50000	30000	18000	...	398000
	DB	10000	5900	3500	...	75620
Corporate 1	Modelle	2	0	1

Corporate 2	Modelle	1	0	1

Summe	SKU	120	80	40	...	1832
	Umsatz	1500000	600000	110000	...	12000000
	DB	300000	110000	21000	...	2280000

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Viel Erfolg!



Kontakt:
geert.boettger@expoandconsulting.com