

Pressemitteilung

Köln, November 2018

Re'aD Summit 2018

State of the Art der Digitalisierung der Supply Chain

Werden Avatare in Zukunft die Entwicklung und Produktion von Bekleidung bis hin zum Kaufverhalten des Konsumenten verändern? Die richtige Mode zur richtigen Zeit – individuell, passformgenau und sofort zu haben? Das sind keine Zukunftsvisionen mehr, sondern schon fast Wirklichkeit. Denn die Entwicklung der digitalen Technologien heute ist viel ausgereifter und schneller als die derzeitigen Datenautobahnen in Deutschland es zulassen. Das Internet hat unser Konsumverhalten so massiv verändert, dass auch die Produktion akut nach digitalen Technologien verlangt. Und die sind heute vielfach schon in Entwicklung und Anwendung. Produktionsdaten – ob Farb- oder Material-Informationen – können jetzt schon weltweit in Echtzeit in die Supply Chain kommuniziert werden und exakte Ergebnisse liefern, auch ohne dauernd Labdips hin- und herschicken. Schnell und kostengünstig! Doch noch immer trauen sich nicht alle so richtig an die digitale Transformation im eigenen Unternehmen heran. Darum hat das Deutsche Mode-Institut mit Re'aD das Forum für den digitalen Wandel initiiert.

Was ist State of the Art in der Digitalisierung der Supply Chain?

Sich zu informieren, auszutauschen, Zugangsschwellen abzubauen und Fragen zu beantworten sowie das passende Netzwerk zu treffen, dazu hat sich der **Re'aD Summit** schon in seiner zweiten Ausgabe 2018 erfolgreich entwickelt.

Mehr als 200 Interessierte und Experten der Mode-, Lifestyle- und Konsumgüterbranchen wie auch digitaler Technologiedienstleister trafen sich am Donnerstag, den 15. November, beim Gipfel für „**Digitale Produktentwicklung im Netzwerk der Supply Chain**“ in der Rheinterrasse Düsseldorf.

Ein Avatar eröffnete die Veranstaltung – per Videoeinspielung. Um in ein spannendes wie informatives Programm durch alle Prozesse der Supply Chain überzuleiten, welches ebenso kurzweilig wie unterhaltsam von **Stefan Dietz** moderiert wurde.

Die digitale Produktentwicklung im Netzwerk der Supply Chain – von der Messung über die exakte Darstellung und Kommunikation von Farbe bis hin zur 3D Visualisierung des Modells am Rechner – dazu präsentierten Experten und Anwender führender Player der Produktentwicklung ihre neuesten Erkenntnisse und persönlichen Erfahrungswerte. Und schnell wird klar: Das Problem liegt in der Produktion. Hier fehlt oft der Mut, die nötigen Schritte und Investitionen zu machen. Ob aus Angst um Veränderung von Arbeitsplätzen oder mangelndes Vertrauen, gewohnte Strukturen zu verlassen.

„Wir müssen die gesamte Supply Chain in die Transformation einbinden, wenn wir flexibel und wirtschaftlich produzieren wollen.“

Was heute schon geht und was morgen möglich sein wird, verdeutlichte **Daniel Bücher** vom Institut für Textiltechnik der **RWTH Aachen**. *„Wir arbeiten zum Teil noch mit Maschinen auf dem Stand von vor 80 Jahren.“* PLM-Systeme, PDES, CAD – hier habe sich viel getan. Spannende Konzepte wie das Beispiel „Knit for you“ von Adidas zeigen innovative Ansätze, den Kunden mit individualisierten, auf den Körper geschnittenen Shirts im Laden abzuholen. Schnitt, Muster und Farben mit der Software Vidya/Assyst per Drag & Drop in die Designentwicklung zum virtuellen Prototyp – als Anwender neuester Technologien gaben **Birgit Wiech** und **Jule Widmann** spannende Einblicke in die Produktentwicklung in 3D der **Hugo Boss** Womenswear. Und setzen damit richtungsweisende Impulse für die Branche. Die Simulation beinhaltet sogar Fall des Stoffs und Lichteinflüsse. Ziel ist, *„ein Avatar, der Hände hat, Schuhe tragen kann – und wie ein Mensch aussieht.“* Wenn der Online-Kunde sich zukünftig sonntags auf dem Sofa seinen eigenen Avatar in dem Kleidungsstück anschauen könne, senke das auch die Retourenquote.

Vom Analogen ins Digitale geht auch Pantone mit der weltweit meistgenutzten Farbpalette – und baut jetzt auf die digitale Kommunikation ihrer Farben in Kooperation mit ColorDigital. *„Quick access to reference“* – **Francesco Tomasello** und **Dr. Tobias Rausch /X-Rite Pantone** gaben bei Re’ad den Startschuss für **Pantone digital**. *„Gerade bei Brand Colours muss die richtige Farbe auf 20 Materialien gleich aussehen.“*

„Welches Rot hätte ich denn gerne?“

Wie das Real Digital Color Management bei der **MAMMUT SPORTS GROUP** in der Schweiz funktioniert, erläuterte **Julian Jetten** sehr eindrucksvoll – die Umsetzung im Produktionsprozess wie auch die Probleme im Unternehmen. *„Es geht ohne physischen Farbschnipsel.“* 1500 Labdips habe man für die Winter 18 Präsentation hin- und her geschickt. Man müsse Farbe ‚objektiv‘ machen: eindeutige Messwerte, Kommunikation in Echtzeit. Ein verbindlicher Standard für alle. *„Farbe ist kaufentscheidend.“* Labor versus Produktion – **Christoph Bergmann** von **Natific** zeigte am Beispiel seiner Kunden **UNDER ARMOUR**, **LANDS' END**, **LEVI'S** u.a. auf, wie die Farbe in der Färbung selbst mit unterschiedlichen Produktionsstandards so konstant wie möglich wird. Bei **TMC** wurde die alte Druckerei komplett gegen digitale Druckertechnologie ausgetauscht: Mit digitalem Textildruck in der Losgröße 1 reagiert **Ulrich von Glahn** auf den Megatrend Individualisierung.

„Wir müssen zu einem On Demand System übergehen“

Doch bei Re’ad ging es nicht nur um die Technologien selbst – Hard- und Software bis hin zu Cloud basierten Lösungen, um die Digitalisierung in der Bekleidungsbranche voranzutreiben. Auch Fast Fashion und Nachhaltigkeit waren zeitaktuelle Aspekte, die auf dem Podium diskutiert wurden.

„If you are able to produce what the market wants, you need no more discount.“ **Marte Hentschel /SOURCEBOOK** moderierte die interessante Panel-Diskussion „Nachhaltig denken – digital handeln!“, bei der **Holger Max-Lang /LECTRA, Anton Schumann /GHERZI, Anita Heiberg /ZyseMe und Olaf Schmidt /Messe Frankfurt** ihre Standpunkte deutlich machten. *„Not producing for stock but on demand.“*

Um Lieferanten und Kunden online zu vernetzen und mit dem permanenten Zugang zu Materialien und Informationen auf die Ansprüche der Branche zu reagieren, hat die führende Stoffmesse **PREMIÈRE VISION** ihr Messeformat innovativ weiterentwickelt. **Gaël Séguillon** präsentierte bei Re’aD den digitalen B2B Marktplatz.

Best Practice in der Transformation

„Die Digitalisierung ist ein größeres Projekt in den Unternehmen, das kommt, dem kann man nicht entgehen.“ Wie die Best Practice in der Transformation aussieht, verdeutlichte die Diskussionsrunde der Partner der DIGITAL TEXTILE CONNECTION, **Peter Kurth /Epson, Andreas Büdel /Peter Büdel Accessoires, Olaf Kölling /ColorDigital, Dr. Tobias Rausch /x-Rite Pantone und Dr. Andreas Seidl /Assyst.** *„Farbe, 3D, eine digitalisierte Produktentwicklung – das sind große Herausforderungen, das geht nur wenn man es gemeinsam macht.“*

Und damit das Change-Management im Unternehmen gelingt bot die abschließende Dialogrunde allen Teilnehmern – Experten wie auch Besuchern des Re’aD Summit – die Gelegenheit, Fragen zu Stellen, sich auszutauschen und Antworten zu bekommen. Um die Herausforderungen der unabwendbaren Digitalisierung der Branche gemeinsam zu meistern.