

JAHRESTAGUNG DER INITIATIVE DIALOG TEXTIL BEKLEIDUNG (DTB)

Entlang der textilen Kette

Bereits 26 Jahre gibt es den Dialog Textil Bekleidung (DTB), einen Zusammenschluss der Modeindustrie. Firmen aus der gesamten textilen Kette finden sich in Arbeitskreisen zusammen, um Fragestellungen zu bearbeiten und Lösungsvorschläge zu erstellen. Zur Jahrestagung in München traf sich die Branche.

►► „Neues Denken – neue Wege“ – unter diesem Motto stand die Jahrestagung des Dialog Textil Bekleidung (DTB) in München im November 2011. Neue Wege geht man in der freiwilligen Industrie-Initiative seit 26 Jahren. So ist eine einzigartige Dialogstruktur entstanden, die innerhalb der textilen Kette vom Rohstofflieferanten bis zum Endverbraucher reicht. Dazu gehören auch die Aufbereiter von Textilien. Geschäftsführerin Anna Nieß pflegt den Kontakt zur Branche und engagiert sich bei der Europäischen Forschungsvereinigung innovative Textilpflege e.V. (EFIT).

Vorstandsvorsitzender Hans Theo Baumgärtel begrüßte die Vertreter der Mitgliedsunternehmen und kündigte personelle Veränderungen im DTB an. Geschäftsführerin Anna Nieß geht 2012 in Ruhestand und gibt ihr Amt an Susanne Paß weiter, die unterstützt wird von Hans-Peter Werminghaus und Monika Scheller. Bei der Vorstandswahl erhielt Anna Nieß mit 58 Stimmen von 59 gültigen die meisten. Vorstandsvorsitzender bleibt für die nächsten drei Jahre Hans Theo Baumgärtel, stellvertretender Vorsitzender Wilfried Bäuning.

Datenflut bei der Beschaffung

Aus der Arbeit des DTB wurden zwei Projekte vorgestellt. Der Arbeitskreis „Sourcing“ beschäftigte sich mit dem komplexen Feld der Beschaffung. Wilfried Bäuning, Leitung Organisation bei der Bugatti GmbH, und Guido Brackelsberg, Managing Director bei der Setlog GmbH, zeigten, welche Wege durch die Informations- und Datenflut in den Seminaren erarbeitet wurden. Sie stellten das Lieferkettenamangement oder Supply Chain Management (SCM) als Lösung zur Verbesserung der Effizienz und Effektivität der Wertschöpfungskette vor.

Außerdem präsentierte Nicole Schröder, Leitung Qualitätswesen bei der Freudenberg Vliesstoffe KG, den Leitfaden zur Fixiertechnologie als Ergebnis eines DTB-Projekts. Die erarbeitete Broschüre soll Hilfestellung bei der Überprüfung der Einstellparameter wie Druck, Fixierzeit und Temperatur geben sowie zur Wartung und auch Pflege.

Ein Höhepunkt war der Vortrag von Dieter Braun, geschäftsführender Gesellschafter von Triumph International. Braun wurde 2011 für seine Lebensleistung und die Weiterentwicklung des Familienunternehmens mit der Otto-Mecheels-Medaille der Hohenstein-Institute ausgezeichnet. Er berichtete von 125 Jahren Triumph International mit Höhen und Tiefen. Alles begann mit der Gründung des Unternehmens durch seinen Großvater, Michael Braun, und J.G. Spiesshofer im Jahr 1886 in Heubach. Zunächst ging es vor allem um die Herstellung von Korsetts, zu Beginn des

21. Jahrhunderts dominiert dann vor allem der Büstenhalter, kurz BH. Es folgt die Verbindung zwischen Oberbekleidung und dazu passender Unterbekleidung (Miederwaren). Aktuelle Entwicklungen sind Push-up-BHs, ein Artikelprogramm für Teenager mit „Bee Dees“ sowie einem praktisch nahtlosen BH.

Erfolgskonzept von Triumph International

Triumph hat über die Jahre in die ganze Welt expandiert. Im Jahr 2010 hatte das Unternehmen einen Gesamtumsatz von 1,7 Milliarden Euro und 37.500 Beschäftigte. Das Erfolgsrezept fasste Braun wie folgt zusammen: „Ein Unternehmen muss sich stets der Zeit anpassen und immer wieder neu erfinden. Dabei sollte jedoch das Bewährte der Vergangenheit übernommen, ggf. modifiziert und mit neuen Ideen und Erfordernissen der Zukunft kombiniert werden.“ Voraussetzung dafür seien qualifizierte und motivierte Führungskräfte und Beschäftigte. „Unser größtes Kapital im Unternehmen sind unsere Mitarbeiter mit ihrem Fachwissen, ihrer Erfahrung“, so Braun.

Vom High-End-Fashion-Cluster berichtete Jan Hilger, Director Operations bei Escada. Er forderte, soziale Netzwerke über Firmenzwände hinweg zu nutzen und damit Synergien möglich zu machen. Als Beispiele führte er Innovationspools, ein Pooling von Technikexperten sowie einen Kapazitätsabgleich auf. Ein Austausch zwischen den Clustermitgliedern zu diesen und ähnlichen

INFORMATION | SUSTAINABLE APPAREL COALITION

Neuer Nachhaltigkeitsindex

Kilian Hochrein von der W.L. Gore & Associates GmbH stellte auf der Jahrestagung des DTB einen neuen Nachhaltigkeitsindex vor. Die sogenannte „Sustainable Apparel Coalition“ ist kein Label, sondern eine globale Initiative. Hier sollen Unternehmen Antworten auf Fragen finden wie „Wo fange ich an in Sachen Nachhaltigkeit tätig zu werden?“, „Was frage ich meinen Lieferanten?“, „Was wollen die Kunden wirklich wissen?“, „Was soll ich als nächstes tun?“. Die Leitsätze bei der Entwicklung des Indexes waren u.a. eine greifbare, messbare Wirkung, Verhaltensänderung, kontinuierliche Verbesserung sowie fundierte und glaubwürdige Argumente. In der Version 1.0 besteht der Index aus zwei Bausteinen, dem OIA-Eco-Index und einem Öko-Design-Tool. Später sollen auch Sozialindikatoren aufgenommen werden.

Infos: www.apparelcoalition.org



Susanne Paß (li.), Anna Nieß und Hans-Peter Werminghaus vom DTB freuten sich über die gut besuchte Jahrestagung. Fotos: Schönhaar



Vorstandsvorsitzender Hans Theo Baumgärtel (Mitte) im Dialog mit DTB-Mitgliedern.

Ideen findet bereits in einem Forum auf der Business-Onlineplattform Xing statt.

Das Trendthema Nachhaltigkeit war Gegenstand zweier Vorträge auf der Jahrestagung. Ronald Focken, Geschäftsführer der Serviceplan Gruppe aus München, erläuterte, warum Nachhaltigkeit für die Markenführung an Relevanz gewinnt. „In Zeiten von Facebook und Co. haben sich Medien, Politik, Gesellschaft und Kommunikation verändert“, sagte Focken. Medien werden anders konsumiert, Individualisierung ist ein weiterer Trend. Im Wertewandel der Gesellschaft ist Ökologie immer wichtiger geworden. Um auf Fragen vorbereitet zu sein, sollte man sich im Vorfeld mit diesem Thema auseinandersetzen, um im Fall der Fälle Antworten parat zu haben, riet der Referent. Dabei müsse man sich im Klaren sein, dass Nachhaltigkeit nicht nur ein Öko-Thema ist. Authentizität, Gemeinschaftssinn, Kreativität und Wertschätzung gegenüber Kunden, Lieferanten und der Öffentlichkeit gehören beispielsweise genauso dazu.

Nachhaltigkeit als Businesskonzept

Drei Masterstudentinnen stellten ihre Arbeit mit dem Titel „Nachhaltigkeit als Businesskonzept in der Textil- und Bekleidungsindustrie“ vor. Katharina Mayer, Anna-Lena Messmer und Linda Müller-Spanke studieren Textilmanagement an der Hochschule Reutlingen. Sie zeigten auf, dass es in der textilen Herstellungskette zahlreiche ökologische Aspekte gibt, die einen nachhaltigen Handlungsbedarf erfordern – von der Rohstoffherzeugung, über die Garnherstellung bis zur Veredlung. Nicht nur Themen wie Wärmerückgewinnungsverfahren bei der Herstellung, sondern auch Investitionen in die Mitarbeiter gehören zu einem nachhaltigen Unternehmenskonzept. Risikomanagementsysteme können mögliche ökologische und gesellschaftliche Risiken verhindern. Viele weitere Maßnahmen sind laut der drei Studentinnen denkbar.

Hans-Peter Werminghaus, Geschäftsführer BTI Gesellschaft für Beratung-Transfer-Innovation mbH, und Prof. Mathias Paas von der

Hochschule Niederrhein beschäftigten sich in ihrem Vortrag mit der „Selbstorganisation von designorientierten Mitarbeitern“. Allgemein gelte die Meinung, Designer hätten eine chaotische Arbeitsweise. „Gerade zwischen Technikern und Designern liegen manchmal Welten“, sagte Werminghaus. Die Referenten präsentierten Lösungsvorschläge für ein besseres Zusammenarbeiten dieser beiden Welten. In einem Live-Versuch zeigte beispielsweise Werminghaus auf einem Tablet-PC, wie man mit elektronischen Post-its und einer hinterlegten Struktur mehr Ordnung auf den Schreibtisch bringen kann.

Ordnung und Effizienz durch Software

Optimierung von Aufträgen und Schnittbilderstellung anhand von Cloud Computing war Inhalt des Referats von Peter Berninger, Produktmanager bei der automarker.com Assyst GmbH. Am Beispiel von „Software as a Service“ (SaaS) zeigte er die Vorteile einer entsprechenden IT-Dienstleistung auf.

Um Mitarbeiterführung ging es im Vortrag von Prof. Dr. Peter Nieschmidt, Prof. em. für Politologie an der FH München. Bereits bei der Jahrestagung 2010 hatte Nieschmidt auf wissenschaftlich fundierte und dennoch humorvolle und einprägsame Weise die Tradition und Zukunft von Arbeit und Führung beleuchtet. Dies kam so gut bei den Teilnehmern an, dass Nieschmidt für einen zweiten Teil eingeladen wurde. Diesmal schlug er den Bogen von den drei Wegen zur Wirklichkeit des Aristoteles bis zu einem Rilke-Gedicht. Führungskräfte sollten ein Gespür für den richtigen Zeitpunkt entwickeln und sich Pufferzeiten schaffen, um den richtigen Moment dann auch nutzen zu können. Das gilt z.B. für ein Lob, das auf keinen Fall zu lange auf sich warten lassen darf. „Man muss beim Teamlob differenzieren“, sagte Nieschmidt, „je nach Mitarbeitertyp mehr oder weniger eindringlich und oft.“ Wichtig hierbei: Vorgesetzte müssen die Vorlieben, Stärken und den Charakter ihrer Mitarbeiter kennen. ◀

Infos: www.dialog-dtb.de