

# ÄTHIOPIENS TEXTIL- UND BEKLEIDUNGSINDUSTRIE

BONN, 9. JANUAR 2020

Ulrich Binkert  
Bereich Afrika/Nahost  
[www.gtai.de](http://www.gtai.de)



# Inhalt

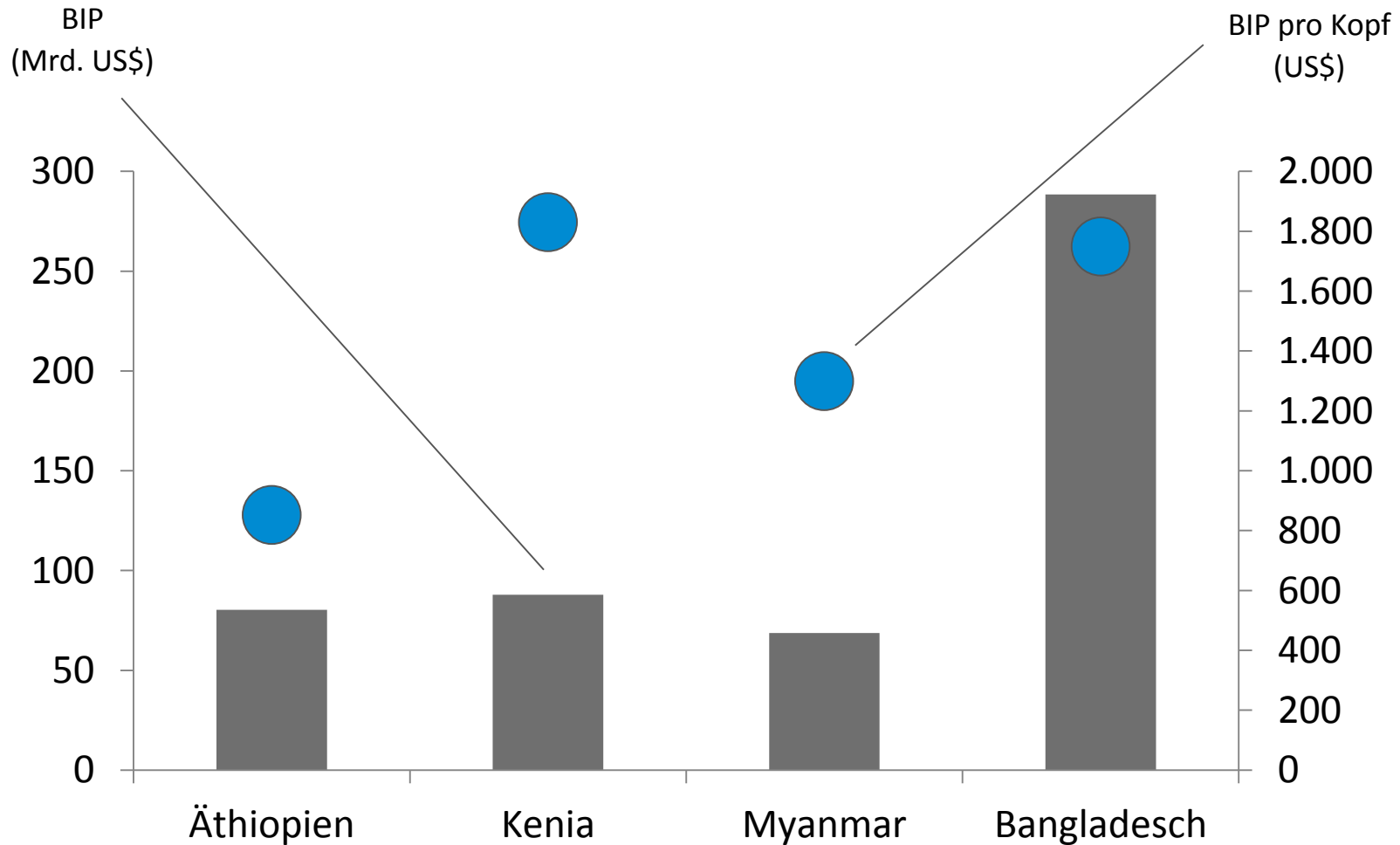
## Marktchancen für die Lieferanten von Maschinen und Chemikalien

1. Wirtschaftslage 3
2. Branchenentwicklung 5
3. Kunden für deutsche Lieferanten 6
4. Bekleidung: Absatzchancen, Produktionsfaktoren 8
5. Praktische Marktinformationen für den Absatz von Maschinen und Chemikalien 10
6. Kontaktinformationen 14



# 1. Wirtschaftslage I

## Wirtschaftsleistung 2018 im Vergleich



Quelle: IWF, WEO Oktober 2019

# 1. Wirtschaftslage II

## Gute Rahmendaten, aber Ungewissheit

Konjunktorentwicklung unklar

+ Behörden, Weltbank etc.

sehr optimistisch

- Geschäftswelt pessimistischer

Große, aber arme Bevölkerung

Große Infrastrukturprojekte

Staatsverschuldung wächst

Devisenmangel, enormes

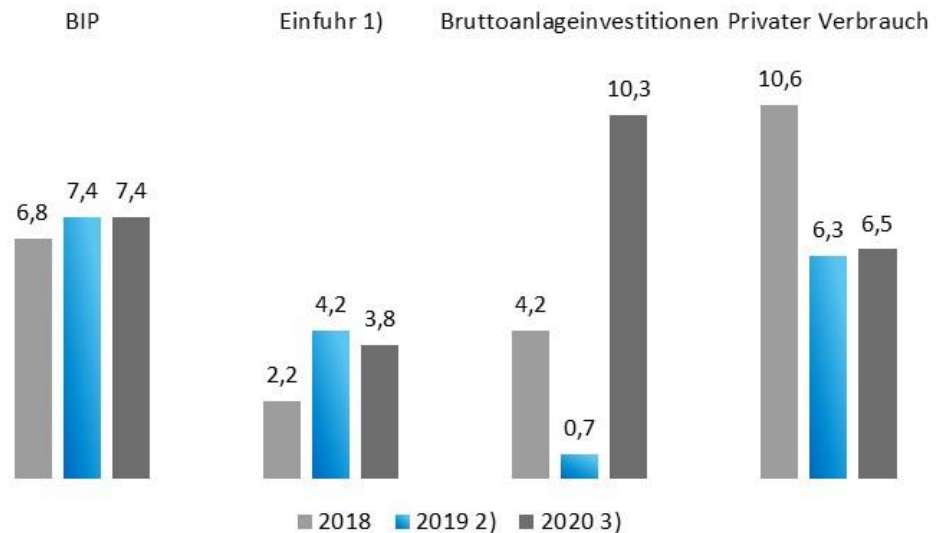
Handelsbilanzdefizit

Auch ökonomische Reformen

geplant

Politische Fragilität

Wirtschaftliche Entwicklung 2018 bis 2020 in Äthiopien  
(reale Veränderung gegenüber dem Vorjahr in %)



1) Waren und Dienstleistungen; 2) Schätzung; 3) Prognose  
Quelle: EIU; © 2019 Germany Trade & Invest

Quelle: GTAI, Wirtschaftsausblick Äthiopien, November 2019

# 2. Branchenentwicklung

## Hotspot mit Fragezeichen

Äthiopien wurde zum Hotspot der internationalen

Bekleidungsproduktion

Niedrige Löhne und

Regierungsunterstützung locken

Riesige Textil-Industrieparks im Aufbau

Sektor vertikal integriert

Aber noch wenige neue

Investitionen in die Textilindustrie

Moderne Bekleidungsindustrie, rückständige Textilfabriken

Bekleidungs-Vorprodukte fast alle importiert

### Bekleidungsexporte Äthiopiens

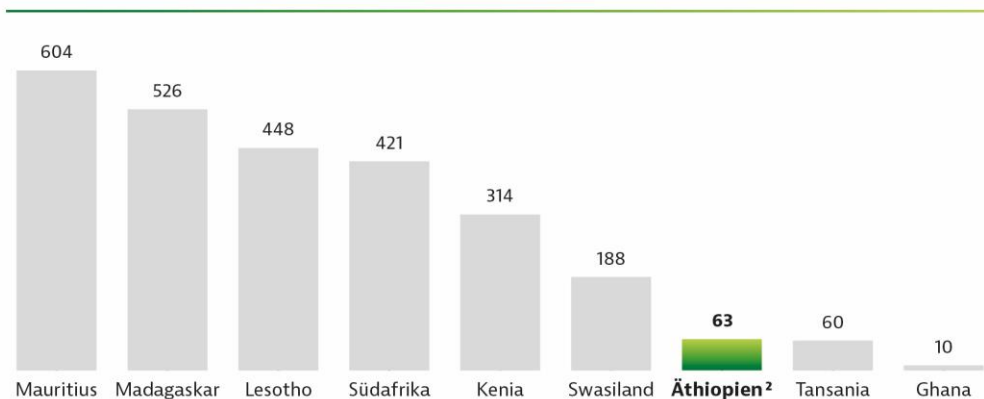
in Millionen US-Dollar<sup>1</sup>



1) HS-Zolltarifpositionen 61, 62, Daten nach Quelle abweichend;  
2) Hochrechnung auf Basis der Importe der Partnerländer (mirror data)  
Quelle: International Trade Centre

### Größte Bekleidungsexporteure Subsahara-Afrikas 2017

in Millionen US-Dollar<sup>1</sup>



1) HS-Zolltarifpositionen 61, 62, Daten nach Quelle abweichend;  
2) 2016  
Quelle: UN Comtrade

# 3. Kunden für deutsche Lieferanten I

## Zwei Gruppen – strukturell selten Kunden deutscher Produkte

### **Ausländische Betriebe**

exportieren und haben Devisen

aber: fast nur Bekleidungshersteller

wenig kapitalintensiv

benötigen Näh- und andere Bekleidungsmaschinen, wenig sonstige Technik/Chemikalien

### **Einheimische Textilindustrie**

vertikal integriert – produziert alles von Baumwolle bis Bekleidung

kapitalintensive Produktion

benötigt Textilmaschinen und Chemikalien

aber: kapitalschwach, hat kaum Devisen

qualitativ schwach, niedrige Anforderungen

beliefert Heimatmarkt und Nachbarländer

### **Absatzchancen bei:**

Einigen ausländischen Textilherstellern und gut laufenden Inlandsunternehmen

# 3. Kunden für deutsche Lieferanten II

## Mehr und andere Wertschöpfung als Voraussetzung für Absatzserfolg

Bisher:

1. Leistungsfähig ist nur die Bekleidungsindustrie
2. Einheimische Textilindustrie liefert für Exportbekleidung nicht die benötigte Qualität
3. Gute Stoffe werden importiert  
von den ausländischen und wenigen inländischen Bekleidungsherstellern, die exportieren
4. Bedarf an Textilmaschinen/Chemikalien begrenzt
5. Frage: Wird in Äthiopien eine leistungsfähige, kapitalstärkere *TEXTIL*-Industrie entstehen? → dies wäre ein Markt für hochwertige deutsche Produkte



# 4. Bekleidung: Absatzchancen

## Attraktiv als Standort für die Exportproduktion

Bevorzugter Marktzugang in den USA und der EU

- + besser als für asiatische Konkurrenz

Wichtige Einkäufer wollen in Äthiopien beschaffen

- + Diversifizierung zur Risikostreuung
- + Sorge ums Image
- „Nachhaltigkeit“ bei den niedrigen Löhnen kaum möglich

Produzenten wollen mit Modeketten global im Geschäft bleiben

- + gehen auf Kundenwunsch nach Äthiopien – auch wenn an sich teils unwirtschaftlich
- + internationale Branche eng verflochten

Herdentrieb der Einkäufer

- + der ganze Pulk bewegt sich nach Äthiopien, mit den Produzenten als sichtbare Spitze

Inlandsmarkt eher positiv

- + 100 Mio. Einwohner, Gebrauchtkleiderimporte verboten
- + einzelne Ausländer, die sich auf Inlandsmarkt spezialisieren, machen Gewinne
- Kaufkraft und Absatzaussichten trotzdem beschränkt



# 4. Bekleidung: Produktionsfaktoren

## Staat hilft, Arbeit und Rohstoffversorgung mit Fragezeichen

### Staatliche Unterstützung

- + Strategie vorhanden
- + günstiges Investitionsregime/Devisenbestimmungen etc.
- + Industrieparks mit fertiger Infrastruktur: vorgefertigte Hallen etc.

### Arbeit

- „Weltweit die niedrigsten Löhne“ = + für arbeitsintensive Bekleidungsbranche
- geringe Produktivität. Unklar, ob dies absehbar besser wird
- hohe Fluktuation der Beschäftigten, Ausbildung lohnt kaum

### Strom, Land

- + - Strom billig, aber unzuverlässig
- + Land billig und reichlich vorhanden

### Baumwolle

- + vorhanden und ausbaubar
- niedrige Qualität und Menge; strukturelle Marktprobleme

### Chemiefasern (bisher überwiegender Rohstoff)

- keine nennenswerte Inlandsproduktion

# 5. Praktische Marktinformationen

## Devisenmangel überschattet alles

### Devisenprobleme der Kunden

- Devisenmangel der Textilindustrie, die nicht exportiert
- Probleme von Kunden und Verkäufern, Devisen aus dem Land zu bekommen
- es gibt keine Patentlösung - Banken können nur bedingt unterstützen
- China unterstützt „seine“ Firmen mit günstigen Krediten samt Lieferbindung

### Bürokratie hemmt

### Logistik schwierig bei Lieferungen aus Deutschland

- Monopol der Schifffahrtsgesellschaft

### Übermächtige asiatische Konkurrenz

- Textilmaschinen: Kunden können sich teure Technik kaum leisten
- Chemikalien: Mittlere Qualität reicht oft aus



# 5. Praktische Marktinformationen: Maschinen I

## Stand; Beschaffungs-Entscheidungswege bei den Kunden

### Äthiopische Maschinenimporte und deutsche Position

Importe von Textilmaschinen 2013 bis 2017: jährlich rund 40 Mio. bis 50 Mio. US\$

Lieferungen aus Deutschland 2013 bis 2017

jährlich maximal 8 Mio. US\$, zuletzt rund 1 Mio. bis 2 Mio. US\$

zum Vergleich (2017/Mio. Euro/rund): China 850, Türkei 400

### Entscheidungswege bei Beschaffungen

Entscheidung überwiegend in Firmenzentralen in Investoren-Heimatländern

in China, Indien, Bangladesch, Taiwan u.a. anderen asiatischen Ländern

Kunden tendieren zu Maschinen, die sie von zu Hause kennen

Bekleidungsfabriken in Äthiopien meist erst vor kurzem gegründet

Filialen in Äthiopien haben Mitsprachrecht

für Anbieter schwer einzuschätzen

Fabrik-Filialen in Äthiopien sind an der kurzen Leine der Firmenzentralen

Management meist rein ausländisch

keine „Hausmacht“ in Äthiopien, wenig Autonomie der Betriebe

äth. Betriebe machen noch meist Verluste → schwache Stellung gg. Firmenzentrale

# 5. Praktische Marktinformationen: Maschinen II

## Vertriebsaufwand hoch, Flexibilität gefragt

Einheimische Vertreter: schwierige Lage

- Geschäft läuft oft an ihnen vorbei

- Kunden beschaffen über deren Firmenzentralen in Asien

Hoher Aufwand für Produktpräsentationen, Testreihen

- nur wenige Referenzanlagen im Markt

- Kunden müssen überzeugt werden, auch mal in Teures zu investieren

Henne-Ei-Problem: Anbieter müssten in (Marketing-) Vorleistung treten

1. wenige Referenzanlagen – 2. hoher Präsentationsaufwand – 3. Maschinenabsatz erst einmal nicht absehbar – 4. wenige Präsentationen – 5. Kunden werden nicht überzeugt

Gefragt: guter, agiler Vertreter

- braucht viel Unterstützung: finanziell, personell (Besuche aus Europa), ...

Service ist schwierig zu gewährleisten

- Mangel an Fachpersonal

„Downsizing“ von Maschinen notwendig

- gefragt: auch einfachere und dafür billigere Technik

- Beispiel bullmer (Zuschneidetechnik): einfache Steuerung reicht

- Italiener scheinen hier generell flexibler zu sein

# 5. Praktische Marktinformationen: Chemikalien

## Warten auf den Take-off der Textilindustrie

Dominanz der Bekleidungshersteller begrenzt Markt

- die brauchen wenige Chemikalien

Textilhersteller als Hauptkunden haben bisher eher wenig Bedarf an guter Qualität

- Produktion für den Inlandsmarkt – niedrige Qualität reicht oft aus
- + beschaffen teilweise aber auch gute Qualitäten

Logistikproblem

- viele kleine Lieferungen; Lagerhaltung nötig

# 7. Kontaktinformationen

## **Ulrich Binkert**

T +49 228 249 93-267  
ulrich.binkert@gtai.de  
Villemombler Straße 76  
53123 Bonn

## **Katrin Weiper**

T +49 228 249 93-284  
katrin.weiper@gtai.de  
Villemombler Straße 76  
53123 Bonn

Germany Trade & Invest ist die Wirtschaftsförderungsgesellschaft der Bundesrepublik Deutschland. Die Gesellschaft sichert und schafft Arbeitsplätze und stärkt damit den Wirtschaftsstandort Deutschland. Mit über 50 Standorten weltweit und dem Partnernetzwerk unterstützt Germany Trade & Invest deutsche Unternehmen bei ihrem Weg ins Ausland, wirbt für den Standort Deutschland und begleitet ausländische Unternehmen bei der Ansiedlung in Deutschland.

Gefördert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.

© Germany Trade & Invest

Alle von Germany Trade & Invest zur Verfügung gestellten Informationen, Grafiken und kartografischen Darstellungen wurden mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt. Für die Richtigkeit können wir jedoch keine Haftung übernehmen.