
Eine gelungene Veranstaltung am Puls der Zeit! Das war das Fazit der Besucher*innen zur DTB Jahrestagung 2022. Mit Themen, die die Branche in den aktuellen Zeiten des Wandels bewegen und Speakern, die eindrucksvolle Einblicke zum technologischen Fortschritt gaben, präsentierte sich der DTB – Dialog Textil-Bekleidung e.V. am 29. August 2022 in München.

Unter dem Motto **Digitalisierung entlang der Wertschöpfungskette** lud der DTB – Dialog Textil-Bekleidung e.V. mit freundlicher Unterstützung von MobiMedia Group zur ersten persönlichen Jahrestagung nach zweijähriger Pause ein. DTB-Mitglieder, zahlreiche Interessierte und langjährige Weggefährten trafen sich am Vortag der internationalen Textilmesse MUNICH FABRIC START in München, um bei der Tagung spannende Beiträge anzuhören, mit den Speakern Fachwissen auszutauschen und beim abendlichen Networking, neue Kontakte zu knüpfen.

„Nach der langen, erzwungenen Distanz und den virtuellen Konferenzen endlich wieder eine Präsenzveranstaltung bei der auch Vertreter aus dem Ausland wie der Türkei teilnehmen konnten. Man hat bereits beim Betreten der Tagungslage die positive Atmosphäre und die Freude über das Wiedersehen spüren können. Es war für mich ein weiterer Meilenstein, der gezeigt hat, dass der DTB weit mehr als eine professionelle Vereinigung ist - nämlich ein Branchenfreundeskreis, der es seit Jahrzehnten schafft eine besondere Stimmung von Freundschaft, Partnerschaft und einem konstruktiven Austausch zu kreieren, in der sich Mitglieder und Gäste in ungezwungener Runde über Fach- und andere Themen austauschen können und wollen.“

Jan Hilger, Hilger Consulting - Interim Management, Moderator DTB Jahrestagung

Das Titelthema wurde durch vielfältige Vorträge aus unterschiedlichen Blickwinkeln beleuchtet. Es zeigte sich, dass die Digitalisierung in der Textil- und Bekleidungsbranche noch erhebliches Entwicklungspotential hat. Der größte Antrieb sind dabei die Möglichkeiten der effektiveren Ressourcennutzung und damit das Thema Nachhaltigkeit durch Digitalisierung. Die Referent*innen der Jahrestagung setzten bei den Grundlagen an: Was ist für Firmen im Bereich der digitalen Produktentwicklung heute schon möglich und womit fängt man an? Wo steht der Kunde bei der 3D-Produktentwicklung? Und welche kreativen Prozesse und Ideen gibt es für die Zukunft? Spannend war in diesem Zusammenhang auch das Live-Interview von DTB-Vorstand Roland Schuler, IB Company mit dem diesjährigen Gewinner des Wilhelm-Loch-Preises, Bülent Gazelöglu: Gazelöglu hat für das 3D-Design der Männermode-Linie Windsor ein Baukasten-System entwickelt.

Mit vielen weiteren, konkreten Einblicken in aktuelle Projekte und fachlichem Hintergrundwissen fesselten die Referent*innen ihr Publikum:

„Die Jahrestagung hat bei allen Teilnehmern einen Motivationsschub ausgelöst. Digitalisierung wird nicht mehr auf Abteilungsebene unterstützt, vielmehr ergeben sich die

Rationalisierungseffekte aus der Integration der Prozesse über alle Beteiligten in der Wertschöpfungskette. Das ist Industrialisierung 4.0!

Wir alle haben gemerkt, es muss etwas in unseren Köpfen passieren, nicht nur in unseren IT-Abteilungen. Vielen Dank an den DTB, dass er diesen Themen immer frühzeitig ein Podium schafft."

Hannes Rambold, MobiMedia Group

Die DTB-Jahrestagung 2022 hat gezeigt, dass die Hersteller zunehmend an Digitalisierung in der gesamten Wertschöpfungskette interessiert sind. Aktuell stehen den Neuerungen jedoch trotz großer Motivation häufig noch Investitionsstopps und Besuchsverbote im Weg.

„In der textilen Kette sind die Anforderungen für Bekleidungshersteller heute und zukünftig umfassender als je zuvor. [...] Neben der Kernaufgabe ein gutes Produkt herzustellen, ist zusätzlich ein wachsender Informations- und Regelbedarf in Bezug auf SCM und Nachhaltigkeit abzubilden und nachzuweisen. [...] Des Weiteren muss der klassische Vertrieb mit Order Tools und b2b digitalisiert werden, um schneller, sicherer und über Distanz Aufträge einzufangen, es müssen alle Weichen für den E-Commerce, das Marktplatzbusiness und das Marketing gestellt werden. Parallel muss die IT-Organisation mit PLM/ERP und DAM alle erforderlichen PIM Daten stets aktuell bereitstellen und bedarfs- und kundengerecht mappen. Sind erstmal all diese leistbaren, einfachen Aufgaben erledigt startet der Kollektionsprozess erneut.

Idealerweise werden mit der Erkenntnis der Verkaufsdaten (EDI/API) und KI Daten Modetrends erkannt und sachlich unterfüttert, so dass eine Planung und digitale Produktentwicklung zu einem früheren Zeitpunkt effektiver die physische Produktenwicklung unterstützen und ergänzen kann.

Ebenso wie der Vertrieb den digitalen Zwilling mit dem Kunden teilt, muss zukünftig der Produktmanager und Einkäufer in der textilen Vorstufe die Kollektionsentwicklung digital teilen können. Farbe, Farbabstimmung, Materialien und Produktvisualisierungen in 3D auf realistischen Avataren intensivieren die Produktentwicklung und Kollektionsentscheidung.

Dazu benötigen wir eine „digitalisierte“ Vorstufe mit Textilern, Zutaten und Accessoire-Leuten, sowie IT, CAD, Foto und Render-Spezialisten für digitale Produktinszenierung und -auftritte auf „Messe/Markt-Plattformen“, um in dem Austausch von Farbe, Designideen Material und 3D Visualisierung Unterstützung zu finden und voranzutreiben. Eine Optimierung und möglichst eine Standardisierung sollte in allen Ressorts stattfinden.

.....

Die sich dann daraus ergebenden Chancen für den Verkauf, für die Markteinführung oder das Sourcing heben die Akzeptanz und Effizienz einer Kollektion, reduzieren im Idealfall Penner, Überhänge und Abschriften. Es schließt sich der Kreis mit einer nachhaltigeren Kollektionsentwicklung und marktgerechten Produkten."

Wilfried Bäuning, CDO bugatti GmbH

Alle Speaker sind sich einig, dass zukünftig jeder einzelne Schritt vom Stoff bis in den Handel als digitaler Prozess abgebildet werden muss. Dies bedeutet nicht nur eine komplette Neuausrichtung und -aufstellung aller bisherigen Prozesse, sondern auch eine noch engere Lieferantenanbindung und mehr Transparenz in der Produktentwicklung. Um dies zu gewährleisten sind häufig große Investitionen in neue Technologien notwendig - und spezielles Fachwissen bei allen Mitarbeitern:

„Gelebte Prozesse neu denken und erweitern. Für diesen anspruchsvollen, individuellen, passenden Weg der Transformation einer Marke/Firma und ihrer Mitarbeiter benötigt man ein gutes Netzwerk von Könnern, Praktikern und Visionären zum Austausch, Ansporn und Ausblick - das findet man nur so im DTB. Deshalb ist die diesjährige Jahrestagung aus meiner Sicht unter diesem Motto und Vorträgen ein absoluter Volltreffer gewesen. Vielen Dank.“

Wilfried Bäuning, CDO bugatti GmbH

Der DTB – Dialog Textil-Bekleidung e.V. unterstützt auch weiterhin bei der Wissensvermittlung und dem Austausch. Für das Jahr 2023 werden mit DTB-Vorstandsvorsitzendem Leonhard Kiel, Barth + Co. Spedition GmbH & Co. KG und DTB-Geschäftsführerin Susanne Paß weitere Projekte und Praxistage zum Thema geplant.

Alle aktuellen und geplanten Veranstaltungen finden Sie jederzeit auf www.dialog-dtb.de/events. Weiterführende Informationen zur MobiMedia Group, unserem Sponsor der Jahrestagung finden Sie auf dem DTB-Blog: www.dialog-dtb.de/blog

Der DTB – Dialog Textil-Bekleidung ist das Wissensnetzwerk der Textilbranche und mit seiner fachlichen Expertise der Nummer 1-Ansprechpartner für alle Fragen entlang der textilen Kette. Im DTB sind aktuell mehr als 230 Mitgliedsfirmen organisiert. Das Hauptaugenmerk des DTB-Netzwerks liegt auf den Kernkompetenzen Qualitätsmanagement, Produktentwicklung, Nachhaltigkeit, Sourcing, Digitalisierung und Fortbildung. Mit zahlreichen Webinaren zu tagesaktuellen Themen ermöglicht der DTB regelmäßige Fortbildungen für seine Mitglieder und alle Interessierten.

Pressekontakt: Stephanie Stockerl | Marketing & Kommunikation

06. Oktober 2022

Tel: +49 89 90 13 96 31 | mobil: +49 176 52737875 | Email: stockerl@dialog-dtb.de | www.dialog-dtb.de
Dialog Textil-Bekleidung e.V. | Kapellenstr. 13 | 85622 Feldkirchen