



Automation, Mass Customization und Micro Runs im DTG-Bereich

Ein Fachbeitrag von
Maggi Fuchs und Everson Scheurich, DTG Merch

■ **Das Rad dreht sich immer schneller. Viele technologische Entwicklungen der letzten Jahre wie Social Media und Fast Fashion stellen Druckdienstleister vor neue Herausforderungen. Gleichzeitig ergeben sich für viele Unternehmen dadurch aber auch neue Chancen und glücklicherweise ist der Direct-to-Garment-Druck perfekt für diese neuen Anforderungen gerüstet.**

Individualisierung & Kleinauflagen

Heutzutage wollen Kunden ihrer eigenen Individualität Ausdruck verleihen, mit teils unterschiedlichen Hintergedanken. Social Media und deren Influencer haben die Art und Weise, wie die Mode zum Kunden kommt, grundlegend verändert: An jedem Tag ein neuer Trend, schnell produziert, schnell geliefert und oft noch schneller wieder ausgetauscht, wenn der nächste

Trend lockt. Gleichzeitig gibt es aber eine starke Gegenströmung dazu: Ein steigender Anteil an Konsumenten legt großen Wert auf die Umwelt, will aber – vielleicht gerade dadurch – seine Überzeugung in der eigenen Mode zum Ausdruck bringen.

Ein hoher Bedarf an individualisierbarer Bekleidung besteht aber nicht nur beim Endkunden, sondern auch im Handel selbst. Für viele Händler geht der Trend hin zu einem

kleinen oder gar keinem Lager. Neue Technologien bieten die Möglichkeit, geringe Mengen herzustellen. Dies ist ein Vorteil, denn die Ware muss nicht schon im Vorfeld produziert werden, sondern erst, wenn sie auch tatsächlich verkauft bzw. bestellt worden ist („on demand“).

Zusätzlich versuchen viele Marken, Kreative und Influencer, sich mit Print-on-Demand ein Online-Business aufzubauen. Print-on-Demand-Plattfor-

men bieten ihnen die einzigartige Gelegenheit, ohne großes Risiko mit neuen Designs und Konzepten zu experimentieren. Dabei arbeiten sie mit einem Produktionspartner zusammen, der auf Bestellung individuelle Kleidungsstücke produziert und verschickt. So können sich diese ohne große Kosten und ohne eigenes Lager ein Unternehmen aufbauen.

All diesen Trends ist gemeinsam, dass Kleinauflagen und Individualisierung im Mittelpunkt stehen. Eine der großen Stärken des DTG-

Drucks liegt genau in diesen Anwendungsbereichen, daher ist die Technologie für alle neuen Möglichkeiten im B2B- und B2C-Bereich bestens geeignet. Besonders wenn der DTG-Druck in einen digitalen und automatisierten Workflow eingebunden wird, kann die gesamte Produktion auf ein neues Level gehoben werden.

Industrie 4.0: Chance für die Zukunft

Heutzutage sind die Käufer verwöhnt. Moderne Kunden wollen nicht wochenlang auf ihre Produkte warten, alles

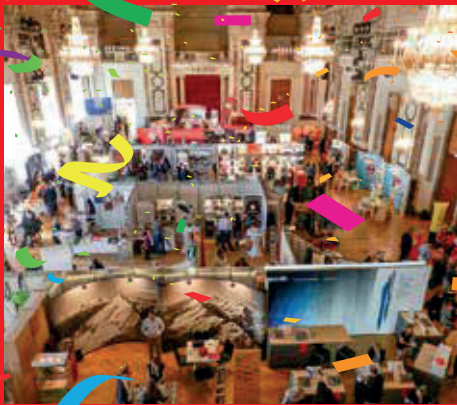
muss schnell gehen. Gleichzeitig kommt erschwerend hinzu, dass viele dieser Aufträge oft auf einer durchschnittlichen Größe von nur ein oder zwei Stück basieren. Jeder Job hat ein anderes Design, auf einem anderen Kleidungsstück und in einer anderen Farbe.

Manueller vs. automatischer Workflow

Selbstverständlich kann eine Produktion (bis zu einem gewissen Punkt) auch mit einem manuellen Workflow umgesetzt werden. In diesem Fall läuft eine Bestellung in etwa

so ab: Ein Bestellschein wird erstellt und im Lager werden die entsprechenden Artikel ausgewählt. Im Anschluss daran werden die Dateien manuell geöffnet und angepasst, an den Drucker geschickt und dort auf das (hoffentlich) richtige Textil gedruckt.

Eine Produktion dieser Art zu managen ist nicht einfach und es wird oft ein Punkt erreicht, an dem der manuelle Ablauf an seine Grenzen stößt – besonders wenn ein Unternehmen wächst, was meistens gewünscht wird. Nur allzu oft wird dann zögerlich gehan-



2. April 2020
10
JAHRE!
 marke[ding] ^{Wien} 2020



marke[ding] Wien am 2. April 2020 in der Wiener Hofburg

Die Messe **marke[ding] Wien** ist die österreichische Messeplattform zum Thema haptische Werbung und visuelle Kommunikation. Sie findet am **2. April 2020** bereits zum **10. Mal** in Wien statt. Der Schwerpunkt ist traditionell dem Thema Werbeartikel gewidmet, ergänzt wird das Ausstel-

lerportfolio mit Herstellern und Produzenten aus anderen Marketingdisziplinen, in erster Linie aber aus dem Bereich der visuellen Kommunikation. Erwartet werden wie zuletzt 125 Aussteller und mehr als **2.000 Fachbesucher**, darunter überwiegend Entscheider der Branche.

marke[ding] ^{Wien} 2020

Factbox zur marke[ding]

2. April 2020
 9:00 - 18:00 Uhr
 Hofburg Wien

Kostenlose Besucherregistrierung
 auf <https://wien.markeding.at>

delt: „Wir haben das immer so gemacht, das funktioniert doch.“ Ein weiterer Nachteil, wenn der Prozess an seine Grenzen stößt: Oft wird durch den ganzen organisatorischen Aufwand drumherum der Output von schnellen DTG-Druckern eingeschränkt.

Eine Produktion zu skalieren und kosteneffizient zu gestalten ist schwierig und kann oft nicht von einem Tag auf den anderen realisiert werden. Daher empfiehlt es sich, bereits an einem früheren Zeitpunkt über automatisierte Alternativen und Erleichterungen des Arbeitsablaufes nachzudenken und nach und nach zu implementieren.

Wie funktioniert ein automatisierter Workflow?

Automatisierte Workflows können einem Unternehmen helfen, wenn die Auftragsmengen wachsen. Sie überwachen und beschleunigen die Arbeitsabläufe in allen Berei-



Die meisten automatisierten Workflows arbeiten Barcodes, die auf einen Aufkleber gedruckt und am jeweiligen Kleidungsstück befestigt werden.

chen, von der Bestellung (mit der Möglichkeit einer automatischen Auftragsübernahme aus einem Onlineshop) bis hin zum Druck und Versand inklusive Rechnung. Im Normalfall arbeiten die meisten automatisierten Workflows mit Barcodes, die auf einen Aufkleber gedruckt und am jeweiligen Kleidungsstück befestigt werden. Diese enthalten alle für Produktion und Versand erforderlichen Parameter, wie zum

Beispiel die Bestellnummer, die Kundendaten, die Art des Kleidungsstücks (Artikelnummer, Größe und Farbe), das Design (Bilddatei, Druckgröße und korrekte Positionierung) und die Versandanweisungen.

Diese Informationen können direkt aus einem Onlineshop übernommen werden sobald der Kunde sein persönliches Kleidungsstück konfiguriert und seine Bestellung aufgegeben hat. In der jeweili-

gen Abteilung wird dieser am Textil angebrachte Code eingescannt und der Mitarbeiter erhält in Echtzeit alle notwendigen Informationen eingespielt, die er braucht, um seinen Job schnell und effizient zu erledigen.

Um dies anhand eines Beispiels zu illustrieren, nehmen wir exemplarisch den Arbeitsablauf beim Druck. In einem manuellen Workflow muss der Mitarbeiter händisch die richtige Datei sowie die richtige Position des Druckes auswählen, die Größe des Druckes anpassen und ein Farbprofil auswählen. Im Anschluss muss der Mitarbeiter das Design zur Maschine schicken, dort das richtige Textil auflegen und bedrucken. Es lässt sich bereits erahnen, dass dieser Prozess sehr fehleranfällig und zeitaufwendig ist.

Bei einem automatisierten Workflow erhält der Mitarbeiter ein T-Shirt mit Barcode. Ohne weitere Informationen zu benötigen, scannt er diesen Code ein und alle notwendigen Daten wie Design und Position werden automatisch auf den Drucker geladen. Es kann also sofort gedruckt werden. Im Regelfall verbleibt der Barcode vom Anfang bis zum Ende des Prozesses am Textil und kann daher an allen Stationen der Produktion genutzt werden.

Zusätzliche Vorteile einer Automatisierung

Des Weiteren kann ein automatisierter Ablauf eine Übersicht über den aktuellen

Die Autoren

Maggi Fuchs und Everson Scheurich blicken gemeinsam auf mehr als 25 Jahre Erfahrung in verschiedenen Bereichen der Textilindustrie zurück. Zwei große Leidenschaften der beiden sind der DTG-Druck und das Thema T-Shirt-Design.

Mit ihrem Projekt „DTG Merch“ versuchen sie anderen dabei zu helfen, in diesen spannenden Bereichen erfolgreich zu sein. Sie stellen Interessierten dafür auf ihrer Homepage www.dtgmerch.com

eine Reihe von kostenlosen Informationen zur Verfügung, darunter zum Beispiel das E-Book zum Thema „DTG-Druck für Einsteiger“.

www.dtgmerch.com

