

CORPORATE FASHION

UNVERWECHSELBAR DURCH TEXTILIEN

Zahlreiche Markenhersteller haben sich auf den wachsenden Markt der individualisierten Textilien spezialisiert und bieten eine beachtliche Auswahl an modischen Schnitten, Farben und Brandingmöglichkeiten. Wirklich unverwechselbar sind Textilien allerdings nur bei Sonderanfertigung. Wie ein maßgeschneidertes Shirt entsteht, haben wir in vier Schritten dargestellt. Promotion-Aktion oder für den einheitlichen Auftritt seines Teams Corporate Fashion sucht, stößt auf zahlreiche Möglichkeiten: T-Shirts, Polo-Shirts, Caps und andere Kleidungsstücke mit dem eigenen Firmenlogo besticken oder bedrucken zu lassen. Trotzdem – die ganz individuelle Mode, die die Corporate Identity der eigenen Firma eindeutig nach außen kommuniziert, wird idealerweise speziell für ein Unternehmen hergestellt. Bei schwierigeren Aufgaben stößt Ware, die lediglich veredelt ist, an ihre Grenzen.

Die ganz individuelle Mode, die die Corporate Identity der eigenen Firma eindeutig nach außen kommuniziert, ist alleine mit den Mitteln der veredelten Ware von der Stange nicht zu realisieren.

SPEZIALWISSEN FÜR INDIVIDUELLE LÖSUNGEN

Dr. Hagen Dutzi, Geschäftsführer des hochspezialisierten Dienstleisters für Besti-



ckung, Bedruckung und Sonderanfertigung Gidutex International, ist überzeugt, dass nur individuelle Sonderanfertigungen glaubwürdig eine individuelle CI kommunizieren können: "Je konsequenter, kontinuierlicher und klarer das Unternehmen auf allen Ebenen kommuniziert, desto glaubwürdiger und widerspruchsfreier ist sein Image." Deshalb bietet er mit seinem Team seinen Kunden im Werbeartikelhandel das spezialisierte Know-how zwischen Kreation, Handwerk und Corporate Communication und Corporate Fashion. Für das PSI Journal beschreibt er den typischen Workflow bei der Entstehung einer unverwechselbaren Textilie.

SCHRITT 1

VON DER IDEE ZUM ERSTEN DESIGN-ENTWURF

Eine Skizze bildet die Gestaltungsgrundlage für das Design des Shirts. Dabei fließen bereits die wichtigsten Informationen zu Corporate Identity, Einsatzzweck, aber auch Materialqualität und Designwünsche ein. Je genauer das Briefing, desto zielgerichteter kann gearbeitet werden. Folgende Punkte werden abgeklärt:

- Welche CI-Vorgaben sind zu beachten (Farben nach HKS- oder Pantonetafeln, Schriften, Logos, grafische Elemente usw.)? In der Regel fasst das CI-Manual des Kunden alle Vorgaben übersichtlich zusammen.
- Innerhalb welcher Spielräume dürfen Logos und andere Elemente angepasst werden?
- Welche Stoffarten und -qualitäten kommen in Frage? Je nach Einsatzzweck empfiehlt sich zum Beispiel ein 180 g/ qm oder 220 g/qm schwerer Stoff. Die Entscheidung für ein Mischgewebe oder einen Baumwollstoff hängt auch vom Einsatzzweck ab: Wird das Shirt täglich getragen oder nur für vereinzelte Aktionen? Wird es outdoor oder indoor eingesetzt? Kommt es mit Schmutz, Staub und Schweiß in Berührung?
- In welchem Schnitt soll das Polo produziert werden (z. B. tailliert oder nicht)?

- Welche Stoffteile sollen in welchen Farben eingesetzt werden?
- Welche Designelemente werten das Poloshirt auf?
- Soll die Unternehmensmarke als Textilmarke mit eigenem Label eingenäht werden?
- Wird eine Waschanleitung eingenäht?
 In welcher Sprache/welchen Sprachen?
- Wie soll die Knopfleiste gestaltet werden (Anzahl der Knöpfe, verdeckt oder offen, Farbgestaltung...)?
- Werden Logos, Schriftzüge und andere Elemente gestickt oder gedruckt? Die Veredelungstechnik hängt von der Gestaltung und Größe des Logos sowie der Menge der zu produzierenden Textilien ab.

SCHRITT 2

VOM DESIGN-ENTWURF ZUM FREIGABEMUSTER

Ein professioneller Entwurf in einem Grafikprogramm bietet bereits eine detaillierte TECHNIK PSI 2/2009 www.psionline.de

Vorstellung vom Produkt. An diesem Entwurf lassen sich einzelne Details anpassen und verändern. Erst wenn dieses grafische Layout vom Kunden freigegeben ist, erfolgt die Produktion des ersten Freigabemusters. Dutzi weiß aus Erfahrung, dass kein noch so anschauliches Layout die Optik und Haptik eines Musterexemplars ersetzen kann: "Unsere Händler müssen ihren Kunden ein echtes Poloshirt vorlegen. Das vermeidet Missverständnisse und erleichtert die gesamte Kommunikation im Gestaltungsprozess."

OPTIMALE PRODUKTE DURCH DETAILLIERTE ABSTIMMUNG

Nicht selten zeigt sich, dass die Produktion nur eines einzigen Freigabemusters nicht ausreicht. Meist entstehen Ideen und Wünsche in den Details erst am fertigen Objekt. Ob zum Beispiel ein Schlitz an der Seite zum Gesamtbild passt oder nicht, ob die Proportionen der einzelnen Designelemente stimmig sind oder wie das Ärmelbündchen gestaltet sein soll, kann man oft nicht am PC entscheiden. "Nach der Produktion des zweiten oder dritten Musters haben wir uns in der Regel dem Ideal so angenähert, dass die finale Freigabe erfolgen kann. Vorher gehen wir nicht in die eigentliche Produktion", erklärt der Fachmann. In dieser Phase ist eine eindeutige Kommunikation zwischen Händler und Kunde das A und O des gesamten Prozesses. Davon sind schlussendlich die gesamte Qualität und damit die Kundenzufriedenheit abhängig.

Tipp: Nehmen Sie sich Zeit für detaillierte Absprachen. Lieber ein Telefonat mehr führen, als im Nachhinein ein Missverständnis korrigieren zu müssen.

SCHRITT 3

VOM FREIGABEMUSTER ZUR SERIEN-PRODUKTION

Sobald anhand des letzten Musters die schriftliche Freigabe des Kunden erfolgt ist, können die individuellen Designstücke produziert werden. Die Spezialisten bei Gidutex haben in dieser Phase bereits die dafür geeignete Näherei und Stickerei bzw. Druckerei ausgewählt und gebrieft.





Die Herstellung von Textilien gehört in professionelle Hände.



Wichtig für gelungene Sonderanfertigungen: Die kontinuierliche Abstimmung mit dem Kunden.

Je nachdem, für welche Veredelungstechnik, welche Motivgrößen und welches Produktdesign man sich entschieden hat, wählt Dutzi unter seinen verschiedenen Kooperationspartnern im In- und Ausland den geeigneten Spezialisten für die Produktion aus.

VERLÄSSLICHE PARTNER GARANTIEREN QUALITÄT

"Bei aufwändigen Sonderanfertigungen greifen wir auf Partner zurück, die sich in diesen Bereichen spezialisiert haben und die sich durch hohes Know-how auszeichnen.

Ausgebildete Fachleute müssen Stoffe einfärben, zuschneiden und veredeln können.

Da reicht eine leistungsfähige Großmaschine für große Stückzahlen nicht aus. Hier sind echte Profis mit Spezialwissen und modernste Technologie am Werk. Zudem muss die gewünschte Menge an Textilien mit den Produktionskapazitäten übereinstimmen, damit Qualität, Lieferzeit und Preis stimmen", beschreibt Dutzi die Auswahlkriterien.



GIDUTEX INTERNATIONAL GMBH

- Spezialist für Bestickung, Bedruckung und Sonderanfertigungen von Corporate Fashion sowie textilen Werbeträgern
- Firmengründer und Geschäftsführer: Dr. Hagen Dutzi
- Acht fachlich ausgebildete Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, darunter zwei Auszubildende

GIDUTEX International GmbH Von-Beckerath-Str. 22 47799 Krefeld, Tel.: +49 2151 56908-00 info@gidutex.de www.GIDUTEX.de

SCHRITT 4

QUALITÄTSKONTROLLE, LOGISTIK UND LAGERHALTUNG

Nicht selten werden die individuellen Sonderanfertigungen an verschiedenen Standorten, teilweise im In- und Ausland, produziert. So gehört es selbstverständlich zum Service für den Werbemittelhändler, auch die gesamte Logistikdienstleistung zu übernehmen. Dies schließt die erneute Kontrolle der Qualität, der Stückzahlen in den gewünschten Größen und der Versandadressen ein. Innerhalb der vereinbarten Lieferzeit erhält schließlich der Kunde an allen Standorten seine Corporate Textilien. Bei großen Stückzahlen empfiehlt es sich auch, die Lagerhaltung zu übernehmen, um schließlich auf Abruf just in time lieferfähig zu sein. So kann schließlich ein einheitlicher, glaubwürdiger Unternehmensauftritt gelingen. Mitarbeitern, Kunden und Geschäftspartnern wird eine Identität geboten, an der sie sich orientieren können und die das Unternehmen einzigartig und unverwechselbar macht. Nach außen genauso wie nach innen.