

# EEN OVERZICHT VAN DE SEKTOR TECHNISCH TEXTIEL<sup>1</sup>

P. Wierks

Senior Vice President Werner International

## Inleiding

Met veel genoegen heb ik de uitnodiging aanvaard om op dit kolloquium het thema Technisch Textiel toe te lichten...

Deze sektor is in de praktijk van alle dag hoogst onoverzichtelijk, heeft een eigen, bijna woeste dynamiek en een uitgesproken privé-karakter.

Waarschijnlijk heeft U in de vakpers gezien, dat Werner International een vrij grootscheepse studie heeft gemaakt van deze sektor in opdracht van de Commissie van de Europese Gemeenschap.

Toen we deze opdracht aanvaardden, waren we ons ervan bewust dat we ons grotendeels op onontgonnen terrein zouden begeven, maar pas gedurende de studie bleek vele malen, dat we niet op onontgonnen terrein maar in het moeras zaten.

Dat was in hoofdzaak te wijten aan drie typische aspecten van de sektor Technisch Textiel: ten eerste het typische eigen karakter van de sektor, ten tweede het gemis aan een gemeenschappelijke taal tussen de geïnteresseerde partijen, en ten derde de inconsistentie tussen werkelijkheid en statistische gegevens. Een kleine verduidelijking van deze drie aspecten zal de onoverzichtelijkheid van de sektor nader toelichten.

Allereerst het *typische karakter* van de sektor. Wanneer we dat vergelijken met de drie andere grote textielsectoren, kleding, huishoudlinnen en tapijt, dan valt meteen op dat de fabrikant van technisch textiel vaak niet de bestemming kent van zijn produkt. In de traditionele sectoren kleding, huishoudlinnen en tapijt staat de eindbestemming meestal al vast gedurende de fabricage. De bedrijven die erbij betrokken zijn, kennen als regel de eindbestemming van hun produkten. Dit is niet het geval met de half-fabrikaten in de sektor Technisch Textiel, zodat het doortrekken van een

logistische lijn van materiaalgebruik of een onderklassifikatie van produkten alleen maar tot stand kan komen met behulp van schattingen.

Ten tweede het *gebrek aan een gemeenschappelijke taal* tussen de geïnteresseerde partijen. Dit blijkt al uit het gebrek aan een algemeen aanvaarde definitie van technisch textiel. Het blijkt nog meer, als men zich realiseert, dat de sektor geen vaste naam heeft: nog steeds worden aanduidingen als *technical textiles*, *industrial textiles*, *textiles for technical use* en *engineered fabrics* door elkaar gebruikt, vaak gebonden aan een bepaald land. Wat de definitie betreft, de keuze is nog groter dan die aan namen voor de sektor. De definitie wordt bepaald vanuit de invalshoek van de gebruiker. Soms is ze gebaseerd op handel, soms op produktie, soms op patenten, soms op onderzoek, soms op technologie, soms op informatie. Het enige wat deze definities — gedurende de studie hebben we er een veertigtal geanalyseerd — gemeenschappelijk hebben is dat ze zich allemaal beroepen op het principe van uitsluiting en definiëren wat er niet onder hoort. Als gevolg kunt U bijvoorbeeld het eindprodukt 'seat belt' de ene keer terugvinden onder de classificatie *automobiel*, de andere keer onder *transport*, weer een ander keer onder de functie *protektie*.

Het derde aspect van de eigen natuur van de sektor Technisch Textiel is het *gebrek aan harde informatie*. Dat betreft in de eerste plaats een redelijk precieze kwantifikatie van volumes. Dit gebrek aan kwantifikatie staat een goed begrip van de dynamiek van de sektor in de weg. Daarbij komt dat de statistische methodiek in de lidstaten van de Europese gemeenschap onderling verschilt en de hoeveelheid statistische gegevens in sommige lidstaten in de laatste jaren er zelfs op achteruit is gegaan. Tussen twee haakjes: het vervelende is dat de nieu-

we nomenclature, die waarschijnlijk bindend wordt binnen de Europese Gemeenschap, genaamd Procom, nog altijd te weinig klassifikaties zal bieden voor een goed kwantitatief begrip van de sektor. In vergelijking met de thans gebruikte Nace-nomenclature, die 52 textiel-klassifikaties heeft met daarvan 8 met betrekking op technisch textiel, bied Procom 47 klassifikaties voor technisch textiel: een grote aanwinst, maar een die geen recht doet toekomen aan de belangrijkheid van de sektor binnen het totale textielcomplex.

Ondertussen, dames en heren, zouden er bij U twee vragen gerezen kunnen zijn. Allereerst kunt U opmerken dat de vakpers toch grote hoeveelheden data publiceert op het gebied van technisch textiel. Dat is ongetwijfeld waar, maar U moet daarbij bedenken, dat deze data praktisch altijd betrekking hebben op een bepaald eindprodukt, gezien vanuit een onderliggende speciale definitie van technisch textiel. Het oude gezegde 'het geheel is meer dan de som van de delen' krijgt hier nieuwe betekenis. De som van de gepubliceerde data leidt niet automatisch tot een coherent begrip van de sektor.

Als tweede vraag zou U aan de orde kunnen stellen of er eigenlijk wel iets met zekerheid over deze sektor te zeggen valt. Misschien niet in de absolute zin, maar toch wel vanuit een praktisch standpunt. Nu we de sektor conceptueel besproken hebben, is dit een goed moment om naar de praktische kant van de sektor te kijken.

<sup>1</sup> Tekst uitgesproken op het GOM-Kolloquium 'Technisch Textiel' in de Hallen te Kortrijk op 17 november 1992.



Ik zou daarom enige kanttekeningen willen plaatsen achtereenvolgens bij de markt voor technisch textiel, het groeipotentieel, de structuur van de sektor en last but not least enige kritische factoren voor succes in de sektor Technisch Textiel.

## Markt

Allereerst is er de markt. De markt voor technisch textiel is zodanig gegroeid, dat deze sektor de sektor huishoudlinnen van de tweede plaats heeft verdrongen. Naar schatting verwerkt de sektor Technisch Textiel in de lidstaten van de Europese Gemeenschap meer dan 100 miljoen ton per jaar aan vezel. Dit vertegenwoordigt 21 procent van de textielmarkt.

Als we dit percentage vergelijken met de Verenigde Staten en Japan, dan zien we dat de Europese Gemeenschap nog achter ligt. In de Verenigde Staten wordt het percentage technisch textiel geschat op 28 procent van de textielmarkt aldaar en in Japan zelfs op 38 procent.

De grootste brok van produkten in de EG wordt ingenomen door produkten voor industriële toepassingen, inclusief de bouwnijverheid, met een totaal van 58 procent. Daarop volgen transport met 18 procent, geoproducten met 10 procent, de vrijetijdssektor met 7 procent, de medische sektor met 6 procent en de beschermende kleding met 1 procent.

Als we de markt analyseren in termen van produktietechnieken, zien we dat filament voor ongeveer 37 procent aan de markt deelneemt, de spinnerij 35 procent, de weverij 47 procent, en gekonverteerde produkten (coatings en laminates bij elkaar) 17 procent. Deze cijfers maken duidelijk, dat technisch textiel in iedere produktietechniek een belangrijke rol is gaan spelen.

Misschien is het interessant om erbij te zeggen, dat distributie van technisch textiel op de markt de traditionele kanalen volgt van de andere hoofdsectoren. Zowel de vezelproducenten als spinners als wevers gebruiken in het algemeen hun eigen verkooporganisatie voor directe verkoop. Het is begrijpelijk, dat, hoe verder men downstream geplaatst is, hoe meer de breedte van de cliëntencirkel toeneemt. Zo ondervinden bijvoorbeeld kleinere weverijen en coaters moeilijkheden in het bereiken van gefragmenteerde markten als vrijetijdskleding.



Archief De Witte Lintier

## Groei

Wat betreft de groei van de sektor: naar onze mening zijn de vooruitzichten nog steeds superieur aan die van de andere hoofdsectoren. De groei in de sectoren kleding en huishoudlinnen wordt voor de komende jaren geschat op minder dan 2 procent, en zal ongetwijfeld meer en meer afgeremd worden door invoer in de Europese Gemeenschap. De sektor Technisch Textiel heeft een geschat groeipatroon van ongeveer 7 procent per jaar. Het aantal nieuwe produkten is nog steeds indrukwekkend. Bijvoorbeeld gedurende de periode die onze studie in beslag nam, werden per week zes nieuwe produkten in de sektor gelanceerd.

De verschillende ondergroeperingen binnen de sektor vertonen ook verschillende groeipatronen. Als voorbeeld voor deze verschillen zou ik hier de Noord-Amerikaanse markt willen nemen. Deze markt heeft een van de grootste groeikomponenten in de wereld, en is voor Europa interessant om twee redenen. De eerste is dat de Noord-Amerikaanse markt een potentieel afzetgebied is voor Europa. De tweede omdat het veelal blijkt dat ontwikkelin-

gen op de Noord-Amerikaanse markt gevolgd worden door soortgelijke ontwikkelingen op de Europese markt. Het cijfermateriaal, dat ik nu aanhaal dekt de periode 1987 tot en met het verwachte resultaat voor 1992 en is ontleend aan een recent rapport van de International Fabrics Organisation voor eindprodukten.

Over de genoemde periode van zes jaren zien we bijvoorbeeld dat het consumptiepatroon voor de bouwnijverheid per jaar gegroeid is met 3,2 procent. De transportsektor, gedomineerd door de automobiel, vertoont geen groei, zelfs een lichte achteruitgang. Dit is klaarblijkelijk gebonden met de slechte economie voor deze sektor in Noord-Amerika. Geotextiel daarentegen vertoont over de periode van zes jaar een gezonde vooruitgang van 7,5 procent per jaar. Men kan hieruit afleiden, dat de technische textielsektor economische en anderwijs gunstige oplossingen gevonden heeft voor water en wegenbouwkunde. Beschermende kleding is een ander voorbeeld van groei, met een vooruitgang van maar liefst 8,5 procent per jaar.

Uit deze voorbeelden, die betrekking hebben op een groot industrieel gebied,

*Technisch Textiel is een moeilijk te omschrijven maar zeer algemeen verspreide en waardevolle textielactiviteit.*



kan men leren dat: a. grote ondergroepen in de sektor technisch textiel nog steeds goede groeimogelijkheden bieden en b. dat deze mogelijkheden open staan voor textielbedrijven van allerlei aard.

Het is wel nuttig zich te realiseren, dat op dit moment veel grote high-tech bedrijven, die cliënten zijn voor technisch textiel, een moeilijke tijd doormaken. Niettemin blijft de toekomst voor technisch textiel, in vergelijking met de andere hoofdsectoren, een goed perspectief bieden.

### Industriële structuur

Betreffende de industriële structuur zijn er in de Europese Gemeenschap een driehonderdtal textielbedrijven betrokken bij de sektor technisch textiel. De meesten daarvan zijn in Frankrijk gelegen (iets over de honderd), gevolgd door Duitsland (iets minder dan honderd) en Engeland (met een vijftigtal bedrijven) en Italië (met een veertigtal).

Gedurende onze studie hebben we met 167 bedrijven een onderhoud gehad, waaronder textielbedrijven, textiel research-centra en textiel-machinebouwers.

Met uitzondering van de vezelproducenten, die meestal groot-ondernemingen zijn, valt het grootste gedeelte van deze bedrijven in de middenklasse. In de spinnerij zien we dat 90 procent van de productie vertegenwoordigd wordt door bedrijven met een jaaromzet tussen de 25 en 100 miljoen dollar, dus tussen de 750 miljoen en 3 miljard Belgische franken. In de stoffenproductie valt zestig procent van de bedrijven in dezelfde categorie, maar dertig procent ligt daaronder. Kijken we naar de 20 grootste textielbedrijven in de Europese Gemeenschap, dan vinden we dat zestien daarvan opereren binnen de sector technisch textiel.

Vertikale integratie speelt geen overheersende rol. Er bestaat meer verticale integratie in Duitsland en Engeland dan in Frankrijk en Italië, maar het aantal bedrijven dat totaal geïntegreerd is van spinnerij tot eindprodukt is min.

Praktisch alle bedrijven zijn toelevanciers voor verschillende segmenten in de markt. Het kan natuurlijk voorkomen dat een klein aantal bedrijven een monopolistische houdgreep op een marktsegment heeft, maar dat beeld is toch niet tekenend voor de sector. In zijn geheel vertoont de sector hetzelfde

de normale concurrentiebeeld als de andere hoofdsectoren in de textielindustrie.

### Kritische factoren

Laten we vervolgens vanuit de genoemde gegevens een aantal kritische factoren bekijken, eerst enige algemene en dan enige specifieke.

In het algemeen gezien is de interesse van de kant van textielbedrijven in technisch textiel vrij duidelijk verklaarbaar. De Westerse geïndustrialiseerde textielwereld leeft op dit moment in een nerveus klimaat. De concurrentie is bikkelhard geworden, traditionele voordelen van nabijheid tot de markt en van een speciale band tussen producent en konsument verminderen. De voordelen van moderne technologie zijn globaal beschikbaar voor wie kapitaal heeft en beschermingsmechanismen zoals het MFA verliezen hun kracht.

Geen wonder dus, dat we soms wat gespannen zoeken naar alternatieve wegen. We zien dit dagelijks gebeuren in de industrie. Denk maar aan het groeiend gebruik om het eigen productieapparaat te verkleinen en meer en meer te sourcen vanuit ontwikkelingslanden, aan de dislokatie van productie-eenheden naar landen met goedkopere arbeidskosten en betere lokaliseringsvoorwaarden, aan het toenemende aantal joint ventures gebaseerd op transfer of technology en aan de ontwikkeling van nieuwe systemen zoals Quality Assurance, Quick Response, Just-in-Time in onze gebieden als verdedigingsmechanismen.

Als er dan een nieuwe ster aan de hemel opduikt in de vorm van technisch textiel, dan is het begrijpelijk dat alle aandacht zich daarop richt. En voornamelijk dat grote getalen van bedrijven zich afvragen, of deze nieuwe sektor werkelijk zo interessant is, of binnen die sector het bedrijf een plaats moet proberen te veroveren, en zo ja, hoe dat in te kleden, om een traditionele textiel-term te gebruiken.

De toekomst voorspellen is meestal een kijken in de glazen bol. Maar toch zou ik drie redenen willen aanvoeren om de toekomst voor technisch textiel in de volgende vijf jaren als gunstig te beoordelen. Ten eerste zijn er belangrijke afdelingen in de sector technisch textiel, die nog geen saturatieniveau bereikt hebben. U heeft dat aan het voorbeeld van de Amerikaanse markt kunnen zien. Ten tweede is het per caput-

inkomen in vele landen nog stijgend, en zal daarvan een positief effect uitgaan op het verbruikerspatroon. Op dit moment zitten we economisch gezien in een impasse, maar we denken hier in termen van vijf jaren in de toekomst.

Ten derde heeft technisch textiel een voordeel op de andere hoofdsectoren kleding en huishoudlinnen. Deze beide laatste sectoren hebben een daling gezien in hun aandeel in het bestedingspatroon. Ik kan me de tijd nog herinneren dat van ieder frank die besteed werd, 11 centiem uitgegeven werd aan textiel. Dit aandeel is teruggelopen naar ongeveer 6 centiem per frank. Nu is het zo, dat een groot deel van technisch textiel niet in concurrentie is met de andere twee hoofdsectoren voor een deel van die zes centiem, maar een waardetoevoeging is aan een produkt buiten het textielbestedingspatroon. Denkt u maar aan automobielen en vliegtuigen, aan sportartikelen en medische artikelen, aan membranen en coated-producten voor industriële doeleinden. Zolang we textieloplossingen aandragen voor technische doelen, zal in het totale bestedingspatroon een groter, tussen haakjes 'verborgen', aandeel textiel zitten. Gezien vanuit de markt ziet de toekomst er dus nog rooskleurig uit.

Als we naar de vraag kijken welk soort bedrijven een natuurlijke affiniteit hebben voor technisch textiel, dan valt het op dat er in menige kring toch nog een gevoel heerst van exclusiviteit. Begrijpelijk, omdat veel eindprodukten van deze sector een gesofistikeerd karakter hebben en ergens in het assemblageproces een hoogwaardige, technische bewerking ondergaan.

Een vergelijking tussen een bedrijf, dat zich toelegt op technisch textiel en een bedrijf dat in een van de andere textielhoofdsectoren zijn hoofdbezigheid ziet, kan dit gevoel van exclusiviteit relativeren.

Allereerst is er geen verschil in het machinepark van beide bedrijven, met andere woorden: het type machines, aangenomen dat ze state-of-the-art zijn, is niet kritisch. Vervolgens is ook het niveau van de gebruikte technologie gewoon state-of-the-art, er is geen bijzondere technologische handicap voor de traditionele spinner of wever om het gebied technisch textiel te betreden. Dit blijkt duidelijk uit het aantal aangemelde patenten. Sinds 1980 zijn er meer dan 17.500 patenten voor technisch textiel toegekend. De overgrote meerderheid van dit aantal betreft produkten, niet de



fabrikagemetode. Verder is de bedrijfs-grootte van beide typen bedrijven vaak even groot, dus ook de omzetmassa van een middelgroot bedrijf is niet kritisch. En dan, zoals al opgemerkt, heeft de organische structuur van de verkoop een normaal karakter. En er heerst op dit moment geen aanwijsbaar monopolie.

Zover toont deze vergelijking aan, dat traditionele bedrijven, die een plaats willen zoeken in de technische textielmarkt, geen grote moeilijkheden behoeven te ondervinden in termen van fabrikagetechniek en technologie, omzetgrootte en organizationele structuur.

Laten we eens verder kijken of er toch geen adder onder het gras zit.

Allereerst mag er wel geen verschil zitten in het fabricageproces, maar er zit wel degelijk een verschil in het domein grondstoffen. Als ik dit zeg, begrijpt U wel, dat dit een generalisatie is om een gegeven punt te verklaren. Dat verschil uit zich in de intieme relatie tussen het type grondstof en de beoogde karakteristieken van het eindproduct.

Het totaalbeeld van industrie in de ontwikkelde landen vertoont een om-

schakeling van grondstofintensiviteit naar kennisintensiviteit. Die gedachten-gang vinden we ook terug in de textielindustrie. Onze eigen consulting-ervaring in Werner toont ook, dat bij veel bedrijven een diepe kennis van grondstoffen aan het verdwijnen is. Bedrijven hebben middelen om grondstoffen automatisch te testen, zij kunnen inkopen tegen gegarandeerde grondstofspecificaties en grondstof-karakteristieken en daarom is het verminderen van deze kennis in de traditionele hoofdsectoren niet katastrofaal. Maar de zaak ligt anders in de sektor technisch textiel. Door de interactie tussen grondstof en de verschillende niveaus van productie is een, mag ik het noemen 'ouderwetse' grondstofkennis van wezenlijk belang. Voor technische textiel geldt de regel dat ontwikkelingen in grondstoffen belangrijker zijn dan ontwikkelingen in de fabrikagetechniek.

Volledigheidshalve wil ik hieraan toevoegen, dat veel van de specialistische grondstofkennis beschikbaar is van buiten het textielbedrijf zoals bijvoorbeeld bij vezelproducenten, de chemische toe-

leveringsbedrijven, plasticproducenten en bedrijven die zich toeleggen op komposietmaterialen.

Laten we in deze vergelijking tussen traditionele bedrijven en technische textielbedrijven nog eens kijken naar de verkoopfunctie. Ik heb al aangeduid dat organizationeel we geen verschil constateren tussen beide typen bedrijven in de structuur van de verkoopafdeling en de daarbij behorende distributiekanaalen. De zaak ligt anders, als we de benodigde verkoopkennis analyseren. Veel van de technische textielbedrijven doen aan leapfrogging, met andere woorden: ze zoeken een directe band met het eindproduct en hebben een direct contact met de cliënten van hun cliënten. Dit vergt vaak een kennis buiten het normale textielbereik.

Deze bedrijven hebben dan ook ervaren dat specialistische kennis van het eindproduct van hun halffabrikaten noodzakelijk is om textieloplossingen te vinden voor hun cliënten. Een van de grotere vezelproducenten bijvoorbeeld heeft tientallen specialisten in zijn ontwikkelingsafdeling Technisch Textiel. Onder deze specialisten vindt men bouwkundigen, weg- en waterspecialisten, transportspecialisten en dergelijken, maar niet één textielingenieur. Op het eerste gezicht een verrassend gegeven, wat duidelijk wordt als men zich realiseert, dat in een gesprek met een bouwbedrijf andere waarden ter discussie staan dan de traditionele textielkennis verschaft. Tussen twee haakjes, het onderscheid in verkoopkennis wordt bezwaarlijker naarmate de grootte van het bedrijf afneemt en is een van de moeilijkheden voor S en M's.

Het is interessant om te zien, dat de verschillen met textielbedrijven in de traditionele sectoren zich polariseren upstream and downstream, in de aspecten van grondstofkennis en eindproductkennis.

Samenvattend, de intrede in de technische textielsector of schaalvergroting in die sector is nog steeds interessant om het bedrijfsrendement te vergroten. In het algemeen vereist dit proces, dat een bedrijf overschakelt van een historische bedrijfsvoering naar een strategische bedrijfsvoering. Het is niet zozeer een zaak van kapitaalinvestering als wel van een nieuwe oriëntatie, die haar zwaartepunten vindt in de domeinen grondstof, verkoopkennis en in een band, over de hoofden van de cliënten, naar de cliënten van de cliënten. □



Archief WES