

fashion 02

Das Magazin für Technologie in der Bekleidungsindustrie

Veränderung leben

Neun Marktführer erklären,
wie man es richtig macht.

Mehr Druck? Na und!

Lassen Sie sich von Oui,
Holy Fashion Group und
HUGO BOSS inspirieren.

Rekordverdacht

So haben Sie CAD, PLM & Co.
noch nie erlebt!

assyst

„Wir müssen etwas verändern, sonst ändert sich nichts.“

Bei Betty Barclay hat diese Tatsache vor einigen Jahren einen grundlegenden Veränderungsprozess ausgelöst. Das wichtigste Ergebnis davon war: Wir denken heute anders als früher.

Am Anfang der Veränderung standen für uns keine konkreten Ziele, sondern eine positive, dynamische Haltung und hoher Erfolgswille. Wir wussten damals, die Zukunft sieht anders aus. Aber wie, das war uns bei Weitem nicht klar. **Die Offenheit für Neues ist es, die unseren Weg ermöglicht hat. Und dieser Weg hat uns einiges beschert.** Zum Beispiel Handelserfahrung in eigenen Shops und die damit verbundene Kundennähe, Geschwindigkeit und Flexibilität.

Heute können wir uns ganz genau vorstellen, was unsere Kundinnen gerne tragen (und kaufen) wollen. Unsere Kollektionen sind jetzt schlanker und entschiedener. Unser Profil ist klarer. Wir sind beweglicher und können Trends gut aufgreifen. Das gefällt auch dem Fachhandel.

Dieselbe Klarheit und Entschiedenheit wünsche ich mir auch für unsere Technologielandschaft. Technologie soll unsere weiteren Pläne und unsere Dynamik unterstützen. Am besten ganz einfach.

Ich bin gespannt, was fashion 02 und assyst in den kommenden Jahren dazu in der Branche anregen werden.

Ihr Klaus Uhl
Geschäftsführer
Betty Barclay

„Technologie ist (nicht) alles.“

Wenn man das Thema Veränderung in der Bekleidungsbranche anspricht, zeigt sich enormer Enthusiasmus. Und das hat uns sehr motiviert. Wir haben viele packende Gespräche geführt und viel dabei gelernt. „Sich neu erfinden, moderner werden und dabei Tradition bewahren.“ Dieses Thema ist so vielfältig und spannend, dass wir ihm jetzt auch eine ganze Ausgabe unseres Magazins widmen.

In fashion 02 dreht sich alles darum, wie Sie Ihr Unternehmen besser machen können. Wir zeigen Ihnen Beispiele dafür, aber keine vorgegebenen Wege. Denn es gibt viele Möglichkeiten, um Kollektionen schneller zu entwickeln oder flexibler im Markt zu agieren. Für die einen wird möglicherweise alles anders, für die anderen ändert sich vielleicht nur ganz wenig.

Die beste Lösung hängt nicht nur von optimalen Prozessen und Technologien ab, sondern auch von der Kultur und den Mitarbeitern. Aber in jedem Fall brauchen Sie Technologie, die Ihrem Weg folgt und sich deshalb auch ganz individuell einsetzen lässt. Und dafür müssen Technologieanbieter und Bekleidungshersteller eng zusammenarbeiten. Auch hier steht also ein Veränderungsprozess an: diesmal auf beiden Seiten.

Viel Spaß beim Lesen.

Ihr Dr. Andreas Seidl
Geschäftsführender Gesellschafter
assyst und Human Solutions

Zukunft

- 6 **Veränderung. Mode machen heißt Wandel leben.** Aber wie funktioniert Fortschritt in der Bekleidungsbranche wirklich? Eine Standortbestimmung von Dr. Andreas Seidl.

- 9 **Strategie bei Ahlers und Rofa**

Best Practice Fashion

Benchmark

- 10 **CAD anders gedacht.** In Ihrem CAD-System steckt jede Menge Potenzial, zum Beispiel beim CAD-Management.

- 13 **Was ist dran am neuen cad.assyst 20.11?**

- 14 **Ihr Fashion-Horoskop.** Das kommt in 20.11.

- 16 **Welche technischen Möglichkeiten bringen uns weiter?**

CAD & Grading bei Bogner.

Best Practice Fashion

- 18 **Intelligente Datenkonvertierung x 3**

Impulse

- 20 **Prozesse zum Anfassen.** Mit PLM GoLive definiert assyst Product Life Cycle Management neu und zeigt PLM von seiner schönsten Seite.

- 22 **GoLive. Entdecken Sie die Fashion-Welt neu!**

- 24 **Auf der ganzen Welt – PLM wie zu Hause**

- 26 **Sind Sie reif für GoLive?**

- 28 **Go Retail – gemeinsam sind wir besser.** Zwei Versandhändler arbeiten Hand in Hand.

- 30 **Wie stärken wir unsere Teams und entlasten unsere Mitarbeiter?** PLM bei Vaude.

Best Practice Fashion

- 32 **Der Kunde ist König.** Wirtschaftlichkeit im Produktmanagement bei der Holy Fashion Group.

Best Practice Interview

Querschnitt

- 34 **Legen ist Ansichtssache.** Strukturiert legen, aber automatisch? So können Sie Ihren Qualitätsansprüchen freien Lauf lassen.

- 36 **Strukturiertes Legen mit Rubberband – Generation 20.11**

- 37 **Wie rapportfest sind Sie?** Machen Sie den Test.

- 38 **Hält automarker, was es verspricht?** Ahlers berichtet.

Best Practice Interview

- 40 **Der ganz normale Service.** Supportalltag bei assyst.

- 42 **Frische Ideen.** Die neue Funktions-Kollektion von autocost.

- 44 **Freiraum für Erfolg.** Technologie und Zeitersparnis bei Oui.

Best Practice Interview

Fokus

- 46 **Die Passform-Macher.** Einst SizeGERMANY-Lenkungskreis, jetzt aktives Branchengremium. Unternehmen wie Elégance oder Neckermann arbeiten nach der Reihemessung engagiert zusammen.

- 48 **Mitmachen statt zuschauen.** SizeGERMANY öffnet sich für Neueinsteiger.

- 50 **1 : 0 für die Passform.** Mit einem durchgängigen Prozess wird aus den neuen Körpermaßdaten Passform.

- 54 **Wie steigern wir unseren Erfolg in Asien?** iSize, cad.assyst und vidya in der Praxis.

- 56 **Gestalten Sie Prozesse kreativ.** Der Umgang mit Veränderung bei HUGO BOSS.

Best Practice Interview

Maßstab

- 58 **Innovationsimpulse durch Bodyscanner.** Drei Einsatzszenarien für das digitale Vermessen in 3D – von Entwicklung bis Point of Sale.

Innovation

- 62 **Innovation im Anzug.** Falte, Raffung, Plisseé: vidya 20.11 sichert sich einen festen Platz in der Kollektionsentwicklung und erfüllt immer komplexere Visualisierungsansprüche.

- 64 **Simulation & Realität.** Welchen Mehrwert bringt 3D heute?

- 66 **vidya 20.11 im neuen Look**

- 68 **vidya Award. Inspired by fashion**

Panorama

Best Practice Fashion

- 71 **360° Praxiserfahrung.** Neun Marktführer zeigen, was sie mit Technologie bewirken. Mit großem Technologieüberblick.

- 72 **Wie sichern wir die Qualität im Ausland?** CAD & Grading bei s.Oliver.

- 74 **Wie verkürzen wir die Time to Market?** Bodyscanning & MtM bei JK Defence.

- 76 **Wie gewinnen wir Geschwindigkeit und Flexibilität im Kreativprozess?** CAD & Grading bei Brioni.

- 78 **Wie bewahren wir die Rentabilität in der Produktentwicklung?** PLM bei Löffler.

- 80 **Wie sieht unser Kunde aus?** Sizing & Fitting bei Walbusch.

- 82 **Wie können wir Servicequalität und Effizienz verbinden?** Marker Making & Cut Order Planning bei Rofa.

Was denken Sie über Veränderung?
fashion 02 fragt, Entscheider antworten.
S. 84

Veränderung

Mode machen heißt Wandel leben.

Von Dr. Andreas Seidl

Geschäftsführender Gesellschafter, assyst und Human Solutions

Fashion-Unternehmen sind wandlungsfähig. Das haben sie oft bewiesen. Aber diesmal geht es nicht allein um Kostenanpassungen, sondern vor allem um Qualität und Prozesse. Bei vielen Unternehmen steht dafür eine Neuausrichtung mit globaler Tragweite an. Wenn wir wissen wollen, wie diese Entwicklung aussehen kann, müssen wir verstehen, was den Fortschritt in der Branche antreibt. Beginnen wir mit einem der stärksten Auslöser für Fortschritt – Preisdruck.

Als produzierendes Gewerbe setzt die Bekleidungsindustrie bei Kostenoptimierung zuerst in der Produktion an. Manche Branchen investieren dabei schnell und viel in Technologie. Die nähende Industrie unterscheidet sich hier.

Genäht wird immer noch von Hand

Die meisten Arbeitsgänge in der Fertigung lassen sich günstiger manuell als maschinell erledigen. Dafür ist auch kaum Fachwissen erforderlich. Denn im Gegensatz zur Bedienung technischer Investitionsgüter lässt sich

das Nähen relativ leicht erlernen. Selbst bei einer etwas höheren Fehlerquote als im Heimatmarkt bedeuten niedrigere Lohnkosten im Ausland einen entscheidenden Wettbewerbsfaktor.

Statt in Technologie zu investieren, hat sich die Bekleidungsindustrie in revolutionär kurzer Zeit zu einer der internationalsten Industrien schlechthin gewandelt. Die Internationalisierung der Produktion hat sich inzwischen in jedem Preis- und Qualitätsniveau durchgesetzt. Die erzielten Kosteneinsparungen bedeuten heute kaum noch wirksame Wettbewerbsvorteile.

GLOBALISIERUNG
DER ENTWICKLUNG

ERHÖHUNG DER
VARIANTEN

VERKÜRZUNG DER
TIME TO MARKET

INDIVIDUALISIERUNG

PRODUKTSPEZIALISIERUNG

INTERNATIONALISIERUNG

VERTIKALISIERUNG

HÖHER, SCHNELLER, WEITER. DER MARKT TREIBT DIE FASHION-BRANCHE AN – MIT TRENDS, DIE VOR ALLEM DIE PRODUKT-ENTWICKLUNG NACHHALTIG BEEINFLUSSEN.

Der Markt fordert mehr als niedrige Preise

Die aktuellen Trends setzen eine Preisoptimierung voraus, sind aber mehr auf Verfügbarkeit, Vielfalt und Qualität ausgerichtet. Sie spiegeln die Sättigung im Markt und die steigenden Kundenansprüche wider. Heute zählen vor allem: Mehr Kollektionen pro Jahr. Die Erschließung neuer Absatzformen und -märkte. Ein zunehmendes Angebot an Varianten bis hin zur tatsächlichen Individualisierung der Produkte. Diese und andere Anforderungen betreffen meiner Ansicht nach in erster Linie die Produktentwicklung. Denn Bekleidung ist zwar (zumeist) ein Massenprodukt, aber eben doch nicht ganz. Im Bereich Fashion gibt es, anders als in anderen Branchen, keinen wirklichen Produktlebenszyklus. Die Produkte halten (maximal) eine Kollektion lang. Deshalb nimmt die Entwicklung den Löwenanteil an der Prozessdauer, der Wertschöpfung und der Schaffung von Alleinstellungsmerkmalen ein. Entsprechend stark schlägt die Optimierung des Entwicklungsprozesses zu Buche.

Technologie als Wettbewerbsvorteil

Wer in der Produktentwicklung etwas ändern will, muss von anderen strukturellen Gegebenheiten ausgehen als in der Produktion. Hier ist hohe Fachkompetenz gefragt. Die Lohnkosten unterscheiden sich nicht im gleichen Maße wie in der Produktion. Eine Verlagerung ins Ausland, weit weg von der Unternehmenszentrale, lohnt sich nicht. Fashion muss hier ihre wertvolle Manpower möglichst effektiv und effizient einsetzen. Dafür muss sie Technologie als Wettbewerbsfaktor nutzen. Der Standort Deutschland und alle westeuropäischen Länder sind aufgrund des hohen Ausbildungs- und Technologiestands für diese Art der Optimierung prädestiniert. Sogar ausländische Unternehmen verlagern ihre Produktentwicklung mittlerweile nach Deutschland, um davon zu profitieren. Umgekehrt muss wer für internationale Märkte entwickelt, auch die Ideen und Rahmenfaktoren der Zielländer einbinden. Kommunikation, Arbeitserleichterung und Effizienz sind die Schlüsselvorgaben für einen kostenoptimierten Entwicklungsprozess, der auch im internationalen Wettbewerb noch rentabel ist. Hier sehe ich einen großen Vorteil durch Technologie.

Die Produktentwicklung geht neue Wege. Aber welche?

Die steigenden Herausforderungen in der Entwicklung erkennt man gut am Beispiel Speedfashion, also daran, Kollektionen in kürzest möglichen Abständen auf den Markt zu bringen. Die kurze Time to Market wirkt sich

zwar vor allem im Vertrieb aus. Sie wird aber zum großen Teil in der Produktentwicklung realisiert. Denn je höher dort die Produktivität ist, desto schneller können Kollektionen entwickelt und damit verkauft werden. Wichtig sind in diesem Zusammenhang sicherlich die Automatisierung, um Effizienz zu gewinnen, und die Durchgängigkeit von Prozessen, um die Durchlaufzeiten zu verkürzen – bei gleicher Qualität. Gerade die direkte Einbindung externer Partner bringt häufig einen deutlichen Effizienzschub.

Nicht nur die Geschwindigkeit auch die zunehmende Variantenvielfalt verändert die Arbeit in der Entwicklung. Zum Beispiel verschwimmen die Grenzen zwischen Herstellern und Vollkäufern. Eine Kollektion setzt sich heute aus eigenen Entwürfen und aus Zukäufen zusammen. Trotzdem müssen alle Teile ein ganzheitliches Bild ergeben. Das heißt: intensive Vorbereitung und klare Vorgaben an den Produzenten. Es bedeutet aber auch die Integration zweier unterschiedlicher Prozesse (Retail und Entwicklung), die zum gleichen Ziel führen, sich aber vorher deutlich unterscheiden.

Ob Veränderung für ein Unternehmen eine langsame Metamorphose, ein schnell getakteter Neuanfang oder ein strukturierter Wandel ist, hängt jeweils von der individuellen Situation ab. Auch wenn mein Beispiel Speedfashion nicht der richtige Weg für jeden Hersteller ist, zeigt es: Ansätze für Veränderung gibt es genug. Aber welcher verspricht den größten Effekt für das eigene Unternehmen?

Veränderung Schritt für Schritt vorantreiben

Es gibt eine Reihe von Elementen, die Veränderung beflügeln und in die richtige Richtung lenken können. Vernetzung, zum Beispiel in Branchenforen, ist deshalb wichtig für Veränderungen. Mit dem fashion forum und praxisnahen Workshops wollen wir zum Fortschritt in der Branche beitragen. Kundennahe Produkte und technische Innovation können genauso dabei helfen, die richtige Strategie zu finden. Auch dafür arbeiten wir eng mit unseren Kunden zusammen.

Und wie geht es jetzt weiter? Am besten beginnen Unternehmen damit, ihre Stärken und Schwächen auszuloten, ihre Möglichkeiten zu eruieren und zu überlegen, in welchen Bereichen und mit welchen Technologien sie am weitesten kommen. Wir hoffen, die Beiträge in fashion 02 können ihnen dabei helfen.

BEISPIEL: AHLERS Maßgeschneiderte Innovation

Als Innovationspartner entwickeln assyst und der Herforder Bekleidungshersteller Ahlers neue Einsatzszenarien und Softwaremodule. Die ersten Themen: zentrale Datenhaltung im CAD und damit erleichtertes IT-Management sowie die durchgängige Vernetzung aller Tochterfirmen und Standorte mit einem PLM-System – auf Basis eines Referenzprozesses.

VERKÜRZUNG DER TIME TO MARKET

„Wir setzen auf Innovation. Stück für Stück wollen wir gemeinsam mit assyst die Chancen wahrnehmen, die sich mit durchgängigen Prozessen und durch Automatisierung ergeben. Durch die Innovationspartnerschaft können wir von diesem Vorteil – zumindest eine Zeit lang – exklusiv profitieren.“

Uwe Dubbert
Geschäftsführer, Ahlers Zentralverwaltung GmbH

VERTIKALISIERUNG

„Wir haben unsere Abläufe so optimal gestaltet, dass kurze Durchlaufzeiten, hohe Qualität und Rentabilität für uns selbstverständlich sind. Damit haben wir bewiesen, dass wir neue Marktherausforderungen meistern können – sowohl durch das Engagement im Team als auch durch den effektiven Einsatz neuer Technologien.“

Stefan Nasser
Produktionsleitung Europa, Rofa Fashion Group

BEISPIEL: ROFA Erhöhung der Varianten

Rofa denkt weiter. Um immer mehr Varianten zu fertigen und trotzdem rentabel zu arbeiten, richtet sich das Unternehmen neu aus. Die Rofa Fashion Group arbeitet moderner und behält dabei die Liebe zur hochwertigen Mode. Mit autocost und automarker verkürzt man die Durchlaufzeiten in Arbeitsvorbereitung und Produktion, vereinfacht die Kommunikation und optimiert den Materialverbrauch wesentlich.

VERÄNDERUNGSSTRATEGIEN. WELCHE ANSÄTZE FÜR KONSTANTE VERÄNDERUNG GIBT ES? ZWEI UNTERNEHMEN ZEIGEN, WAS SIE WEITERBRINGT.

CAD anders gedacht

Was passiert, wenn man eine bewährte Technologie auf die Überholspur schickt?

ZENTRALE DATENHALTUNG
EFFIZIENTE WARTUNG
EINFACHES UPGRADE
DEZENTRALER ZUGRIFF
LEICHTE INSTALLATION
REMOTE
SAAS
BANDBREITE
PAY PER USE
NETZWERK
LIZENZMODELLE
SCHNITTSTELLEN
CLOUD

Benchmark

Nichts ist so selbstverständlich in der Schnittentwicklung wie CAD. Die Konstruktion von Schnitten am Computer ist ausgeklügelt. Die Funktionalität wird immer ausgefeilter. Mit Automatisierung lassen sich noch neue Akzente setzen. **Aber es geht noch mehr.**

Wirkungsvolle Wettbewerbsvorteile kann man in einem ganz anderen Bereich erzielen: dem IT-Management. Dafür muss man neu über die Organisation der eigenen CAD-Daten nachdenken. Das Erstaunliche ist: Wenn man hier etwas ändert, lohnt es sich richtig. Im CAD-Datenmanagement wird die Startposition für die Effektivität der Zusammenarbeit und die spätere Kostensituation festgelegt – in Produktentwicklung und Produktion.

Nichts ist teurer als Einzelsysteme mit lokalen Daten. Wenn Daten außerhalb der CAD-Software in einer zentralen Datenbank zusammengefasst sind, stehen sie leichter für andere Systeme zur Verfügung. Es bedeutet einen weiteren Schritt in Richtung durchgängige digitale Wertschöpfungskette von der Produktentwicklung bis zur Distribution. Die Daten müssen also verfügbar sein,

und zwar an dem Standort und in den Systemen, wo sie gerade gebraucht werden. Dabei geht es nicht nur um Einzeldateien. **Alle Abhängigkeiten zum Grundschnitt und die lokal vorgegebene Konfiguration müssen erhalten bleiben,** damit der Schnitt auch beim Remote-Öffnen intakt ist und mit den richtigen Einstellungen an den Plotter geht. Wenn das gegeben ist, kann sich die Art der Zusammenarbeit neu entwickeln.

Heute schon ist mit einer zentralen Datenbank auf Systemebene der Zugriff auf die Schnittdateien innerhalb eines lokalen Netzwerks möglich. Auch die standortübergreifende Anbindung überschaubarer Netzwerkbereiche ist damit bereits machbar. **Noch interessanter wird es, wenn die Bandbreiten den Zugriff von allen Standorten oder von unterwegs auf alle CAD-Daten erlauben.**

CAD HAT ES IN SICH. WER AKTUELLE IT-TRENDS IM CAD AUFGREIFT, PROFITIERT VON DURCHGÄNGIGEN PROZESSEN UND REDUZIERT DEN ADMINISTRATIONS-AUFWAND.

Fortsetzung auf S. 12

INNOVATION

HOCHLEISTUNGS-PERFORMANCE
ZUKUNFTSKONZEPTE

DIGITALE WERTSCHÖPFUNGSKETTE

WARTUNGSEFFIZIENZ

FLEXIBILITÄT

COLLABORATION

Fortsetzung von S. 11

Das öffnet Tür und Tor für innovative Zukunftskonzepte mit Cloud, SaaS oder Pay per Use. Denn in letzter Konsequenz können nicht nur die Daten, sondern die gesamte Applikation in privaten oder öffentlichen Netzwerken bereitgestellt werden.

Damit steigt die Produktivität. Aber auch die Flexibilität bei der Wahl der Standorte oder der Anbindung von Partnern. Wenn die Daten aus der Steckdose kommen, braucht man einen (deutlich) einfacheren PC (und natürlich einen Stecker), aber keine komplexe Lizenzierung und keine Hochleistungs-Performance auf Rechnerseite mehr. Ein Partner- oder Standortwechsel bedeutet dann auf der Anwenderseite nur noch „Computer in einem Land ausstecken und im nächsten wieder einstecken“.

Erste Erfahrungen mit diesem Konzept gibt es bereits mit automarker und autocost. In letzter Konsequenz wird so binnen einiger Jahre Collaborative Design möglich: die gemeinsame Entwicklung innerhalb einer Konstruktionsdatei über Standorte hinweg.

So weit ist es noch nicht. Vielerorts fehlt die entsprechende Netzwerkbandbreite für den zentralen Rundumschlag. **Aber das ist nur eine Frage der Zeit, nicht der Software.**

So denken Experten in der Praxis

Gemeinsam mit assyst arbeitet Ahlers an der Optimierung seines CAD-Managements. Ein Meilenstein ist dabei die standortübergreifende Vernetzung. Warum?

Das Ziel:

„Ahlers will Prozesse verschlanken. Es soll keine Rolle mehr spielen, ob ein CAD-Anwender am Hauptstandort oder an einem anderen Standort arbeitet. ‚Our Business first‘, ist assyst zugetragen worden, und assyst arbeitet mit Hochdruck an einer Lösung, die mit der CAD-Anwendung eine zentrale Datenhaltung für Anwender und Administrator komfortabel möglich machen wird.“

Birgitt Berkemann, Projektleiterin, Ahlers

Die Vorteile für Produktionsstätten im Ausland:

„Der unternehmensweite Zugriff auf die CAD-Daten aktueller Projekte würde enorm helfen. Wir könnten Verzögerungen ausschließen und hätten jederzeit Zugang zu den richtigen Daten.“

Irena Falek, Leiterin Modellabteilung, Ahlers

Die Vorteile für die IT bei Ahlers:

„IT-Management als Wettbewerbsfaktor ist für uns ein interessanter Ansatzpunkt. Mit einer zentralen Datenhaltung an unserem Hauptstandort wollen wir auch für CAD die Wartungseffizienz erhöhen und administrative Aufgaben verschlanken.“

Uwe Dubbert, Geschäftsführer Ahlers Zentralverwaltung GmbH



Hält easy-2-install, was der Name verspricht, auch bei einem Großsystem?



Kann man damit Kosten einsparen?



Neues Look & Feel. Wird das den Anwendern gefallen?



Wie funktioniert der dezentrale Zugriff?

Was ist dran am neuen Release?

Wir fragen die, die es wissen müssen. Das Entwicklerteam von 20.11 hat viel zu sagen, macht aber wenig Worte.



Haben Sie eine Lieblingsfunktion, die alle vom Hocker reißen wird?



Wie schnell ist man nach dem Upgrade wieder produktiv?



Wie finden Sie den Datenimport des neuen Release?



Und noch eine letzte Frage: Nähen Sie auch selbst gerne?

Benchmark

Das etwas andere Horoskop – speziell für die Fashion-Welt

Das bringt Ihnen 20.11

Die Sterne meinen es gut mit Ihnen. Merkur und Uranus stehen im gleichen Haus. Das ermöglicht mehr Automatisierung und Arbeitserleichterung. Neue Strömungen kommen durch einen starken Jupiter im dritten Quadranten. Sein Einfluss wirkt sich nachhaltig auf die Optimierung im CAD-Management und die Datenverwaltung aus. Pluto sorgt dabei für Motivation bei der Projektumsetzung und erleichtert Veränderung.

HOROSKOP DES MONATS



Passe
20. Februar – 20. März

Steigern Sie das Selbstbewusstsein Ihrer Schnitte. Die Funktion smart.label steht unter dem Leitstern „intelligenter Schnitt“. Eine Vision, die Sie gemeinsam mit assyst irgendwann erreichen können. Jedem Schnittelement sind dann auch die entsprechenden Eigenschaften zugeordnet. Eine Linie ist also beispielsweise zusammen mit anderen Linielementen eine bestimmte Naht. Sie kann sich an Veränderungen auf Wunsch anpassen und das Verhalten des Schnittes in anderen Anwendungen (vidya, automarker.com) beeinflussen.



Knips
21. März – 20. April

Wundern Sie sich nicht, wenn die anderen Ihr Tempo nicht halten können. cad.assyst 20.11 bringt Ihnen und Ihren Kollegen neue Energie – mit durchgängigen Prozessen und neuen Möglichkeiten beim Konstruieren, Legen und Visualisieren.



Schere
21. April – 20. Mai

Diese Funktion wird in Ihrem Leben noch eine große Rolle spielen. Dezentral können Sie mit cad 20.11 von unterwegs oder aus dem Home Office auf wichtige CAD-Daten zugreifen.



Schnittmuster
21. Mai – 21. Juni

Schalten Sie einen Gang zurück. Das geht, denn mit easy-2-install benötigen Sie weniger technischen Support bei Upgrade und Wartung von cad.assyst.



Saum
22. Juni – 22. Juli

Heute läuft alles glatt. Durch die Integration von PLM, CAD und automarker.com können Sie Grenzen überwinden und endlich über sich hinauswachsen.



Abnäher
23. Juli – 23. August

Der Erfolg wird nicht sehr lange auf sich warten lassen. Sie haben eine kreative Phase und sprühen vor Aktivität. Mit smart.label lassen sich alle Elemente im CAD-Schnitt, wie Linien, Punkte oder Knipse, mit dauerhaften Zusatzinformationen versehen. Das wird eine große Wirkung auf Ihre Schnitte haben.



Garn
24. August – 23. September

Eine Programmumstellung kann dabei helfen, Probleme besser in den Griff zu bekommen. Denken Sie über Datenkonvertierung mit smart.pattern nach. Das könnte ein intelligenter Weg sein, um lästige Routineanpassungen und -prüfungen an den Computer abzugeben.



Paspel
24. September – 23. Oktober

Sie kommen sich gerade vor wie ein Hamster im Laufrad. Machen Sie Schluss damit und schauen Sie sich die neuen Makros und Makrokommandos für smart.pattern an. Durch die smart.label-Funktion können jetzt auch komplexere Makroabläufe (zum Beispiel Futtererstellung) vollständig automatisiert werden – Sie sparen Zeit und erhöhen die Qualität.



Steg
24. Oktober – 22. November

Mit Geschick und einer gründlichen Überprüfung kommen Sie weiter. Durch die neue automarker.com-Funktion, die den Upload in lay.assyst ermöglicht, kann die automatische Schnittbilderstellung individuell pro Schnittbild beeinflusst werden.



Spule
23. November – 21. Dezember

Bleiben Sie locker und versuchen Sie, positiv zu denken. Der Datenaustausch mit cad.assyst 20.11 gibt Ihnen allen Grund dazu. Besonders auf den direkten Import von Investronica-Daten (alle Releases) und den direkten Export in accurmark (bis R7/R8 in Vorbereitung) können Sie sich freuen.



Vlies
22. Dezember – 20. Januar

Verfolgen Sie weiter zielstrebig Ihren eigenen Weg. Das neue User Interface von cad.assyst, lay.assyst und plot.entry erleichtert die Arbeit. Nach einer kurzen Eingewöhnungszeit sind Sie damit effizienter als je zuvor und entdecken auch neue Funktionen, die Ihr (Arbeits-) Leben besser machen.



Cutter
21. Januar – 19. Februar

Darauf haben Sie lange warten müssen. smart.measure vereinfacht die Schnitterstellung auf neue Weise. Messstrecken werden mit smart.label definiert und darauf basierend Maßtabellen ausgegeben, die bei Änderung der Produkte automatisch aktualisiert werden können. So geben zum Beispiel alle Linien „Brustumfang“ automatisch das richtige Maß.

Welche technischen Möglichkeiten bringen uns weiter?

Bogner arbeitet seit vielen Jahren mit assyst zusammen, um seine Geschäftsstrategie mit der richtigen Technologie zu unterstützen.

Eine Bogner-Jacke sieht in jeder Lage gut aus – selbst lässig über die Stuhllehne gelegt. Um diesem hohen Anspruch zu genügen, werden alle Entwürfe bis zum Innenfutter durchgestylt. Die Leidenschaft für Mode und die Liebe zum Detail spürt man bei jedem der rund 1 500 bis 1 600 Modelle, die Bogner pro Jahr entwickelt. Für die Wirtschaftlichkeit sorgt man dabei auch mit Technologie. Konstruiert wird mit cad.assyst und smart.pattern. Gelegt wird mit automarker.

Verankern der Stilaussage

Auch bei der Technologie setzt sich im Hause Bogner die Leidenschaft für Perfektion durch. smart.pattern nutzt Bogner ganz individuell und entwickelt selbst spezielle Makros, die Routinetätigkeiten verkürzen. Neben typischen Futter- oder Einlagenmakros wird die Software zum Beispiel auch zur Konstruktion der Windfänge an Jacken oder Skihosen eingesetzt. Die Bogner-Teams werden entlastet und können sich wieder mehr auf die eigentlichen Kernkompetenzen konzentrieren. Außerdem

hilft das Programm dabei, die einheitliche Stilaussage von Bogner zu dokumentieren und zu festigen. Abteilungsübergreifend arbeiten drei Schnittkonstruktoren an neuen Makros, sichern damit das Wissen der Bogner-Schnittentwicklung und sorgen dafür, dass alle Standards eingehalten werden – in der Entwicklung und in der Fertigung.

„Der Wissensaustausch über die Abteilungen hinweg hat sich durch smart.pattern intensiviert. Unsere Kollegen haben sichtlich Spaß daran, neue Makros zu entwickeln.“

Peter Vogel, Leiter Schnittentwicklung, Bogner

Und Bogner wäre nicht Bogner, wenn das Team nicht schon gedanklich einen Schritt weiter wäre: Eine Wunsch-Funktion ist ein Kontrollmakro, das nicht nur den vorliegenden Entwurf in der Ausgangsgröße, sondern auch die Gradierungen mit überprüft.



BOGNER



Wirtschaftlich arbeiten

Bogner und assyst verbindet eine langjährige Beziehung. Auch die Schnittbild- und Auftragsoptimierung mit automarker und autocost* hat die Premium-Marke schon früh für sich entdeckt und aktiv mitgestaltet. Die Vorteile des On-Demand-Dienstes liegen für Bogner vor allem in der schnellen Reaktionsfähigkeit und in der Zeiteinsparung. Die Datenkonvertierung, zum Beispiel zu Lectra, sowie die Freigabe von Plotterdateien für Partner sind aus dem Alltag bei Bogner nicht mehr wegzudenken, genauso wie das klassische Legen. Von Hand wird heute nur noch ganz selten gelegt, denn die automarker-Qualität stimmt. Für Bogner ein zentraler Punkt. Und deshalb testet man in München jetzt auch die neuen Funktionen zum Strukturierten Legen. Auch hier sind schon weitere Funktionsideen entstanden, zum Beispiel bei der Dokumentation für den Zuschnitt von Rapportstoffen.

Als eines der ersten deutschen Fashion-Unternehmen wechselt Bogner zu cad.assyst 20.10 und drückt bei der Migration – ganz Bogner – auch dem neuen Release von assyst schnell seinen besonderen Stempel auf.

Durch die intensive Zusammenarbeit hat Bogner seine Prozesse optimal mithilfe der Technologie gestaltet. Das Unternehmen gibt wichtige Anregungen zur Weiterentwicklung der assyst-Produkte und profitiert damit selbst von einer Standardsoftware, die quasi maßgeschneidert ist.

Best Practice Fashion

„Jeder Produktionsauftrag wird mit autocost* optimiert, somit bekommen wir immer den geringsten und genauesten Stoffverbrauch, auch wenn wir einen Auftrag mit veränderten Stückzahlen rechnen. Gleichzeitig erhalten wir konkrete Legeanweisungen und Lagenbilder für unsere Produktionspartner. Wir können uns dabei immer auf den Support von assyst verlassen, auch wenn es kompliziert wird. Gemeinsam haben wir so schon eine Menge erreicht.“

Peter Vogel, Leiter Schnittentwicklung, Bogner

*Die Produktnamen cost und autocost wurden 2010 von assyst zu autocost vereinheitlicht.

Intelligente Datenkonvertierung x 3

Neue Maßstäbe im Alltag setzen. Wie bringen Sie Ihre Daten optimal von einem System ins andere? fashion 02 testet drei Wege für Sie.



WEG 01 | FÜR TRADITIONSBEWUSSTE

cad.assyst – das neue Release ist deutlich aufgerüstet, zum Beispiel beim Austausch mit Investronica und accumark. Durch vordefinierte Templates lassen sich die Daten (auch Gruppen von Modellen) mit data.conv partnerbezogen in einem Schritt übernehmen – auch mit Zusatzinformationen, wie Styledefinitionen, Knipstabellen oder Beschriftungen.



WEG 02 | FÜR EILIGE

automarker – von CAD zum Schnittbild, vom Schnittbild zum Plotter oder Cutter. Für die komplexen Wege, die Ihre Daten bis zur Produktion gehen, gibt es automarker. Einfach hochladen und konvertieren. Auf Wunsch liefert Ihnen automarker die Schnittbilder auch im Originalformat von Gerber oder Lectra zum Öffnen in den jeweiligen Legeprogrammen.



WEG 03 | FÜR PERFEKTIONISTEN

smart.pattern – CAD-Programme sind bei aller Konvertierungsliebe nie ganz deckungsgleich. Da fallen Routineanpassungen an. Diese unerquicklichen Aufgaben kann jetzt smart.pattern für Sie erfüllen. Es enthält bereits eine Vielzahl von Makros. Zum Beispiel werden Bohrlöcher automatisch in Kreiselemente umgewandelt.

PLM von seiner schönsten Seite

Prozesse zum Anfassen



Farben sehen, Stoffe fühlen, am Modell arbeiten. Mode muss man erleben können. Ihre Prozesse auch. PLM GoLive von assyst macht sie greifbar – fast so wie eine Kollektion.

GoLive – der Name ist Programm: PLM gewinnt damit an Dynamik und Schlagkraft, kann – strategisch und operativ – den Puls der Produktentwicklung wiedergeben. PLM GoLive verbindet alle Prozessbeteiligten (durchgängig), stellt die aktuellen Informationen (korrekt) bereit, integriert Drittsysteme wie CAD (neu!), Grafikdesign oder ERP und ermöglicht (endlich!) die Steuerung der Kollektionsentwicklung – und das weltweit.

Dabei denkt das assyst-System um. Standardsoftware und Individualkonzepte sind eins geworden. Über zehn Jahre Erfahrung sind in einen Referenzprozess eingegangen, mit dem Unternehmen sofort losarbeiten können. Gedacht wird weiterhin im Modulkonzept, aber auch in regelmäßigen Upgrades. Das wirkt sich einerseits preislich aus, andererseits hat es auch einen positiven Effekt auf den technologischen Standard der GoLive-Kunden mit Wartungsvertrag.

Jetzt Probe-Erleben:
PLM GoLive zum Anfassen
gibt es ab sofort bei assyst

GoLive

Entdecken Sie die Fashion-Welt neu!

Mit PLM GoLive können Sie einiges anfangen: neue Informationstiefe und durchgängige Workflows erleben, etwas Ruhe im hektischen Entwicklungsalltag gewinnen oder die eigenen Ziele neu definieren ... Und nur als Adrenalin-Junkie werden Sie eines vermissen: unnötigen Stress.



Auf die Plätze, sofort los! PLM GoLive basiert auf einem Referenzprozess, der die Produktentwicklung der Bekleidungsbranche vom Kollektionsrahmenplan bis zur Übergabe an die Produktion vollständig abdeckt. Das revolutioniert die PLM-Konzeption der Branche. Denn: Nach Installation und Schulung kann man sofort losarbeiten. Alles in allem etwa zwei Wochen – in PLM-Zeit gemessen ein Wimpernschlag.



PLM genau nach Ihrem Geschmack: Unternehmen investieren viel in die Gestaltung ihrer Prozesse. Deshalb kann man GoLive genauso gut an die Situation im eigenen Unternehmen anpassen wie plm.assist – sogar noch leichter. Dank Referenzprozess steht das System mit voller Funktionalität schon bereit und wartet auf seinen Einsatz. Mit einem klaren Bild vor Augen wird die Prozessoptimierung gezielt und punktgenau. Angepasst wird nur noch, was geändert werden soll. Und durch das Modulkonzept können auch bestehende Systeme schnell erweitert werden.



Pauschal – auf nichts verzichten: Sind Sie erst einmal bei PLM GoLive angekommen, können Sie ruhig etwas länger bleiben. Im Basis-Modul ist der Referenzprozess für die gesamte Produktentwicklung enthalten, der die Abläufe, wie sie in den meisten Unternehmen gelebt werden, gut abbildet. Das heißt: Stammdaten, Materialverwaltung, verschiedene Stücklisten, Sets, Modellbeschreibung, Maßtabellen, Größen, Farben, Memos, Workflow mit Standard-Makros und Bestellverwaltung. Zusätzlich gibt es noch die Module Qualitätssicherung, Programmintegration (CAD, ERP, Corel, Adobe oder XML), Kalkulation, Kollektionsrahmenplan, Remote-Zugriff, beliebig viele Sprachen und Reporting.



Aktiv durchstarten – Management & more: Mit zwei neuen Modulen von PLM GoLive halten Sie das Ruder fest in der Hand. Der Kollektionsrahmenplan definiert die Kollektion – top-down – aus wirtschaftlicher Sicht. Anzahl und Preisniveau der Kollektionsteile werden festgeschrieben. Bottom-up arbeitet PLM GoLive für Sie automatisch – dank der bewährten intelligenten Stückliste, die im Entwicklungsprozess immer konkreter wird und so auch die tatsächliche Preisentwicklung wiedergibt. Kann der Zielpreis mit den erwarteten Produktionskosten noch erreicht werden? Im Reporting-Modul wird genau verglichen. Dafür sorgt die OLAP-Technologie in GoLive, die schnell und einfach grafische Management-Berichte und -Updates ermöglicht.



All inclusive – Erholung pur: Jetzt lässt sich wirklich der gesamte Entwicklungsprozess ganz entspannt im PLM abbilden. cad.assist ist vollintegriert. Das heißt, jede Datei, aber auch die Arbeitsabläufe in der Schnittkonstruktion lassen sich in Echtzeit nachvollziehen und in den Gesamtprozess einbinden.

PLM zu Nebensaison-Preisen: assist-Kunden können sich freuen. Das Standardsystem PLM GoLive gibt es pauschal zu einem deutlich niedrigeren Preis als das Individualsystem plm.assist. Auch wer anpassen will, spart. Denn durch das neue Modulkonzept können Programmierungen wesentlich effizienter ausgeführt werden.



Auf der ganzen Welt – PLM wie zu Hause

Machen Sie Ihre Prozesse grenzenlos – mit einem PLM-System, auf das Sie in jeder Lage zugreifen können, auch wenn Sie nicht am Schreibtisch in einer Metropole sitzen. Um den Funktionsunterschied der drei assyst-Clients zu erkennen, muss man schon sehr genau hinsehen. Denn die Leistungsfähigkeit und das Look & Feel sind so gut wie gleich.



VOR ORT

Desktop Client – plm.assyst. Die Mutter aller PLM-Systeme läuft perfekt auf jedem Desktop (aus diesem Jahrtausend!) und ist auch für den Zugriff über Firmen-Netzwerke wie Citrix optimal geeignet.



OSTEUROPA

Remote Client – wie stationär, aber über das Internet. DSL ist gut. Viele Unternehmen greifen selbst am gleichen Standort mit dem Remote Client über das Internet oder Intranet auf das PLM-System zu und senken so den Wartungsaufwand.



INDONESIEN

Flash Client – einfach über den Browser aufrufen und einloggen. Klappt selbst noch im Internetcafe oder via GPRS übers Handy.



ZUKUNFT

PLM in der Cloud – Mehr Flexibilität, weniger Kosten – daran arbeitet assyst für Sie. Zum Beispiel mit einer Cloud-Strategie, bei der Sie Ihr (individuelles) PLM-System als Service beziehen und nicht mehr in Hardware investieren müssen.

Sind Sie reif für GoLive?

Machen Sie den ganzheitlichen PLM-Test von fashion 02

TEIL 1: Was sagt Ihr Bauchgefühl?

Hand aufs Herz, haben Sie schon bei der letzten Kollektion gedacht: „Nie wieder Excel“?
 Ja Nein

Fragen Sie sich immer häufiger, wie viel Zeit Sie mit dem Zusammenstellen und Kopieren von Vorjahresinformationen verbringen?
 Ja Nein

Fällt es Ihnen leicht, Abläufe immer gleich zu gestalten?
 Ja Nein

Haben Sie manchmal ein ungutes Gefühl beim Versenden des „aktuellen“ CAD-Schnitts?
 Ja Nein

Werden Sie oft von neuen Arbeitsaufträgen „überrascht“, weil Kollegen schneller oder langsamer waren als gedacht?
 Ja Nein

Verbringen Sie Ihrer Meinung nach zu viel Zeit an Drucker, Plotter oder Kopierer?
 Ja Nein

Werden Sie schläfrig, lustlos oder gereizt, wenn Sie nur daran denken, Ihre Prozesse zu visualisieren?
 Ja Nein

Für jedes „Nein“ gibt es einen Punkt.

TEIL 2: Was sagt Ihr Verstand?

Wissen Sie, wie viele Hemden es in Ihrem aktuellen Kollektionsrahmenplan für 39,95 Euro gibt?
 Ja Nein

Wissen Sie, wie viel der aktuelle Entwurf, an dem Sie arbeiten, kostet?
 Ja Nein

Wissen Sie, welche Stoffvarianten für die T-Shirts der Sommerkollektion angedacht sind und von welchem Lieferanten sie kommen?
 Ja Nein

Wissen Sie, ob alle Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen z. B. Farben immer gleich benennen?
 Ja Nein

Wissen Sie, welche Kollegin zuletzt an Ihrem Entwurf gearbeitet hat, als Sie außer Haus waren?
 Ja Nein

Wissen Sie, wann die Produktionsaufträge für Seidenröcke an den Produktionspartner versandt werden müssen?
 Ja Nein

Wissen Sie, welche Qualitätsmängel es beim letzten Prototyp Ihres Lohnfertigers für Hosen gab?
 Ja Nein

Für jedes „Ja“ gibt es einen Punkt.



7 Punkte oder weniger – das rät der Experte:
Ja, Sie sind wirklich reif für GoLive. Denken Sie an die Zeitersparnis, den einfachen Zugriff auf Hintergrundinformationen oder die automatische Kalkulation von Produktionspreisen, und gehen Sie das Thema PLM gezielt an. Es lohnt sich in jedem Fall.

8 bis 12 Punkte – das rät der Experte:
Aha, sind Sie vielleicht ein PDM4CAD-User? Sie haben schon einiges geschafft. Bleiben Sie dran – Sie können sich Ihren Arbeitsalltag noch deutlich einfacher gestalten.

12 Punkte oder mehr – das rät der Experte:
Machen Sie weiter wie bisher. Sie haben wirklich alles im Griff. Vielleicht lassen Sie sich ja von fashion 02 inspirieren und finden neue technische Möglichkeiten, wie Sie noch besser werden können.

Go Retail – gemeinsam sind wir besser

Zwei große Versender – ein Technologiehersteller. Neckermann, Peter Hahn und assyst entwickeln zusammen ein perfektes PLM-System für Vollkäufer.

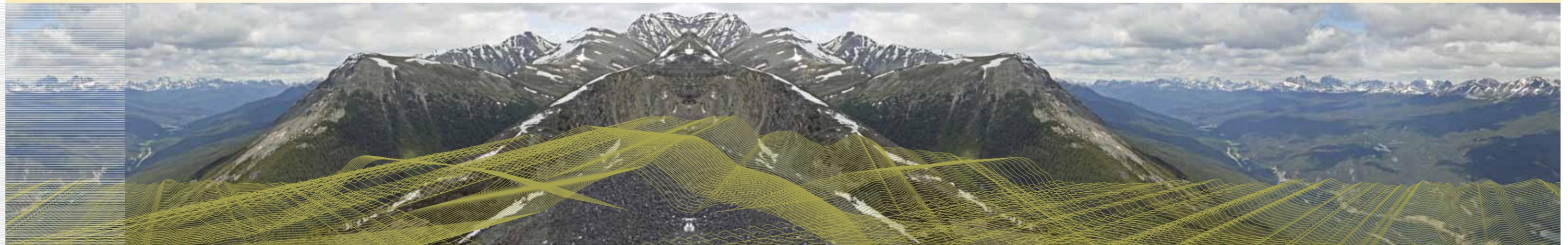
Begonnen hat alles auf dem fashion forum 2010 von assyst. Dort trafen sich die Vertreter von zwei Versandhandelshäusern und kamen ins Gespräch. plm.assyst war für alle erste Wahl, aber eigentlich wollte man mehr. Gemeinsam investieren die zwei Unternehmen deshalb in eine Vollkauf-Edition des Fashion-PLM-Systems aus München. Regelmäßig trifft man sich im extra gegründeten Retail-Arbeitskreis, vergleicht Prozesse und Anforderungen, sondiert bestehende Funktionalitäten und notwendige Erweiterungen. plm.assyst deckt den gesamten Entwicklungsprozess für passive Lohnveredelung ab. Der Arbeitskreis stellt fest: In den Prozessphasen Bedarfsplanung und Distribution & Logistik weichen die Vollkauf-Prozesse deutlich ab. Deshalb wird das System hier angepasst – mit neuen Workflows und Funktionen. Zum Beispiel wird in der Logistik jetzt die detaillierte Verwaltung des Wareneingangs von der Planung über die Warenannahme bis zur Wareneingangskontrolle möglich. Oder in der Bedarfsplanung lassen sich Vorkalkulationen der späteren Margen einfacher durchführen. Der erste Meilenstein des Arbeitskreises ist erreicht: Fachkonzept und Entwicklungsplan stehen fest. Jetzt geht es an die Umsetzung eines Retail-PLM-Systems, das es in der Bekleidungsbranche bisher nicht gab. Die Retail-Edition wird Ende 2011 verfügbar sein.

„Wir investieren Zeit und Geld. assyst investiert Zeit und Geld. Dafür profitieren wir im Markt von einem Zeit- und Kostenvorteil. Mit den neuen Vollkauf-Funktionen in PLM GoLive Retail können wir unsere Abläufe deutlich optimieren.“

Angelika Ehresmann-Schrod
Leiterin Qualitätssicherung Textil
Neckermann

Jetzt einsteigen!
Informationen zur
Teilnahme am
Arbeitskreis Retail unter:
+49-89-90505-0

FAKTOR	FABRIKAT MARGE, MARKANTEIL, MODE		PRODUKT MATERIAL, TECHNOLOGIE, LIEFERKETTE			MARKT KUNDE, VERBRAUCHER, MARKE		
PROZESS	KOLLEKTIONS- PLANUNG	BEDARFS- PLANUNG	PRODUKT- ENTWICKLUNG	BESCHAFFUNG	PRODUKTIONS- VORBEREITUNG	DISTRIBUTION & LOGISTIK	VERKAUF	RETOURE
FUNKTION	<ul style="list-style-type: none"> • Zeit • Farben • Bildarchiv 	<ul style="list-style-type: none"> • Stückzahl • Margen 	<ul style="list-style-type: none"> • Skizze • Vermessung • Spezifikation • Produkt-Stückliste • Kalkulation • Anforderungen • CAD-Integration • Material • Material-Stückliste 	<ul style="list-style-type: none"> • Preisspanne • Angebotsphase • Auswertung • Klassifizierung 	<ul style="list-style-type: none"> • Qualitätsvorgaben • Kontrolle • Überarbeitung • Zeitmanagement 	<ul style="list-style-type: none"> • Qualitätskontrolle • Nachbesserung 	<ul style="list-style-type: none"> • Shop-Planung • Qualitätskontrolle • Nachbesserung • Nachverfolgung 	<ul style="list-style-type: none"> • Shop-Planung • Qualitätskontrolle • Nachbesserung • Nachverfolgung



Wie stärken wir **unsere Teams** und entlasten unsere Mitarbeiter?

Vaude hat gemeinsam mit assyst ein individuelles PLM-System geschaffen, das alle Abteilungen vernetzt.

Vaude-Mitarbeiter wollen neue Produkte entwickeln und die bestehenden noch besser machen. Was sie nicht wollen, ist mühevoller Produktverwaltung und Dokumentation. Dafür setzt man gezielt auf PLM-Technologie. plm.assyst soll entlasten, damit man sich in Tettang auf Produktfunktionalität und hochwertige Kollektionen konzentrieren kann. Wie ein roter Faden – oder besser wie das Sicherungsseil beim Bergsteigen – verbindet das System alle Phasen der Produktentwicklung.

Entlastung in den Abteilungen

So gut wie alle Abteilungen bei Vaude arbeiten mit plm.assyst – sogar Vertrieb, Disposition und Marketing. Im System werden zum Beispiel alle Produktdaten gepflegt,

Prototypen angefordert und beurteilt oder die Materialqualität bewertet. Statt in unzählige Excel-Sheets in jeder Abteilung werden die Daten jetzt nur noch einmal eingegeben – in das PLM-System. Synchronisiert wird per Schnittstelle mit dem Warenwirtschafts- und Produktinformationssystem, das Inhalte für Kataloge und Webshop bereitstellt. Die Abteilung „Bekleidung“ bemerkt die Vorteile bisher am deutlichsten. Hier gab es einen klaren Zeitgewinn. Musste man früher zum Beispiel für ein Meeting zum Thema Preise aufwändig mehrere Excel-Tabellen erstellen, wird heute nur noch der entsprechende Report aufgerufen. Übernimmt man Modelle in die nächste Saison, ist das auch in einer Minute erledigt. Denn das System kopiert automatisch die richtigen Daten.

„Wir tun viel dafür, damit unser PLM-System gut angenommen wird, und unterstützen unsere Mitarbeiter intensiv bei der Nutzung im Tagesgeschäft. Wichtig ist uns, dass dieses hilfreiche ‚Werkzeug‘ im Produktentwicklungsprozess sinnvoll genutzt wird.“

Britta Norwat, Application User Service, Vaude

THE SPIRIT OF
MOUNTAIN SPORTS



PLM mit Charakter

Der Vaude-Anspruch ist klar. Das PLM-System soll die bewährten Prozesse unterstützen, nicht umgekehrt. Die plm.assyst-Lösung in Tettang hat deshalb eindeutig Vaude-Charakter: Eingabemaschinen sind speziell für Vaude entwickelt, die Reports entsprechen genau den Bedürfnissen der Nutzer, und alle produktspezifischen Daten sind berücksichtigt. Durch Workflows wird die Abarbeitung der Produkte dargestellt und die Einhaltung von Timelines vereinfacht.

Nach der Einführung von plm.assyst hat Vaude einen Generationenwechsel im Management, einige Umstrukturierungen sowie eine Bereinigung der Produktlinien hinter sich und ist dabei enorm gewachsen. In Deutschland arbeiten heute über 500 Mitarbeiter für das Familienunternehmen. Weltweit sind es rund 1 500. Auch das Produktportfolio hat sich gewandelt. Die Linie „Urban“ hat mehr modische Komponenten. Vom Bereich „Watersports“ hat man sich ganz getrennt. Das Bike-Programm ist heute deutlich größer und wurde 2010 um Schuhe



ergänzt. Diese Veränderungen werden auch im System abgebildet – mit allen speziellen Anforderungen.

2011 sollen sowohl die asiatischen Mitarbeiter am Standort in China als auch die Produktionspartner und die Agenten weltweit in die „PLM-Seilschaft“ aufgenommen werden. Verbunden durch den neuen Webclient von assyst.

Vaude spiegelt seine Produktentwicklung in plm.assyst und schafft so nachhaltige Vorteile bei Abläufen und Qualitätssicherung.

Best Practice
Fashion

„Unsere große Produktbandbreite ist eine wirkliche Herausforderung für jedes System. Mit assyst ist es uns gelungen, die unterschiedlichen Anforderungen zum Beispiel bei der Entwicklung von Bekleidung, Schuhen oder Zelten parallel abzubilden.“

Britta Norwat, Application User Service, Vaude



HOLY FASHION GROUP

Der Kunde ist König

Die Marken der Holy Fashion Group wollen ihren Kunden ein optimales Lifestyle-Gefühl bieten – und dafür Trends aufgreifen und hochwertige Bekleidung entwickeln. Diese Marktstrategie ist das übergeordnete Ziel für IT-Inhouse-Consultant Susanne Hess und ihre Team-Kollegen. Sie spricht mit fashion 02 über Internationalisierung und Wirtschaftlichkeit im Produktmanagement.

fashion 02: Frau Hess, Internationalisierung war in 2010 ein großes Thema für die Holy Fashion Group. Was hat sich bewegt?

Hess: Wir haben mit assyst daran gearbeitet, die internationale Vernetzung zu erleichtern und dabei noch flexibler zu werden. Nach wie vor nutzen bei uns rund 200 Mitarbeiter plm.assyst, aber inzwischen greift ein Großteil davon mit Remote Clients über das Internet auf die Daten zu. Tendenz steigend. Damit haben wir keine Einschränkungen mehr und binden bequem circa 15 Standorte und Produktionsstätten weltweit über unser PLM-System an. Im Unternehmen wird die Wartung einfacher. Im Ausland reicht ein Internetzugang – egal, ob wir fest bei unseren Partnern arbeiten oder diese nur besuchen.

fashion 02: Und wie bewährt sich das?

Hess: Ein enormer Vorteil liegt beim Reporting für das Kollektionsmanagement. Gerade weil jetzt alle Informationen hochaktuell vorliegen – auch international. Wir werten unsere Daten täglich aus, um den Status der Produktentwicklung engmaschig zu kontrollieren. Dabei managen wir enorme Datenmengen: Mehrere Kollektionen pro Jahr für jede unserer acht Sparten bedeuten einen Durchlauf mehrere 1 000 Fertigteile in diversen Farbausprägungen.

Die Stücklisten hierfür sind sehr komplex – pro Modell sind es im Durchschnitt 100 Positionen. Durch Colouring ergibt sich zudem eine hohe Variantenzahl. Mit diesen Stücklisten begleiten wir mit plm.assyst den Entwicklungsprozess vom Musterteil bis zu Verdopplung und Produktion über alle Unternehmensbereiche hinweg. Dank unseres Systems werden die Daten dort erfasst, wo sie entstehen, liegen sofort vor und sind immer einheitlich.

fashion 02: Ihr Motto ist „Der Kunde ist König“. Strategisch übersetzen Sie das mit Flexibilität und Wirtschaftlichkeit. Und technisch?

Hess: Auf die aktuellen Kunden- und Marktanforderungen müssen wir als Unternehmen mit Flexibilität und Transparenz reagieren. Dies zieht sich durch die gesamte Prozesskette – angefangen von der Entwicklung über das Sourcing, die Herstellung bis in den Verkauf. Änderungen in den Prozessen sind immer mit systemtechnischen Anpassungen verbunden, und dabei spielt bei uns auch plm.assyst als Stammdatenerfassungstool für SAP eine entscheidende Rolle.

In unserer Produktgruppe „Hemd“ haben wir uns aktuell dieser Herausforderung gestellt und die notwendigen Prozesse modernisiert. Um diesen wissensintensiven Bereich nach den neu aufgesetzten Prozessen abwickeln zu können, waren größere Anpassungen und Neuprogrammierungen an unserem plm.assyst notwendig. Die bisher vorhandenen Standardprogramme haben in diesem Fall nicht die notwendige Flexibilität geboten. Unter Flexibilität verstehe ich die wirtschaftliche Entscheidungsmöglichkeit für uns als Unternehmen, zu jeder Zeit von Eigenfertigung auf Fremdbeschaffung wechseln zu können.

fashion 02: Wenn Sie jetzt also ein Hemd für die Marke Tommy Hilfiger fertigen, wie sieht das heute aus?

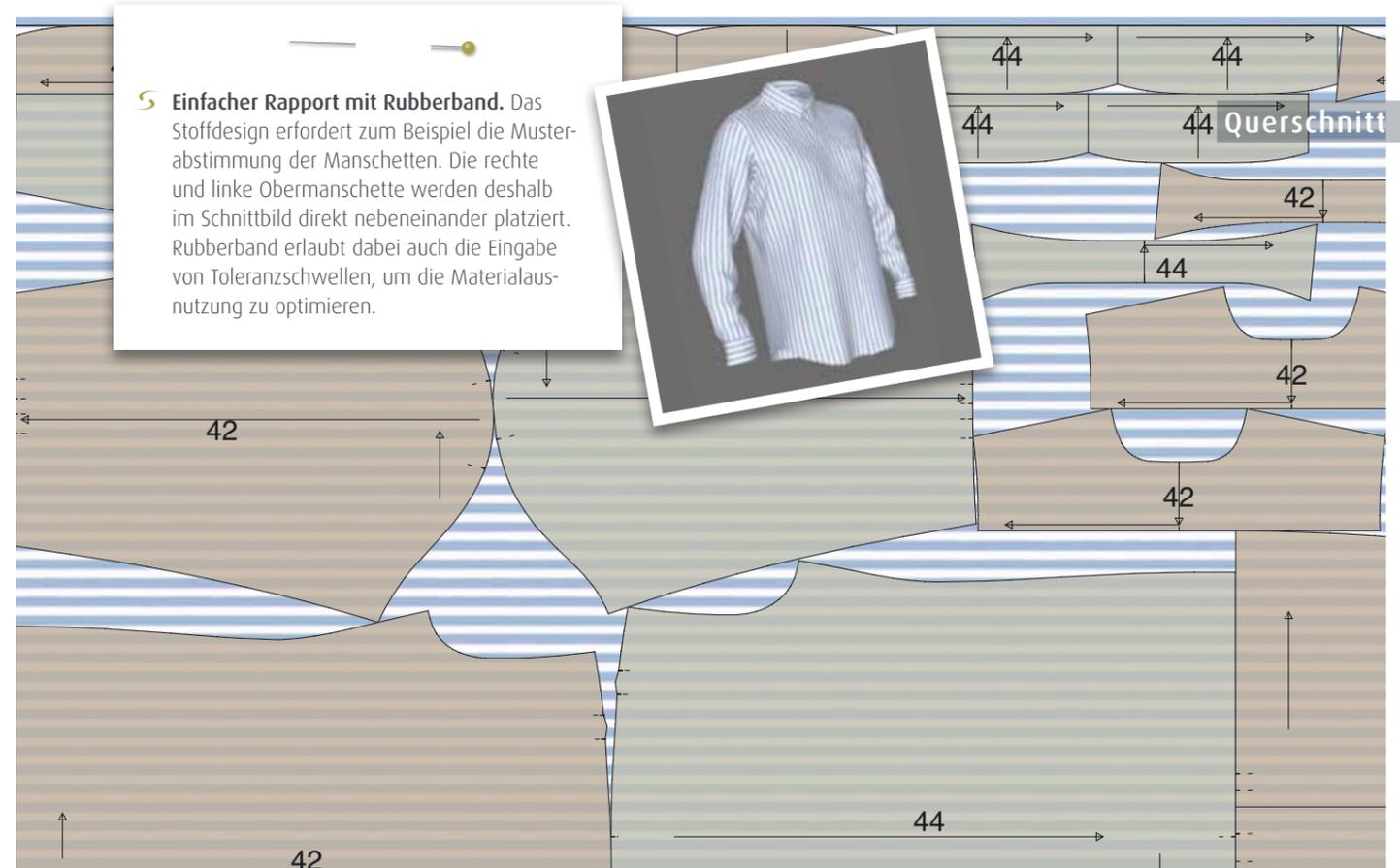
Hess: Design, Schnitt und Vertrieb machen wir komplett inhouse. Mithilfe von plm.assyst und den durchgeführten Programmanpassungen können wir bereits im Entwicklungsprozess allen möglicherweise auftretenden Anforderungen der Produktion – basierend auf den Abverkäufen – gerecht werden. Dies ermöglicht uns, im Sourcing und in der Herstellung wirtschaftlich und zielgerichtet zu agieren. In letzter Konsequenz profitiert davon auch der Endkunde.

fashion 02: Frau Hess, wir danken Ihnen für das Gespräch und wünschen Ihnen viel Erfolg bei den anstehenden Veränderungen.

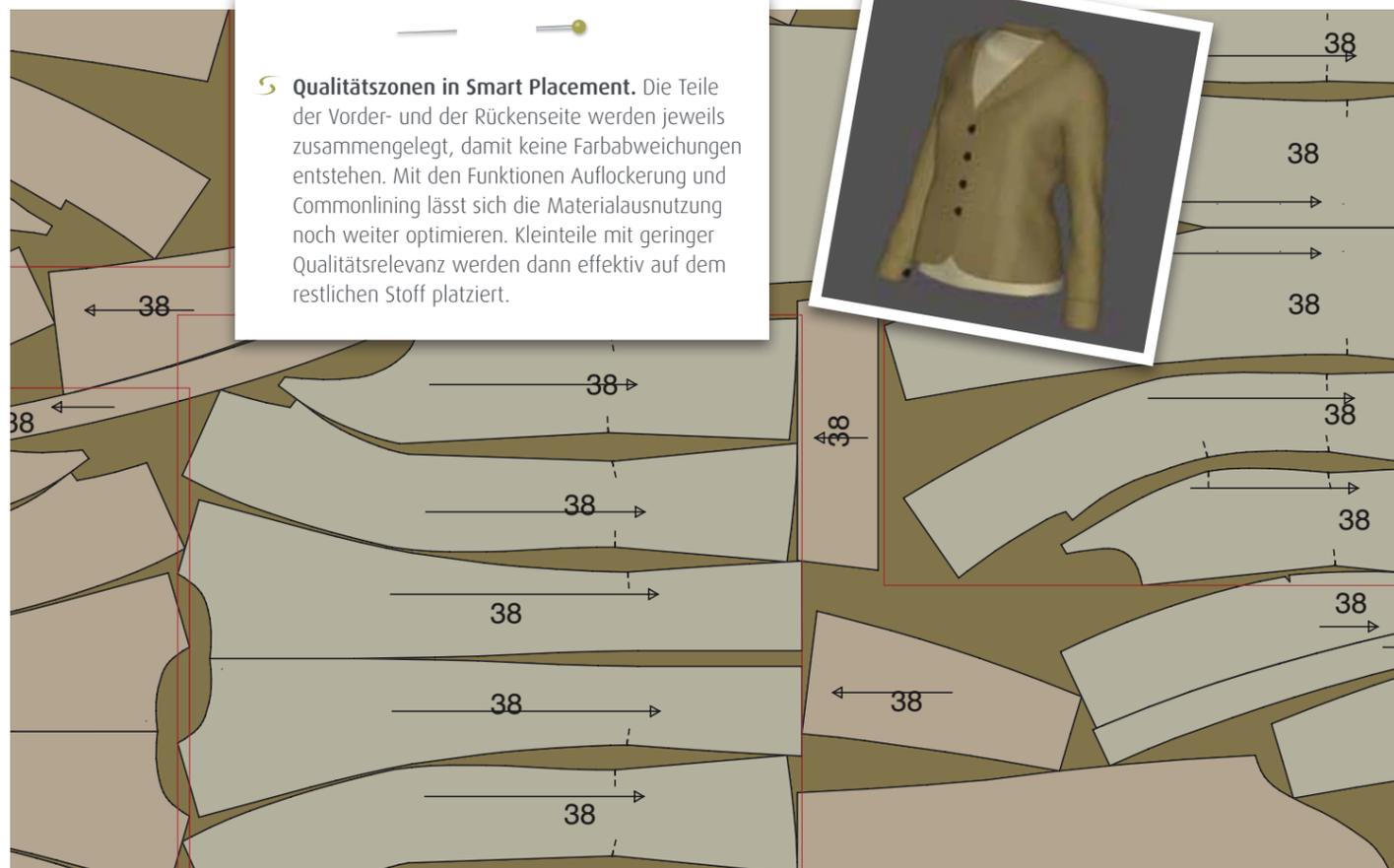
Legen ist Ansichtssache

Das Strukturierte Legen ist ein wichtiger Qualitätsschritt. Hier wird vorgegeben, wie Stoff und Schnitt zusammenwirken sollen. Aber auch, wie hoch der spätere Materialverbrauch sein wird. Mit automarker werden Legeprofis automatisch allen Stoffen und Schnittmustern gerecht und können sogar das eigene Fachwissen als Vorgabe einbringen.

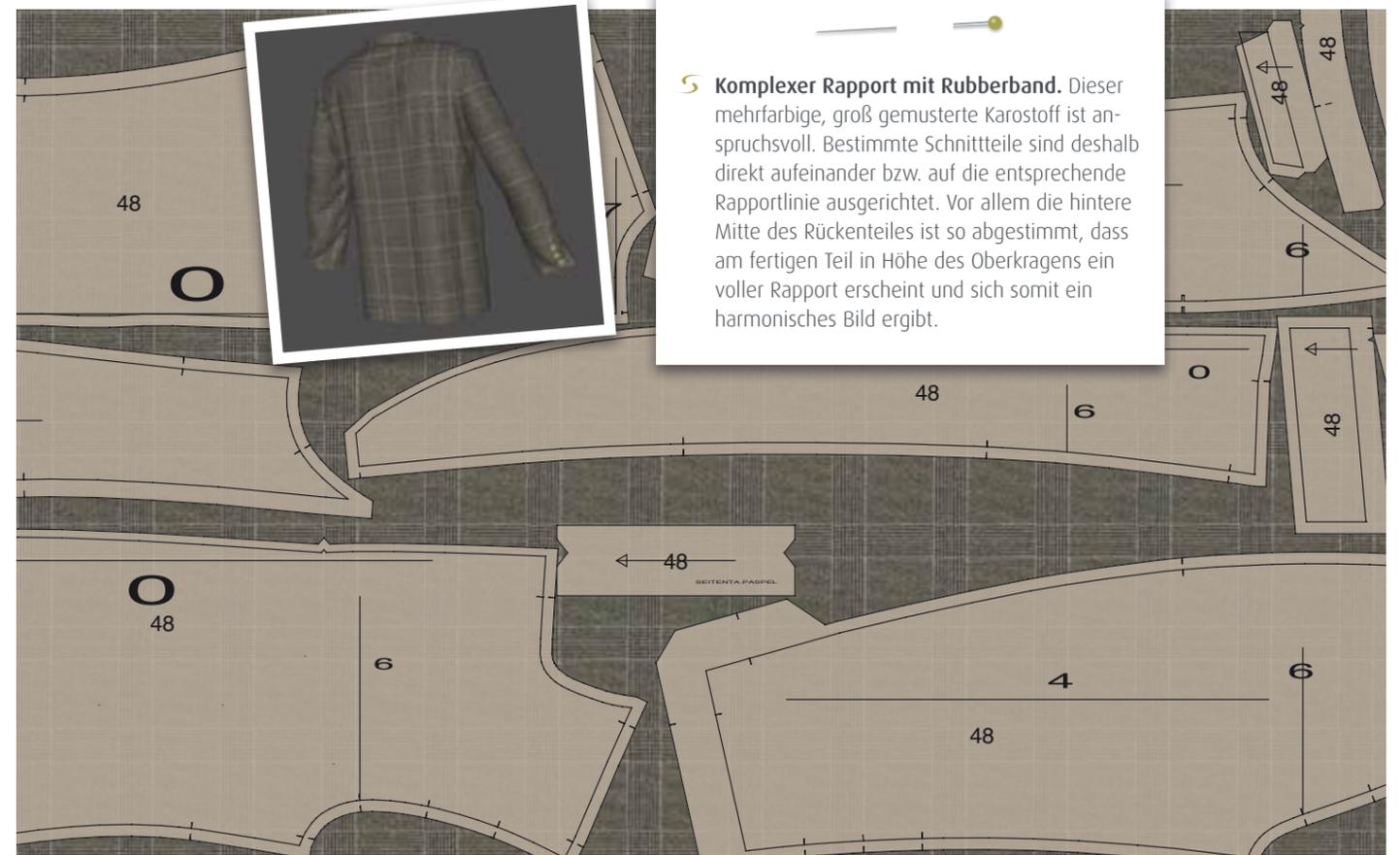
Einfacher Rapport mit Rubberband. Das Stoffdesign erfordert zum Beispiel die Musterabstimmung der Manschetten. Die rechte und linke Obermanschette werden deshalb im Schnittbild direkt nebeneinander platziert. Rubberband erlaubt dabei auch die Eingabe von Toleranzschwellen, um die Materialausnutzung zu optimieren.



Qualitätszonen in Smart Placement. Die Teile der Vorder- und der Rückenseite werden jeweils zusammengelegt, damit keine Farbabweichungen entstehen. Mit den Funktionen Auflockerung und Commonlining lässt sich die Materialausnutzung noch weiter optimieren. Kleinteile mit geringer Qualitätsrelevanz werden dann effektiv auf dem restlichen Stoff platziert.



Komplexer Rapport mit Rubberband. Dieser mehrfarbige, groß gemusterte Karostoff ist anspruchsvoll. Bestimmte Schnittteile sind deshalb direkt aufeinander bzw. auf die entsprechende Rapportlinie ausgerichtet. Vor allem die hintere Mitte des Rückenteiles ist so abgestimmt, dass am fertigen Teil in Höhe des Oberkragens ein voller Rapport erscheint und sich somit ein harmonisches Bild ergibt.



FRAGEN SIE DAS AUTOMARKER-TEAM

Strukturiertes Legen mit Rubberband – Generation 20.11

„Wir haben eine Stofflieferung mit deutlichem Webfehler alle zehn Meter. Für eine Neulieferung ist keine Zeit. Zudem gewährt der Hersteller einen Preisnachlass. Wie können wir den Stoff verwenden?“

Manuela P., Schnittmacherin aus Aachen

automarker: Denken Sie die Webfehler einfach weg. Das geht ganz einfach: Definieren Sie Qualitätszonen (Freiräume) um die Webfehler herum, die nicht „belegt“ werden dürfen. So können Sie sicher sein, dass Ihre Schnittbilder ganz normal gelegt werden und der Webfehler nicht in die Produktion gelangt. Das gefällt bestimmt auch Ihrem Chef.

„Für ein aufwändiges Modell wollen wir einen großen Auftrag fertigen. Dafür haben wir auch neue Mitarbeiterinnen eingestellt. Wie können wir sicherstellen, dass die Bündelsortierung nach dem Zuschneiden optimal erfolgt?“

Andrea H., Produktmanagerin aus München

automarker: Vorsortierung ist die richtige Antwort. Erleichtern Sie den Produktionsablauf durch Legen mit „Bündel pro Bündel“. Dabei können Sie die Reihenfolge der Größen automatisch sortieren oder benutzerdefiniert vorgeben. Zur einfacheren Absortierung können Sie das Schnittbild in Sektionen unterteilen. Weitere Einsatzmöglichkeiten von „Bündel pro Bündel“ sind zum Beispiel Schnittbilder für Schablonen.

„Bei der Abstimmung von Karo- oder Streifenstoffen haben wir viel Verschnitt. Eigentlich zu viel. Wie können wir die Stoffauslastung verbessern? An Qualität wollen wir aber nicht verlieren.“

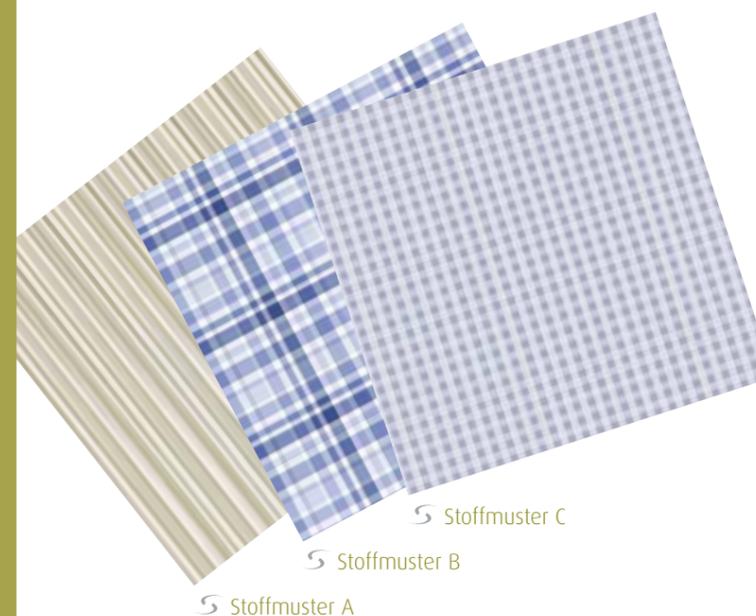
Elmar K., Betriebsleiter aus Hamburg

automarker: Sie müssen nicht alle Teile legen, wie sie kommen. Sie können zum Beispiel Kleinteile, die für den Rapport unwichtig sind, in die freien Räume zwischen die großen Schnittteile platzieren. Das können Sie von Hand tun, aber es geht auch automatisch mit der Funktion Auflockerung.

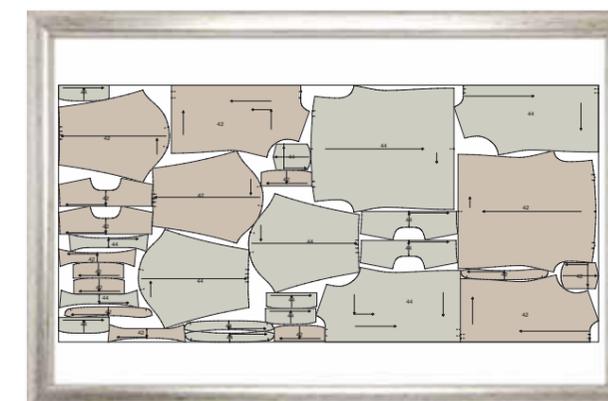
„Meine Kollegen sind total genervt, weil Schnittbilder mit Fixierblöcken immer mit großem Aufwand manuell gelegt werden müssen. Wie können wir unseren Feierabend retten?“

Hans S., Linenmanager aus Düsseldorf

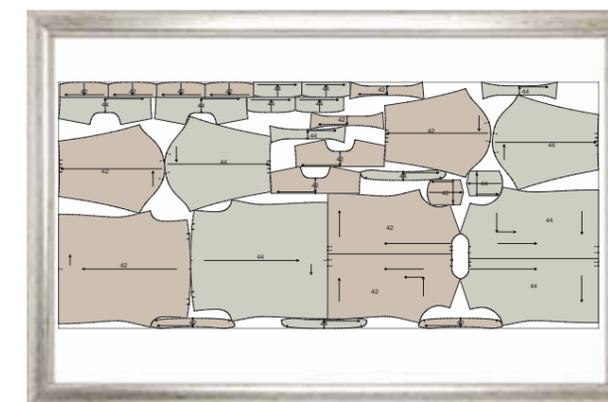
automarker: Nehmen Sie Ihr Zeitmanagement unter die Lupe. Mit unserer Neuentwicklung können Sie jetzt automarker auch für Schnittbilder mit Fixierblöcken benutzen. Lassen Sie sich das entsprechende Profil einrichten, und schon erzeugen Sie Fixierblöcke ganz automatisch. Funktioniert wunderbar und verschafft Ihnen ein bisschen mehr Freizeit.



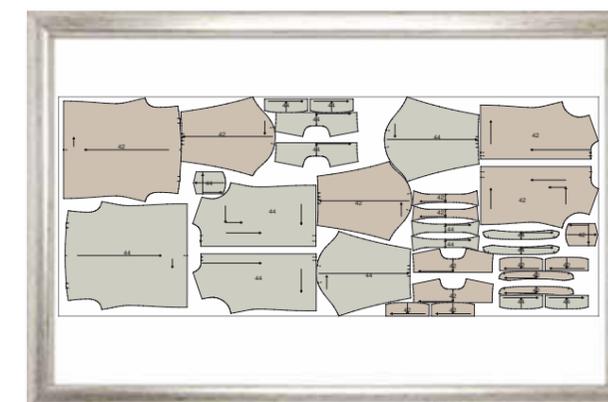
Querschnitt



Lagenbild 1



Lagenbild 2



Lagenbild 3

Welcher Stoff passt zu welchem Lagenbild? Finden Sie es heraus?

Wie rapportfest sind Sie?

Wie werden Sie mit automarker unterschiedlichen Stoffanforderungen gerecht? Egal, ob uni, groß geblümt oder klein kariert: Die Rapportausrichtung in automarker bestimmen Sie selbst – individuell durch die Eingabe der passenden horizontalen und vertikalen Werte. So erzielen Sie kontrolliert bei jeder Art von Muster optimale Ergebnisse – ganz automatisch.

Unser Beispiel zeigt einen Hemdenschnitt – dreimal anders gelegt. Jeweils mit optimaler Materialausschöpfung bei unterschiedlichen Stoffanforderungen. Mit automarker erhalten Sie immer das optimale Ergebnis.

Lösung:
Stoffmuster A = Lagenbild 2
Stoffmuster B = Lagenbild 3
Stoffmuster C = Lagenbild 1

Hält automarker, was es verspricht?

Effektiver arbeiten und weniger Stoff verbrauchen. Das sind wichtige Voraussetzungen, will man in der Entwicklung flexibel reagieren und später in der Produktion Kosten optimieren. Das Serviceportal automarker.com ermöglicht beides und wird von vielen Unternehmen intensiv genutzt. Jetzt bietet das System mit den smart.placement-Funktionalitäten auch Strukturiertes Legen, zum Beispiel die Zuordnung von Teilegruppen oder das Legen von anspruchsvollen Rapportstoffen.

Grund genug für die Ahlers Gruppe, den Einsatz von automarker auf Herz und Nieren zu prüfen. fashion 02 spricht mit Birgitt Berkemann aus der CAD-Administration bei Ahlers in Deutschland und mit ihren Kollegen Ulrich Schmidt und Manfred Wienken am Produktionsstandort Polen.

fashion 02: Frau Berkemann, Sie haben ja schon Erfahrungen mit automarker. Was setzen Sie für den Einsatz in Ihrem Unternehmen voraus?

Berkemann: Wir setzen automarker im Bereich Offenes Legen bereits punktuell ein. Bisher haben wir aber fast nur manuell gelegt. Wenn wir in einem Prozess auf Technologie setzen, müssen wir damit die Praxis abbilden können, sowohl funktionell als auch wirtschaftlich.

fashion 02: Worauf haben Sie im Test besonders geachtet?

Wienken: Für uns war es wichtig, herauszufinden, was mit automarker technisch alles machbar ist. Dabei geht es uns in erster Linie um ein optimales Ergebnis. Der erreichte Stoffverbrauch spielt aber natürlich auch eine große Rolle. Das Testergebnis hat uns nicht überrascht. Unsere Erwartungen wurden in vielen Punkten bestätigt.

fashion 02: Wie sah Ihr Testszenario aus?

Wienken: Wir haben einige unserer von Hand gelegten Schnittbilder gegen automarker ins Rennen geschickt. Die Ergebnisse waren in etwa gleich. Manchmal waren wir ein bisschen besser, manchmal automarker. Mit leichten Anpassungen durch das automarker-Team könnten wir heute aus dem Stand 80 Prozent unserer Aufgaben mit automarker abdecken. An besonders komplexen Qualitätsanforderungen arbeiten wir weiter.

fashion 02: Was fehlt aus Ihrer Sicht noch?

Wienken: In einigen Fällen haben wir sehr spezielle Anforderungen. Zum Beispiel werden an unseren Produktionsstätten unter anderem auch Stoffe mit starken Verläufen und Schattierungen eingesetzt. Das ist noch eine Hausaufgabe für das automarker-Team: automatisch optimale Lagenbilder zu generieren, wenn die Farbveränderungen keinem linearen Muster folgen.

fashion 02: Welche Erwartungen haben Sie an den unternehmensweiten Einsatz von automarker?

Berkemann: Wir gehen von einem großen Vorteil für die Kommunikation mit den Produktionsstätten aus. Gleichzeitig können wir auch über Ländergrenzen hinweg eindeutige Standards definieren – wie gelegt wird. Jeder kommt damit bei einem Lagenbild zum gleichen Ergebnis – egal, ob in Polen, Fernost oder in Herford. Und alle Unterlagen liegen aktuell im System vor.

fashion 02: Herzlichen Dank für das Gespräch. Wir wünschen Ihnen viel Erfolg beim Legen mit automarker.



Test-Steckbrief

Unternehmen: Ahlers AG

Anforderungen: hochwertige Kollektionen zum Beispiel für Marken wie Pierre Cardin, Otto Kern oder Baldessarini

Material: große Bandbreite vom Baumwoll- bis zum Seidenstoff

Muster: vorwiegend uni oder klein gemustert

Methode: Vergleich manuell gelegter Schnittbilder mit automarker

Fazit: 80 Prozent der anfallenden Aufgaben können direkt mit automarker erledigt werden. Für spezifische Anforderungen bei Stoffen mit Schattierungen wird ein individuelles Ahlers-Profil erstellt.



www.ahlers-ag.com

Der ganz normale Service

Wer mit automarker strukturiert legen will, braucht das passende Profil. Und das bekommt er bei Dorothea Isbitzki von assyst. fashion 02 stellt sie auf die Probe – getarnt als Kunde.

SERVICE-PROTOKOLL

DATUM: 1. MÄRZ 2011

BETREFF: PROFIL FÜR HEMD MIT KOMPLEXEM KAROMUSTER

Isbitzki: Guten Tag, mein Name ist Dorothea Isbitzki von assyst. Sie hatten um Rückruf gebeten.
Kunde: Hallo Frau Isbitzki. Schön, dass Sie anrufen. Wir haben uns auf automarker.com registriert und haben auch schon einfachere Schnittbilder gelegt. Jetzt möchten wir das Schnittbild für ein Hemd mit einem großen, mehrfarbigen Karomuster legen. Wie geht es weiter?

Isbitzki: Ganz einfach. Schicken Sie mir ein handgelegtes Schnittbild per E-Mail. Bis es bei uns ankommt, können wir die Rahmenfaktoren für Ihr neues Profil besprechen. Wir setzen danach die Regel für Sie um, und dann können Sie loslegen. Benötigen Sie noch die Datenkonvertierung in ein Lectra-Schnittbild? Und ist der Alys-Plotter in der Produktion noch im Einsatz? Das müssen wir im Profil berücksichtigen.

Kunde: Ja, das stimmt noch. Ich bin jetzt eingeloggt. Und sehe schon das neue Profil mit den zusätzlichen Einstellmöglichkeiten.

Isbitzki: Wunderbar. Worauf kommt es beim Schnittbild an? Welche Teile sollen zusammenliegen?
Kunde: Die Vorderteile sollen Kante an Kante und mit dem Rückteil auf einer Höhe liegen. Der Kragen soll in der hinteren Mitte auf das Rückteil abgestimmt sein, sodass die Spitzen symmetrisch erscheinen. Die Manschetten außen paarig. Innen nicht unbedingt. Wir haben auch eine aufgesetzte Tasche. Die könnte vielleicht im Armloch oder in der Nähe liegen.

Isbitzki: Das können wir alles mit den Rubberband-Funktionen direkt festlegen. Um den Stoff möglichst optimal auszunutzen, können wir zusätzlich beim Legen eine Toleranzskala (wo erlaubt) beim Abstand der Teile zueinander angeben. Der Abstand wird dann individuell zur Effizienzsteigerung genutzt, wie beim manuellen Legen auch.

Kunde: Das klingt gut. Wann können wir das Profil testen?
Isbitzki: Da dies alles Standardfunktionen sind, sofort. Sie können Ihr Profil selbst ändern. Aber bitte melden Sie sich, wenn Sie Fragen haben.

Kunde: Vielen Dank. Das machen wir auf jeden Fall.



Die Funktionalitäts-Kollektion 20.11 ist da: **Frische Ideen**

In 20.11 setzt autocost auf Integration und Arbeitskomfort. Wer wissen will, was ein fertiges Teil, ein Modell, eine Produktlinie oder die ganze Kollektion kosten wird, kann sich freuen. Die neue autocost-Funktionalität ist im Detail überraschend flexibel und trotzdem im Geschäftsalltag bestens tragbar.



autocost und automarker stehen beide auf dem Serviceportal automarker.com zur Verfügung und rücken immer enger zusammen. Das beginnt schon beim **Legen aus autocost** heraus (jetzt inklusive Rückmeldung bei Fertigstellung) oder bei der **Übermittlung des Materialbedarfs ins ERP-System**. Neues zeigt die Auftragsoptimierung im Internet auch bei der **Auftragungsgliederung**: So werden geteilte Aufträge (automatische Teilung nach Warenbreite, Farben, ...) als **Baumstruktur** angezeigt. Die erforderlichen Berichte können getrennt oder kumuliert abgerufen werden. Die Generation 20.11 hat viele Antworten parat: **Materialunterdeckung?** Erzeugen Sie automatisch Restaufträge. Komplette **Partneranbindung** gewünscht? Die Datenfreigabe erfolgt jetzt im Paket mit selektierbaren Einzeldateien. Der Produzent kann die tatsächlich zugeschnittenen Teile rückmelden.

Dazu wartet autocost mit einer **neuen Informationstiefe** auf: Kapazitätsplanung im Zuschnitt, flexiblere Abfrageparameter (z. B. Material), Auswertung nach Produktgruppen, Verkaufszahlen oder Soll-Ist-Vergleich in der Nachkalkulation. Zusätzliche Funktionen machen auch das Arbeiten leichter. Zum Beispiel mit einer **Vorschau auf die gelegten Schnittbilder** (in autocost wohlgemerkt!).

Und das Beste kommt zum Schluss. Mit der neuen Funktion „TakeTheBest“ können Sie **Schnittbilder für das gleiche Modell, aber mit verschiedenen Parametern** erstellen und sehen, bei welchem Szenario Materialbedarf und Kosten für Sie am besten sind.

Unsere Empfehlung: Wer heute gut mit cost arbeitet, wird autocost lieben. Probieren Sie es aus!

Freiraum für Erfolg

Warum in die Ferne schweifen, wenn man auch in Europa produzieren kann? Oui besinnt sich schon seit geraumer Zeit auf seine PLV-Kompetenz. Durch Effizienzsteigerung und Kostensenkung schafft das internationale Familienunternehmen, was andere durch niedrige Lohnkosten in Fernost erreichen – und fährt gut damit. fashion 02 spricht mit Chaim Schipper, Leiter Beschaffung und Produktion bei Oui, über Technologie, Zeitersparnis und Erfolg.

fashion 02: Herr Schipper, wohin entwickelt sich Oui?

Schipper: Schon seit einiger Zeit verstärken wir die PLV und reduzieren den Vollkaufanteil immer mehr. Den Anstoß haben die Veränderungen auf dem asiatischen Markt gegeben. Der wachsende Binnenmarkt macht die Ressourcen dort teurer. PLV wird damit wieder richtig spannend.

fashion 02: Kann sich ein Bekleidungsunternehmen das heute noch leisten?

Schipper: Auf den ersten Blick ist natürlich Fernost immer noch günstiger, wenn man nur die Lohnkosten vergleicht. Aber wir sind schon immer unseren eigenen Weg gegangen. Zum Beispiel senken wir unsere Gesamtkosten durch konsequente Effizienzsteigerung beim Legen und bei der Auftragsoptimierung mit automarker und autocost. Aus qualitativer Sicht lohnt sich die PLV für uns sogar noch mehr als aus Kostensicht. Wir gewinnen nämlich auch den Freiraum, um unserer Handschrift im Markt mehr Nachdruck und Intensität zu verleihen. Bisher bewährt sich unsere Strategie.

fashion 02: Wie sehen Sie die Rolle von Technologie bei Oui?

Schipper: Technologie muss uns helfen, mehr zu verkaufen und uns stärker im Markt zu etablieren. Zum Beispiel durch die Optimierung der Passform oder die Verbesserung des Preis-Leistungs-Verhältnisses. Wir machen zwölf Kollektionen pro Jahr – je sechs pro Saison – und haben dafür zwei Verkaufsrunden. Davor wird es immer hektisch. automarker und autocost sparen dabei viel Zeit ein.

Sie sind immer verfügbar, die Lagenbilder kommen postwendend zurück, wir können unsere Aufträge sofort planen und versandfertig machen. Wir müssen also unsere Ressourcen nicht mehr nach den Lastspitzen vorhalten.

fashion 02: Sie setzen schon seit vielen Jahren cost ein. Jetzt nutzen Sie autocost. Wie war die Umstellung?

Schipper: Die Umstellung war wirklich gut zu machen. autocost ist wesentlich komfortabler in der Handhabung und hat mehr Funktionen. Die Materialeinsparungen mit cost waren enorm. autocost schließt da nahtlos an. Der Austausch mit unterschiedlichen CAD-Releases ist wesentlich besser. Auch die Remote-Fehlerbehebung bzw. der Support spart viel Zeit, die wir sonst im Leerlauf verbringen würden. Zu Spitzenzeiten können mehrere Mitarbeiter parallel zugreifen – auch aus dem Home Office. Es gab also für uns eine Reihe guter Gründe für den Wechsel vom stationären System zum Internetportal.

fashion 02: Und Ihre Wünsche für die Zukunft?

Schipper: Unser Ansatz ist ganz pragmatisch. Alles, was unsere Effizienz steigert, ist gut. Da geht es oft um Kleinigkeiten, die aber eine große Wirkung haben. Zum Beispiel würde uns allein die zusätzliche Beschriftung der Lagenbilder mit Modellnummer und Modellbezeichnung viel Arbeit ersparen. Deshalb arbeiten wir mit assyst. assyst hört uns zu und macht das möglich, was uns hilft, besser zu werden.

fashion 02: Herr Schipper, uns hat das Gespräch viel Spaß gemacht. Vielen Dank. Wir wünschen Oui alles Gute und viel Erfolg weiterhin!

Die Passform-Macher

Das sind sie. Diese Frauen und Männer vertreten die 20 Unternehmen des Lenkungs-kreises von SizeGERMANY und damit einen Großteil des deutschen Fashion-Marktes. Dabei kommt es nicht auf Kundensegment oder Produktstrategie an. Passform betrifft alle. Und so sitzen die Produkt- und Schnittverantwortlichen von Otto oder Neckermann neben Lidl und Elégance, um gemeinsam das Thema Passform weiter nach vorn zu bringen.



Die Ergebnisse der ersten digitalen deutschen Reihenmessung haben den Kunden und die Branche wieder ganz eng zusammengebracht. Längst liegen alle Maßdaten aus SizeGERMANY vor. Das Projekt ist eigentlich abgeschlossen. Der Lenkungs-kreis aber existiert in gleicher Besetzung weiter. Aus dem ursprünglichen Kontrollausschuss ist ein höchst aktives Branchen-gremium geworden. Jetzt geht es darum, wie in der

Praxis aus den neuen Körpermaßdaten Passform wird. Zum Beispiel durch andere Passformstandards und neue Werkzeuge für die Arbeitsabläufe der Fashion-Branche. Ein wichtiger Punkt dabei: Die SizeGERMANY-Daten soll es nicht nur im Computer geben. Ein Arbeitskreis widmet sich deshalb ganz dem Thema Büsten. fashion 02 war dabei, als die erste Klappe für eine deutsche Büste mit realen Körpermaßen fiel.



Die Anforderungen an eine SizeGERMANY-Büste

Der „Arbeitskreis Büste“ hat ein erklärtes Ziel: „Der Kunde als Schneiderpuppe.“ Büsten sollen mit den Originalmaßen aus der SizeGERMANY-Reihenmessung direkt im Produktentwicklungsprozess genutzt werden. In intensiven Diskussionen sammelt das Gremium die Anforderungen an die Büsten. Dann wird ein erster Prototyp erstellt, mit einem idealen mittleren Körpertyp. Verschiedene Büstenhersteller übernehmen dafür die digitalen Daten der Körpermaßtabellen und Scanatare. Sie stellen ihre Modelle vor, präsentieren und korrigieren sie. So lang bis der „Arbeitskreis Büste“ sein Ziel erreicht hat: Die physischen Zwillinge für die virtuellen 3D-Modelle der SizeGERMANY-Reihenmessung sind da. Und entsprechen den Vorgaben an Wirtschaftlichkeit, Passform und Funktionalität.

Die zentralen Eigenschaften der neuen, maßgetreuen Büsten:

Form: Die Büste bildet den SizeGERMANY-Scanatar identisch ab. Sie hat eine entspannte Haltung und realistische Formen bei prägenden Körperelementen wie Hüftknochen, Schulterblatt, Schlüsselbein, Po oder Gesäßfalte. Durch die Ergänzung von Armstumpf bzw. Handansatz sowie Fersenansatz wird die Messung am Kleidungsstück erleichtert.

Funktion: Die Büste gibt es als Ganzkörper-Figur sowie im Baukasten-System mit separaten Modellen für Ober- und Unterkörper, zum Beispiel als Torso-Büste mit Oberschenkelansatz. Komprimierbare Körperbereiche wie Brust, Bauch oder Hüfte haben unterschiedliche Weichheitsgrade. Die Büste wird auf einem höhenverstellbaren Ständer befestigt und mit Hängemöglichkeit geliefert.

Ausstattung: Die zentralen Maßlinien sind aufgedruckt. Die Oberfläche ist unempfindlich, läßt sich nicht statisch auf und bietet dabei die erforderlichen Hauteigenschaften für den Stofffall. Das maximale Gewicht liegt bei zehn bis elf Kilogramm für eine Ganzkörperbüste.





SizeGERMANY offen für Neueinsteiger Mitmachen statt zuschauen

„In der deutschen Bekleidungsindustrie hat sich mit SizeGERMANY eine Form der branchenweiten Zusammenarbeit entwickelt, die man so kaum in der freien Wirtschaft findet. Sie hilft den deutschen Marken auch dabei, sich im internationalen Wettbewerb zu stärken.“

Dr. Andreas Seidl
Geschäftsführender Gesellschafter, assyst und Human Solutions



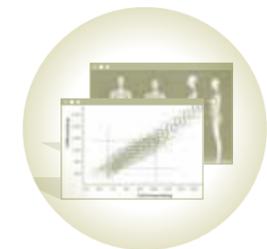
Die größte deutsche Reihemessung hat Fakten geschaffen. Die Daten von über 10 000 Frauen, Männern und Kindern stehen auf dem interaktiven Körpermaßportal sizegermany.de bereit. Alles erledigt? Bei Weitem nicht. Durch die aktuellen Größendaten hat SizeGERMANY noch an Fahrt gewonnen. In den Branchenarbeitskreisen werden Wege aufgezeigt, wie man in Zukunft einfacher mit Passform im Markt überzeugen kann. Neue Arbeitsmittel entstehen, die genau in den Entwicklungsalltag passen. Dafür sorgen intensive Diskussionen und die Ansprüche der teilnehmenden Unternehmen.

Wer bisher unschlüssig war und alle Zeichnungs- und Nachzeichnungsfristen im Laufe der Reihemessung vorüberziehen hat lassen, bekommt jetzt eine neue Gelegenheit. Denn die SizeGERMANY-Teilnehmer öffnen ihren Kreis erneut, für alle, die sich durch Passform auszeichnen wollen. Unternehmen, die jetzt einsteigen, haben vollen Zugriff auf das Portal und damit auf alle verfügbaren Körpermaßdaten der Reihemessung. Den Unternehmen der ersten Stunde sind Lenkungsreis und wirtschaftliche Auswertungen wie die Marktanteilsberechnung vorbehalten. Neueinsteigern stehen neben den Körpermaßdaten auch alle SizeGERMANY-Tools zur Verfügung. Sie können sich darüber hinaus in den verschiedenen Arbeitskreisen engagieren und so ihre Wünsche direkt einbringen.

Informationen zur Teilnahme unter:
+49-631-303 56 00
contact@sizegermany.de

SizeGERMANY. Jetzt dabei sein!

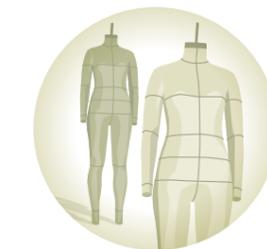
SizeGERMANY ist längst mehr branchenweite Passform-Initiative als eine reine Reihemessung. Die Teilnahme bringt Unternehmen viele Vorteile:



Datenportal
Direkter Zugriff auf aktuelle Körpermaße und individuelle Auswertungen



Vernetzung
Zusammenarbeit in Arbeitskreisen



Werkzeuge
Neue Passform-Tools für Produktentwicklung, Einkauf und Qualitätssicherung



Passform
Aktuelle Maßdaten – auch zur Vorbereitung auf die EU-Größenharmonisierung

Neue Größensysteme einfacher umsetzen

1:0 für die Passform

Deutschlanddaten in iSize

- > 12 Scanatare zum Download
- > 13 000 Probanden
- > 44 Körpermaße
- > Import in cad.assyst und vidya



Die aktuellen Körpermaße der SizeGERMANY oder der SizeCHINA und die Ansprache verschiedener Altersgruppen machen Schnittänderungen notwendig. Aber welche? Bisher war der Aufwand für Analyse und Anpassung hoch. Jetzt setzen assyst und Human Solutions mit iSize, cad.assyst und vidya einen nahtlosen Prozess um, der die Passform-Optimierung bei Grundschnitten vereinfacht.

Der automatische Übertrag von Körpermaßtabelle und Scan-Modell erspart aufwändige Dateneingaben sowie die mühsame manuelle Identifikation und Anpassung aller relevanten Schnittkoordinaten. So lassen sich die Ergebnisse schnell umsetzen – mit einem deutlichen Zeit- und Erfahrungsvorsprung im Markt.

Erster
Schritt



Optimieren in iSize:

Die richtige Größentabelle für die eigene Zielgruppe

Körperformen entwickeln sich weiter, mit iSize sieht man, wie. Im Vergleich mit der gewählten iSize-Tabelle erkennt man schnell, wo sich Körperbereiche verändert haben. Ganz einfach lassen sich die eigenen Körpermaßtabellen hochladen oder eingeben, auswerten und dann per Drag & Drop so anpassen, dass die neuen Modelle der ausgewählten Zielgruppe gut passen. Sind die Maße, die dem Grundschnitt zugrunde liegen, nicht mehr bekannt, dient den Unternehmen die allgemeine SizeGERMANY-Tabelle als Ausgangsbasis für die Schnitt-Modernisierung. Dabei können Primär- und Sekundärmaße in iSize immer frei ausgewählt werden.

Die Unterschiede in den Körpermaßtabellen und die Abweichungen der Verteilungskurve sagen schon einiges aus. Aber das sind nur Zahlen. Virtuelle 3D-Modelle der Scans, die sogenannten Scanatare, sagen noch mehr. Sie zeigen auf einen Blick die Körperform, die die Werte der Tabelle ergeben.

Zum Download gibt es seit März 2011 zwölf Scanatare für die häufigsten Richtgrößen – je vier für Frauen, Männer und Kinder. Scanatare für individuelle Selektionen sind genauso möglich. Dabei können die Primär- und Sekundärmaße ebenfalls frei ausgewählt werden. Einen Preview bekommt man sofort, den finalen Scanatar zum Download einige Tage später. Und mit SizeGERMANY-Büsten lassen sich die Körpermaße vollständig durchgängig in den Entwicklungsprozess einbinden.

Zweiter
Schritt



Anpassen in 2D-/3D-CAD:

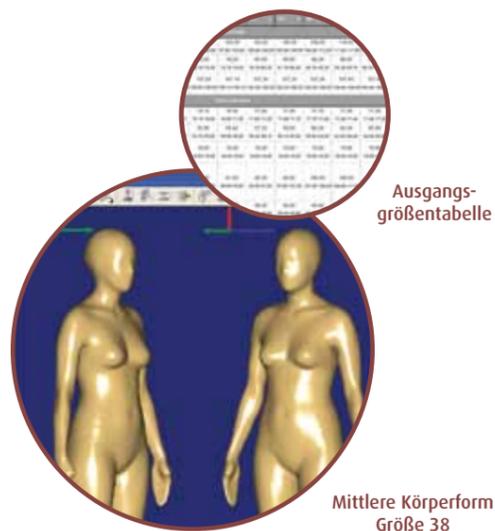
Körperform und Schnitt im Zusammenspiel

Sind die Körpermaßdaten optimal ausgewählt, lässt sich die optimierte Maßtabelle von iSize direkt in cad.assyst importieren. Hier werden die neue Tabelle als Grundlage angegeben und der Schnitt automatisch angepasst. Die Beschriftung mit smart.label kann bei der automatischen Schnittkorrektur ebenfalls hilfreich sein, da Schnittfehler durch die neuen Daten besser angezeigt werden. Manuell müssen jetzt die Schnittelemente korrigiert werden, die nicht zu den neuen Maßen passen.

Mit dem dazugehörigen Scanatar in vidya kann man dabei schnell überprüfen, ob das Look & Feel noch intakt ist. In vidya oder im Virtuellen Spiegel wird der Schnitt am Modell überprüft und manuell nachbearbeitet, bis die Schnittphilosophie des Grundschnitts auch mit den neuen Körpermaßen stimmig ist. Und wenn feststeht, welche Anpassungen notwendig sind, lassen sich mit smart.pattern viele Routinearbeiten automatisieren.

Praxistest

Ausgewählt für unser Beispiel: Frauen, 18–25 Jahre alt, aus Deutschland. Ein Markt mit rund 3,8 Mio. Personen. Eine weitere Eingrenzung auf Basis soziodemografischer Daten oder spezifischer Körpermaße (zum Beispiel nur eher kleine Frauen) ist möglich. Die ursprüngliche Körperform liegt nicht vor, deshalb greifen wir beim Vergleich auf die SizeGERMANY-Tabelle für alle Frauen zurück.



Mittlere Körperform Größe 38

Veränderung der Primärmaße

Größe	38	40	42	44
7.00	0.00	100.00	0.00	103.00
100.00	97.00	103.00	100.00	106.00
0.00	-2.00	74.00	-2.00	78.00
70.00	74.00	78.00	82.00	86.00
107.20	109.20	107.30	109.30	107.40

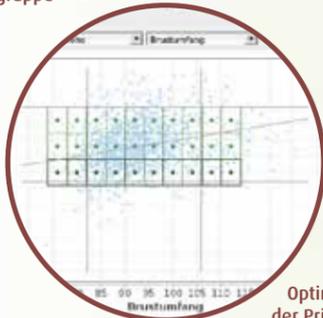
Veränderung der Primärmaße

Optimierung der Größentabelle in iSize

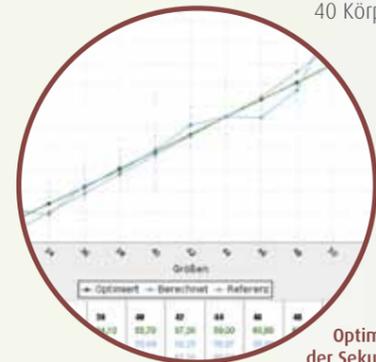


Auswahl der Zielgruppe

- Die zugrunde liegende Körpermaßentabelle wird geladen.
- Die Tabelle lässt sich automatisch an die Maße der ausgewählten Zielgruppe anpassen. Dabei können die Primärmaße frei bestimmt werden. Ein blauer Pfeil zeigt die Optimierung des Marktanteils in Prozent an.



Optimierung der Primärmaße



Optimierung der Sekundärmaße

- Der potenzielle Marktanteil wurde um gut 11 Prozent verbessert. Das Kleidungsstück passt jetzt also rund 400 000 Frauen mehr als vorher. In der Tabelle (blaue Zahlen) wird sichtbar, welche Maße dafür wie angepasst wurden.
- Die Tabellenoptimierung kann für eine bestimmte Größe durchgeführt werden. Zur Überprüfung der Gradiersprünge auch an mehreren Größen. Dafür bietet iSize über 40 Körpermaße zur Auswahl.

Scanatar zum Download

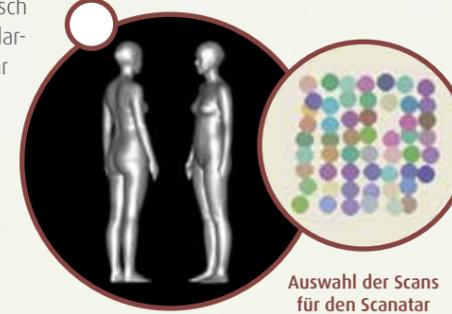
- Ein Körper sagt mehr als 1 000 Zahlen. Aber es muss der richtige sein. Anhand der ausgewählten Primärmaße lassen sich auf iSize die Scans aller passenden Probanden auswählen und auf Wunsch einzeln begutachten. Das Ergebnis ist ein Scanatar mit den gemittelten Körpermaßen. Mindestens 30 Scans muss die Stichprobe umfassen, damit sie statistisch tragfähig ist. Sticht ein Scan bei der Körperformdarstellung extrem heraus – zum Beispiel durch sehr kurze Beine –, kann er ausgeschlossen werden. In unserem Beispiel wählen wir Körperhöhe, Brustumfang und Hüftumfang.

- Zunächst werden die Primärmaße bei der Scanatarkonfiguration angegeben.
- Dann werden die Probanden-Scanatare selektiert. Per Drag & Drop können unpassende Figurtypen aussortiert werden.

Körpermaße für Scanatare

Ref	Min	Max
168.0	164.0	173.0
88.0	80.0	92.0
97.0	93.0	103.0
74.0	70.0	77.0
72.0	65.0	76.0
105.8	0.0	

Körpermaße für Scanatare



Auswahl der Scans für den Scanatar

Anpassung der Schnitte an die neue Größentabelle



Import in cad.assyst



Anprobe in vidya

- Die neue Körpermaßentabelle kann in cad.assyst 20.11 importiert und als Grundlage für jeden Schnitt verwendet werden. Manuell werden die neuen Maße und die Schnittphilosophie am Grundschnitt wieder aufeinander abgestimmt. Wo möglich, kann smart.pattern dabei Routineaufgaben übernehmen.
- Jetzt bietet sich die Überprüfung in vidya und im Virtuellen Spiegel an. In 2D lässt sich die Passform schlecht überprüfen. In 3D geht es leichter. Die iSize-Scanatare können deshalb in vidya importiert werden. So können die bestehenden Modelle mit alter Maßentabelle an der neuen Körperform probiert werden oder die angepassten Grundschnitte am richtigen Modell getestet werden. Auch bei der Überprüfung der Gradierschnitte erspart die Anprobe in vidya viel Zeit.

Wie steigern wir unseren Erfolg in Asien?

Projektleiterin
Sita Roshan

Leiter Schnittabteilung
Holger Peters

Mit Daten aus dem Körpermaßportal iSize holt der internationale Modehersteller Label No.1* seine Kunden als Scanatare aus dem Fernen Osten nach Deutschland und vergrößert so sein Marktpotenzial. fashion 02 ist bei der Ergebnispräsentation des Projekts „Fit for Asia“ für die Geschäftsführung dabei.

Leiter Schnittabteilung Holger Peters: Liebe Kollegen, die Ergebnisse unseres Projekts „Fit for Asia“ liegen jetzt vor. Mit „Fit for Asia“ wollten wir unser Markenprofil in Asien stärken, unsere Marktpotenziale verbessern und Passform als festen Bestandteil in die weltweite Qualitätsstrategie von Label No.1 integrieren. Das haben wir erreicht. Zum Beispiel hatten wir vor unserem Projekt bei DOB ein Marktpotenzial von 0,9 Prozent, jetzt stehen wir bei sagenhaften 7,9 Prozent. Dies nehme ich vorweg. Über die weiteren Ergebnisse und das Projekt informiert euch jetzt unsere Projektleiterin Sita.

Projektleiterin Sita Roshan: Vielen Dank, Holger. Wie ihr wisst, holen wir uns Design- und Stylevorschläge aus unserem Entwicklungszentrum in Schanghai. Aber

was die Passform betrifft, haben wir uns auf Feedback aus dem Handel verlassen oder Rückschlüsse von asiatischen Fertigmaßen auf die Körpermaßdaten gezogen. Für die präzise Passformbestimmung war das zu ungenau. Deshalb haben wir dieses Vorgehen durch die Analyse mit realen Körpermaßen ersetzt – mit iSize von Human Solutions. Nach der Europa- und der US-Passform gibt es jetzt auch eine Asien-Passform, die sich auf die Körpermaße von Probanden aus China, Japan und Korea stützt und damit die asiatische Bevölkerung optimal abdeckt. Wir wissen jetzt nicht nur, was unsere asiatischen Kunden wollen, sondern auch, wie ihnen unsere Mode optimal passt.

Die Körpermaßanalyse und Schnittanpassung waren einfach und komfortabel: Wir haben unsere europäischen Größentabellen auf das gesicherte iSize-Portal, www.i-size.net, geladen. Je nach Kleidungsstück verwenden wir die Maße Körperhöhe, Brustumfang, Unterbrustumfang, Hüftumfang, Taillenumfang, Seitenlänge und Oberschenkelumfang. Bei den Herren nehmen wir statt dem Unterbrustumfang den Halsumfang.

Aus der iSize-Datenbank wurden die vergleichbaren Zielgruppenwerte für Größe 38 bei Frauen und Größe 50 bei Männern herausgesucht. Wir haben auf den ersten Blick Abweichungen erkannt. Bei den Damengrößen ist zum Beispiel die Proportion zwischen Brustumfang und Hüftumfang in Asien völlig anders. Auch unsere Standard-Körperhöhe bei Größe 38 von 172 cm ist für den asiatischen Markt zu hoch. Um die Herrenkonfektion hat sich Steven gekümmert. Er kann dazu mehr sagen. Steven, machst du weiter?

Geschäftsführer
Georg Meindl

Produktmanager Steven Jones: Gerne, Sita. Bei den Herren sind die Unterschiede sogar noch deutlicher. Es fängt mit der Körperhöhe an sich an. Außerdem sind die Sprungwerte des Taillenumfangs bei den großen Größen zu klein. Nach der ersten Analyse der Marktanteile ist uns schnell klar geworden, dass sich die extremen Randgrößen wirtschaftlich kaum tragen.

Projektleiterin Sita Roshan: Das hat aber auch zur Folge, dass wir sowohl bei Damen als auch bei Herren die Gradiersprünge anpassen müssen. Wir haben dafür die optimalen Kennmaße und die Sekundärmaße aus iSize. Eine große Hilfe ist, dass wir die Daten direkt in cad.assist und vidya downloaden und alle Größen in 2D und 3D überprüfen können. Das geht weit schneller als von Hand. Im CAD öffnen wir unsere Grundschnitte mit den neuen Tabellen. Dann zeigt sich sofort, wo wir im Sinne unserer Schnittphilosophie nachbessern müssen. Bei den Gradiersprüngen ist es nicht ganz so leicht. Wir haben jetzt begonnen, unsere bestehenden Größensprünge anzuwenden und in 3D mit vidya in allen Größen zu überprüfen.

Leiter Schnittabteilung Holger Peters: Unsere Designer sind ebenfalls angetan. Sie sehen gleich den passenden Körper zur Tabelle und haben so ein klares Bild unserer Zielperson vor Augen. Dieser Vorteil wiegt aber nicht nur bei den Designern viel. Wir können uns jetzt dank der Scanatare deutlich einfacher miteinander und mit den asiatischen Kollegen abstimmen. So lassen sich Lieferungen einwandfrei überprüfen und die Produktentwicklung im Ausland besser steuern.

Gleichzeitig stellen wir sicher, dass unser Markenprofil durchgängig umgesetzt wird und so vielen Kunden wie möglich passt. Denn jetzt kennen wir das Marktpotenzial jeder Konfektionsgröße.

Geschäftsführer Georg Meindl: Ich danke euch für den Überblick und euer Engagement im Projekt. Meine Kollegen in der Geschäftsführung und ich sehen mit großem Interesse, wie wir unsere Schnitte optimal an heutige Maße und Körperformen anpassen können. Interessant sind auch die Nebeneffekte in der Partnerkommunikation und bei der Steuerung unserer Lieferanten. Aber das Wichtigste für Label No.1 ist: Dank der guten Passform erreichen wir einen interessanten Markenvorteil. Denn unsere Entwürfe lassen sich zwar in wenigen Wochen kopieren, aber unsere Qualität bei der Passform erreicht kein Plagiat der Welt. Wir sind auf einem guten Weg.

Produktmanager
Steven Jones

Label No.1

- Internationaler Modehersteller
- Vertrieb weltweit
- 5 000 eigene POS-Standorte und Retail Stores
- Über 50 Kollektionen pro Jahr
- PLV und Vollkauf

*Label No.1 ist ein fiktives Unternehmen, das als Beispiel dient.



Gestalten Sie Prozesse kreativ

Plötzlich ist er da – der Markt von morgen. Mit anspruchsvollen Kunden, die aus einem globalen Markt viele kleine machen. Joachim Hensch, Head of Pattern Design bei HUGO BOSS, spricht mit fashion 02 über den „Klimawandel“ in der Bekleidungsindustrie und die Ideen, mit denen HUGO BOSS den Veränderungen kreativ begegnet.

fashion 02: Herr Hensch, unser großes Thema in dieser Ausgabe ist Veränderung. Deshalb auch gleich als erste Frage: Ihr Markt heute und Ihr Markt gestern – was hat sich verändert?

Hensch: Der Kunde hat eine andere Einstellung. Die Marke trägt nicht mehr allein. Weltweit kaufen viele modebewusste Kunden einen Anzug nicht mehr nur des Labels wegen. Sie wollen auf ihre Art genauso gut damit aussehen wie zum Beispiel James Bond, und dafür muss jedes Stück optimal sitzen. Die Konsequenz daraus ist: Man kann nicht mehr nur nach einem Weltgrößensystem produzieren, wir müssen unsere Kunden in jeder Region genau einschätzen können und ihnen die passenden Produkte oder Varianten anbieten.

fashion 02: Was heißt das für Bekleidungsunternehmen?

Hensch: Dass es durch die geforderte Individualität auch neue Erfolgsbedingungen im Markt gibt. Früher hatten große Unternehmen automatisch einen Vorteil. Heute zählt Geschwindigkeit. Denn um mit diesem Anspruch an die Variantenerstellung Schritt zu halten, muss man schnell sein, oder man verliert Marktanteile. Große, komplexe Organisationen haben es da oft sogar schwerer. Wir müssen uns von manchen Gewohnheiten verabschieden. Ich habe meinen Mitarbeitern deshalb gesagt: „Gestalten Sie Prozesse kreativ.“ Wir wollen schließlich nicht das Museum von morgen werden, sondern immer innovativer und besser als alle anderen bleiben.

fashion 02: Und wie schnell ist HUGO BOSS?

Hensch: Sehr schnell. Aber wir wollen noch schneller werden. Vor allem durch Networking und Wissensmanagement nehmen wir Fahrt auf. Vernetzung ist dabei in einem internationalen Unternehmen ohnehin wichtig. Aus dem engen Kontakt der Mitarbeiter ergibt sich jedoch noch ein weiterer Vorteil: Ein guter Modellmacher kann viel. Zwei gute können noch mehr. Aber warum sollen sich diese beiden High-Potentials Gedanken machen, wenn ein dritter und ein vierter ihr Problem schon gelöst haben?

fashion 02: Wie haben Sie diesen Schritt zum intensiven Austausch in Ihren Teams bewerkstelligt?

Hensch: Zum einen durch Umstrukturierung. Kreative und technische Produktentwicklung sind bei uns sehr eng verzahnt – in einem Technical Development Center. Zum anderen durch Wiki-Technologie mit Chat-Möglichkeiten. Inzwischen gibt es im Intranet auch ein Firmen-Glossar mit über 6 500 Einträgen. Als überzeugte assyst-Nutzer schreiben wir viele Lösungen zum Beispiel mit smart.pattern fest. Die Automatisierung durch Makros ist aus unserem Alltag überhaupt nicht mehr wegzudenken.

fashion 02: An welchen strategischen Fragen arbeiten Sie gerade?

Hensch: Die regionale Schnittenpassung beschäftigt uns momentan sehr. Wir fragen uns zum Beispiel: „Wer kauft HUGO BOSS-Produkte in Asien?“ oder „Nimmt ein chinesischer Kunde an den gleichen Stellen zu wie ein deutscher oder ein spanischer Kunde?“ Und wenn wir das sicher wissen, dann werden wir unsere Größensysteme entsprechend anpassen. Die Technologien von assyst und Human Solutions setzen für uns da an einem zentralen Punkt an.

fashion 02: Und mit welchen Themen kämpfen Sie im Alltag am meisten?

Hensch: Konvertierung ist ein Dauerthema. Ich finde, dass wir für den besseren Austausch noch mehr Portaltechnik benötigen. automarker.com liegt da genau richtig und wird von uns auch heute schon stark genutzt. Für den qualitativen Austausch hat wieder Vernetzung Priorität und der gezielte Aufbau unserer Partner. Sie sollen unsere Modelle quasi mit einer HUGO BOSS-Brille sehen. Und dabei kommt auch assyst wieder ins Spiel.

fashion 02: Herr Hensch, wir danken für das Gespräch und wünschen Ihnen noch viele erfolgreiche Veränderungen!

Innovationsimpulse durch Bodyscanner

Um Bestseller-Modelle zu entwickeln, reicht es nicht aus, den Geschmack des Kunden und seine Einkaufsgewohnheiten zu kennen. Der Kunde muss selbst Teil des Entwicklungsprozesses werden. Erst dann ist optimale Passform sichergestellt. Und so finden immer mehr 3D-Bodyscanner ihren Platz in Herstellung und Handel. fashion.02 stellt ideale Einsatzfelder für Bodyscanner vor: von klassisch bis innovativ, von Hersteller bis Handel.

WETTBEWERBSVORTEIL: KUNDENBINDUNG

Virtuelle Anprobe bei vertikalisierten Unternehmen

Immer mehr Varianten und Gestaltungsmöglichkeiten bei Produkten – damit kann man Kunden binden. Doch beim Einkauf fällt die Auswahl schwer. Gute Beratung ist wichtig. Und wenn die Top-Verkäuferin nicht zur Verfügung steht, hilft der Virtuelle Spiegel von assyst und Human Solutions: Bei dieser Technologieinnovation trägt ein Scanatar digitale Schnittmodelle. Anstatt sich selbst in der Umkleidekabine abzumühen, sieht der Kunde seinen individuellen Scanatar als virtuelles Spiegelbild mit allen Modellen der neuen Kollektion oder mit seinem zukünftigen Maßanzug. Jetzt kann er mit Beratung genauso wie allein beurteilen, ob ein Modell passt. Er spart Zeit und kann schnell anprobieren.



Schnell gescannt, schnell probiert.
Im Virtuellen Spiegel tragen Scanatare digitale Schnittmodelle.

Und weil alle seine Daten bereits vorliegen, kommt der Kunde sicher beim nächsten Einkauf wieder.

Für Bekleidungshersteller mit eigenen Ladengeschäften schließt sich mit dem Virtuellen Spiegel die vertikale Prozesskette: Produktentwicklung (CAD-Schnitte) und Shop (Bestellung und Kundendaten) sind direkt vernetzt. Mit jedem Einkauf wächst das Wissen über den Kunden und die Passform. Der Virtuelle Spiegel wird so zum Innovationsmotor. Selbst ohne Shop entsteht enormer Nutzen, wenn Scanatare aus der 3D-Software vidya den Bildschirm verlassen und in Lebensgröße zur Anprobe von Musterteilen während der Produktentwicklung zur Verfügung stehen.



Produktkatalog
INTAILOR Retail



3D-Bodyscanner
VITUS Smart LC3



3D-Visualisierung
vidya



WETTBEWERBSVORTEIL: INDIVIDUALITÄT

Maßkonfektion im Handel

Maßbekleidung und Industrie: Das passt zusammen, wenn der einzelne Kunde respektive seine persönliche Körpermaßtabelle Teil des Produktentwicklungsprozesses wird. Möglich und rentabel wird industrielle Maßkonfektion mit einem durchgängigen Prozess vom Point of Sale bis zur Fertigung in Losgröße 1. Mit einem Konzept aus

3D-Bodyscannern und der richtigen Software können im Handel innovative Verkaufserlebnisse angeboten werden, die nicht nur Kunden mit Problemgrößen, sondern vor allem Kunden mit klaren Produktvorstellungen für sich nutzen. Durch die direkte Verbindung von Bestellung und Fertigung sinkt zudem die Fehlerquote.



Produktkatalog
INTAILOR Retail



3D-Bodyscanner
VITUS Smart LC3 oder XXL



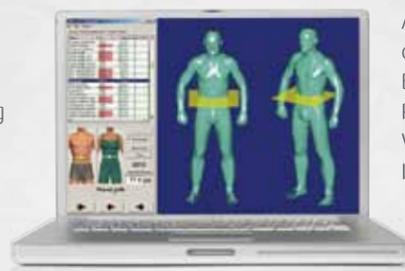
Produktkatalog
INTAILOR Manufacturer

WETTBEWERBSVORTEIL: PASSFORM

Reihenmessungen für die Bekleidungsindustrie

Reihenmessungen liefern die ausschlaggebenden Daten für die Passform von Bekleidung. Entscheidend ist dabei die intensive Nutzung der gewonnenen Körpermaße im Herstellungs- und Verkaufsprozess.

Erst mit einem durchgängigen Prozess von der Maßabnahme bis zur Auswertung lassen sich die Daten von Reihenmessungen optimal nutzen, zum Beispiel, um Werkzeuge wie Büsten zu erstellen und die richtige Passform optimal in den Entwicklungsalltag zu integrieren. Dafür braucht man 3D-Bodyscanner und eine geschlossene Technologiekette. Bei der Vermessung mit Scannern liegen alle Daten digital vor. Statt mühsam gedrucktes Zahlenmaterial auszuwerten, können die teilnehmenden Unternehmen diese individuell auf einem Portal abfragen und genau nach ihrem Bedarf nutzen – immer wieder und immer wieder anders.



Aber warum 3D? Durch die dreidimensionale Maßabnahme stehen Bekleidungsmachern die typischen Primär- und Sekundärmaße zur Verfügung. Aber auch zusätzliche Informationen zu Körperform und -haltung, die sich entscheidend auf die Passform auswirken. Im Vergleich zur manuellen oder optischen Maßabnahme

ist die Vermessung mit Laser und mit der richtigen Software auch deutlich genauer: Messhaltung und Maßregeln sind frei definierbar. Einmal vorgegeben, wird – im Gegensatz zur manuellen Vermessung – immer exakt nach den gleichen Parametern gemessen. Jede Maßabnahme ist also vergleichbar (und wiederholbar). Darüber hinaus können weitere Körpermaße jederzeit auch nach anderen Maßregeln digital nachgemessen werden, weil der Scan jedes Probanden anonym gespeichert ist.



3D-Bodyscanner
VITUS Smart XXL



Vermessung & Analyse
ANTHROSCAN



Körpermaßportal
iSize



Büsten



Scanatare
in vidya

engelhorn
Mode im Quadrat



5 **engelhorn Mode im Quadrat verkauft nach Maß – mit Bodyscanner.** Durch den Einsatz des Scanners hat das Wissen über die Passform und den Geschmack der Kunden deutlich zugenommen.

5 **Paul & Shark setzt auf Bodyscanner.** Im Flagship-Store der Via Montenapoleone 16 in Mailand werden Kunden automatisch vermessen. Das Konzept: Hightech meets Sportswear.

Das Bodyscanning-Portfolio von Human Solutions



Der Kleine für Eilige – zur preisgünstigen Maßabnahme in 3D.

Der Bodyscanner VITUS Smart LC2 braucht wenig Platz und bietet schnell alle Maße für die Größenordnung.



Der Große für Platzsensible – braucht wenig Raum und bringt viel Umsatz.

Der 3D-Bodyscanner VITUS Smart LC3 ist optimal für Größenselektion, Maßkonfektion oder innovative Konzepte am Point of Sale wie die Anprobe im Virtuellen Spiegel.



Der Präzise für Passform-Perfektionisten – vom Scan direkt zur Produktion.

Der 3D-Bodyscanner VITUS Smart XXL erfasst mit 1 mm Genauigkeit. Genau richtig für Reihenmessungen oder für Mode nach Maß – ohne Musterteile.

Visualisierung & Simulation in 3D Innovation im Anzug

In den 90ern war die Konstruktion am Computer Luxus. Heute lässt sich 2D-CAD aus dem Fashion-Alltag nicht mehr wegdenken. Jetzt beginnt die Erfolgsgeschichte von 3D-CAD. Dabei geht es um Durchgängigkeit, Schnelligkeit und um einen beachtlichen Kommunikationsvorteil.

Durch die exakte Visualisierung existiert eine gemeinsame Gesprächsgrundlage für Designer und Schnittmacher. Fehler oder unerwünschte Effekte lassen sich schnell erkennen und beheben. Diese Änderungen sollten in Echtzeit nachvollziehbar sein – ohne neues Vernähen am 3D-Modell oder einen Neustart. vidya kann das. Ein weitreichender Schritt wird die Übernahme dieser 3D-Änderungen in den 2D-CAD-Schnitt sein. Wichtige Ansätze finden sich dafür im neuen Release 20.11.

Für die optimale Kommunikation muss aber auch die Simulationsqualität von Stoff, Schnitt und Mensch stimmen. vidya 20.11 hat dabei eine neue Evolutionsstufe erreicht: In der Schnittsimulation stellt sie Faltenwürfe realistisch dar. Damit können jetzt auch Schnittentwürfe für komplexere Bekleidungsstücke wie Hemden, Bundfaltenhosen, Faltenröcke, Sakkos oder (einfachere) Anzüge in lebens echter Qualität abgebildet werden. Die Stoffsimulation stellt Textur und Struktur des Materials genau dar und zeigt damit auch den realistischen Stofffall – abhängig von Steifheit und Dehnbarkeit.

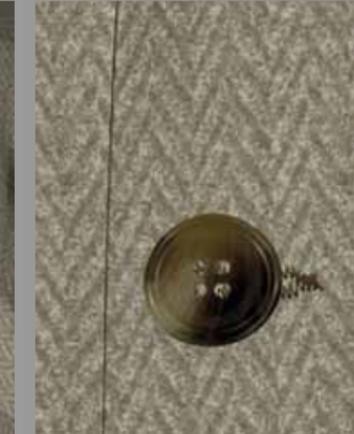
Der Mensch bzw. Körperform und -volumen werden durch Scanatare (aus iSize von Human Solutions) eingebunden. Sie repräsentieren eine spezifische Bekleidungsgröße oder ein bestimmtes Kundensegment. **Nimmt man alle drei Elemente zusammen, fließt ein großes Stück „Realität“ direkt in den Entwicklungsprozess ein** – mit weit weniger Zeitaufwand als bei der realen Anprobe am Modell.



5 Hemd mit optimaler Passform, aber leichter Faltenbildung auf Brusthöhe.



5 Das Knopfloch am Revers sitzt wie gewünscht.



5 Knopf und Fischgratstoff passen gut zusammen. Die Knopflochweite ist perfekt.



5 Die Position der aufgesetzten Tasche ist korrekt.



5 Starke Faltenbildung am Rückenteil. Schnittanpassungen sind erforderlich.



5 Überprüfung der Hosenlänge und der Höhe des Saumaufschlags.



5 Untertritt und Reißverschluss sitzen spannungsfrei in der Vorderhose.



5 Polster und Einlagestoffe modellieren eine realistische Schulterpartie.

VIDYA 20.11 BESTICHT AUCH IM DETAIL. DIE VIDYA-BILDERGALERIE ZEIGT DIE TATSÄCHLICHE PASSFORM VON ENTWÜRFEN UND GIBT DABEI STOFF, SCHNITT UND DEN MENSCHEN OPTIMAL WIEDER.

Simulation & Realität

Was können Sie heute mit 3D-Simulation tun?

Anzahl der Bekleidungsstücke aus 10, die optimal dargestellt werden können.

Basics: T-Shirts, einfache Hosen und Röcke, z. B. Jeans



9 von 10 Modellen

Hemden und Blusen, Sportswear, Berufsbekleidung



9 von 10 Modellen

Komplizierte Hosen oder Röcke, z. B. Bundfaltenhosen, Faltenröcke



7 von 10 Modellen

Kleider, Dessous



7 von 10 Modellen

Anzüge oder Kostüme



3 von 10 Modellen

Was verändert 3D-Simulation?

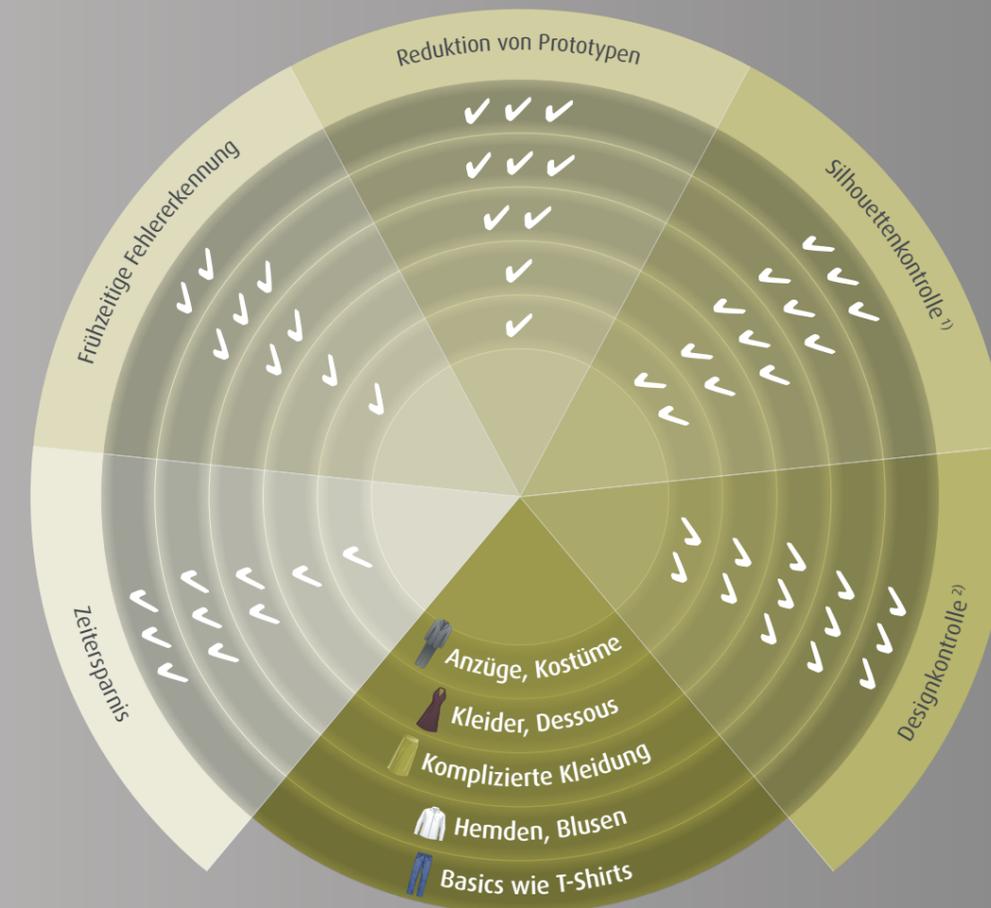
vidya hat einen Aspekt, der die Prüfung eines Entwurfs besonders wirksam macht: Es ist ein Simulationswerkzeug und visualisiert standardisierbare Schnittkonzepte. Es ersetzt nicht die Intuition und das Bauchgefühl eines erfahrenen Schnittmachers. Das soll es auch gar nicht.

vidya gibt die Realität funktional wieder und reichert sie mit zusätzlichen Informationen an. Zum Beispiel, indem ein neues, digitales Modell geschaffen wird, das genau den mittleren Körpermaßdaten Ihrer Kunden entspricht. Fehler bei der Beinlänge, verschobene Aufdrucke,

Faltenwurf – selbst Details fallen in vidya auf. Das spart Zeit und Kosten im Entwicklungsprozess. Ausnahmen sind äußerst komplexe Designs, etwa Blasebalgtaschen, oder Detailprüfungen bei einer hochwertig verarbeiteten Herrenkollektion.

Ein erfahrenes Team kann mit vidya so wesentlich schneller neue Modelle auf den Markt bringen und trotzdem die Qualität der Modellentwicklung erhalten. Von den Vorteilen, die frühzeitiges Bildmaterial für Vertrieb und Marketing bedeuten, haben wir noch gar nicht gesprochen.

Welche Vorteile hat die 3D-Visualisierung im Entwicklungsprozess?



¹⁾ Zum Beispiel Bein- oder Ärmellänge; Taillenhöhe, Sitz von Taschen (als Teil der Passformüberprüfung)

²⁾ Zum Beispiel Stofffall am Modell; Druckanpassung, Ausschmückung des Modells (als Teil der Passformüberprüfung)

✓✓✓ Hoch
 ✓✓ Mittel
 ✓ Niedrig

Wann testen Sie?

Die digitale Simulation Ihrer Schnitte mit vidya lohnt sich immer. Bei zwei Dritteln aller Modellentwürfe können Sie heute deutlich Zeit und Kosten in der Produktentwicklung einsparen und Mehrwert für die Folgeprozesse in Ihrer Wertschöpfungskette schaffen.

vidya 20.11

im neuen Look

Nicht nur Promis haben ihre kleinen Geheimnisse, wie sie sich fit und attraktiv halten. Auch vidya arbeitet hart an sich. fashion 02 bekommt erste Einblicke in das neue Programm der Software-Diva.



WEG MIT DEM EINHEITSLOOK. vidya trägt jetzt auf Figur geschnittene Businessmode. Durch die umfassende Unterstützung von Falten jeder Art fällt das leicht.

Veränderung Nr. 1: realistischer Faltenwurf.

ICH WEISS, WER ICH BIN. vidya zeigt, was sie kann, und braucht dafür die genauen Maße Ihrer Kunden. Die gibt es jetzt auf www.i-size.net zum Preview und zur Integration in vidya.

Veränderung Nr. 2: Ihr Wunsch-Scanatar auf Knopfdruck.

ANPACKEN STATT ABWARTEN. Ausgewählte visuelle Änderungen können ab 2012 direkt am 3D-Modell umgesetzt werden, zum Beispiel Rapportanpassungen. Diese Änderungen werden dann direkt in das 2D-Modell übernommen.

Veränderung Nr. 3: automatische Aktualisierung der Änderungen bei ausgewählten Funktionen in cad.assyst.

KURZE WELLNESS-PAUSEN NUTZEN. Neue Werkzeuge erleichtern Ihnen wichtige Handgriffe, zum Beispiel eine Drag-&-Drop-Funktionalität.

Veränderung Nr. 4: Entlastung durch neue Tools.

SICH REGEN BRINGT SEGEN. Erleben Sie die ersten Schritte von vidya. Jeder Scanatar kann jetzt beliebige Zielposen einnehmen und lässt sich dafür animieren. Beispiel: Der Anwender kann Posen wie sitzen, einen Schritt gehen oder Arme strecken einstellen und in vidya simulieren.

Veränderung Nr. 5: Animation zur Anfahrbarkeit von Zielposen.

NICHT OHNE MEIN 2D. vidya kann sich viele Looks erlauben, aber nicht allein. Erst wird aus 2D importiert und dann vernäht. Damit Sie Zeit sparen, rücken 2D- und 3D-CAD bei assyst immer enger zusammen. Ein erster Effekt: Schnittteile und einzelne Elemente des Schnittes können in vidya.cad automatisch identifiziert und zugeordnet werden. Die Vorbereitung des 2D-Schnitts in cad.assyst wird damit deutlich einfacher und schneller.

Veränderung Nr. 6: Einsatz von smart.label-Technologie.

Power-vidya: Tut uns leid, aber ab jetzt gibt es bei vidya keine Gummibärchenpausen mehr. Die Systemperformance steigt in 20.11 deutlich an. Auch weil Süßigkeiten ja sowieso ungesund sind.



vidya

AWARD

Inspired by Fashion



Vier Grundschnitte, eine Größe, viele Ideen. Im Nachwuchs-Wettbewerb vidya Award können angehende Designer und Schnittmacher zeigen, was sie können – in 3D mit vidya.

Die Aufgabe: Kreativ mit 3D

Jeder Teilnehmer soll – aus einem Grundschnitt – ein Kleid in Konfektionsgröße 38 entwerfen. Zur Auswahl stehen vier Basismodelle: zwei Etuikleider mit Princessnähten, ein Abendkleid mit geknöpfter Korsage und ein einfaches Trägerkleid. Das ausgewählte Modell soll individuell weiterentwickelt und fertiggestellt werden. Dabei sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt. Material und Farbe können frei gewählt werden. Genauso der Stil. Darüber hinaus können die Teilnehmer mit selbst entworfenen Designs, Drucken und Applikationen experimentieren, um die Kleider individuell auszugestalten. Wichtig für die Beurteilung ist neben der Kreativität die Qualität der Schnittabwandlung, zum Beispiel die Modifikation von Grundform oder Nahtführung, das Zufügen von Teilungsnähten oder Gehschlitz, Drapierungen, Ärmelkonstruktion oder zusätzlichen Schnittteilen wie Taschen und Schleifen.

Das Ziel: Nachwuchsförderung

Der vidya Award ist der einzige Wettbewerb, bei dem konsequent 3D-CAD eingesetzt wird. Damit werden die Teilnehmer mit einem neuen Technologieansatz vertraut, können die neuen Technologien entdecken und ausschöpfen. Zusätzlich haben sie einen Qualifikationsnachweis für den Einsatz von 3D-CAD in der Produktentwicklung.

Die Jury: Experten aus Wissenschaft und Industrie

Über die Platzierung der eingereichten Arbeiten und die Preisvergabe entscheidet eine interdisziplinäre Jury mit Repräsentanten aus Wissenschaft und Industrie. Die Jury beurteilt die Entwürfe anhand der vidya-Screenshots sowie einer kurzen schriftlichen Erläuterung des Designkonzepts.

Der Preis: Vernetzung in der Fachwelt

Prämiert werden die zwei besten Entwürfe. Der vidya Award ist insgesamt mit einem Preisgeld in Höhe von 1 500 Euro dotiert. Darüber hinaus werden die Siegerentwürfe in fashion 03 ausführlich einem breiten Fachpublikum vorgestellt.

Die Teilnehmer: Studenten mit vidya-Erfahrung

Der Award wird zum ersten Mal im Jahr 2011 in Zusammenarbeit mit der Hochschule Albstadt-Sigmaringen durchgeführt. Hier ist vidya Prüfungsfach. In den kommenden Jahren wird der Award offen für weitere Teilnehmer und Hochschulen sein. Die Preisvergabe findet im Herbst 2011 statt. Mehr Informationen: www.assyst.de.



Möchten Sie vidya zum Prüfungsfach an Ihrer Hochschule machen? Mehr Informationen erhalten Sie über vidyaaward@assyst.de.

Die Bekleidungswelt ist digital

Unser Technologieportfolio bietet Ihnen einen vollständig durchgängigen Prozess vom 3D-Bodyscanning und der zielgruppenspezifischen Maßtabelle über die automatische Anpassung des Schnitts bis hin zur Visualisierung in 3D. Dabei integrieren wir auch die Systeme im Umfeld der Produktentwicklung wie Design, ERP, Retail Management oder Kataloge.

ERP



RETAIL MANAGEMENT

BODYSANNING & MTM:
VITUS Smart XXL
VITUS Smart LC3
VITUS Smart LC2
mtm.assyst
INTAILOR
Virtueller Spiegel

SIZING & FITTING:
iSize
SizeGERMANY

CAD & GRADING:
cad.assyst
smart.pattern
lay.assyst

3D VISUALIZATION & SIMULATION:
vidya

MARKER MAKING & CUT ORDER PLANNING:
automarker
autocost

E-COMMERCE/E-CATALOG

PLM

PRODUCT LIFE CYCLE MANAGEMENT:
PLM GoLive & plm.assyst

Die Produkte und Services von assyst und Human Solutions

360° Praxiserfahrung

Technologie kann viel. Aber was bewirkt sie wirklich? Neun Unternehmen stellen in fashion-02 ihre Strategie vor und zeigen, welche Rolle Software bei Veränderungen spielt. Ihre Ansätze finden Sie hier – im Panorama.



CAD & Grading bei s.Oliver



Bodyscanner & MtM bei JK Defence



CAD & Grading bei Brioni



Product Life Cycle Management bei Löffler



Sizing & Fitting bei Walbusch



Marker Making & Cut Order Planning bei Rofa

Außerdem in diesem Heft:
CAD & Grading bei Bogner S. 16, Product Life Cycle Management bei Vaude S. 30, Marker Making bei Ahlers S. 38.

Wie sichern wir die **Qualität** im **Ausland?**

Mit tragfähigen Standards stärkt s.Oliver die Kompetenz seiner Produktionspartner.

Jeden Monat mehrere Kollektionen. Dafür muss man die eigenen Prozesse im Griff haben und Zeitabläufe optimieren – aber keineswegs Kompromisse bei der Qualität machen. Das ist die Devise von Doris Öhm und ihren Kollegen in der Modelabteilung bei s.Oliver. Durch klare Richtlinien und praktische Tools stellen sie gute und schnelle Ergebnisse bei ihren Produktionspartnern sicher. Damit diese Strategie auch in der Praxis ankommt, setzt s.Oliver unter anderem auch auf assyst-Technologien wie smart.pattern.

Globale Schnittphilosophie im Teamwork

Die Schnittabteilung am Hauptstandort Rottendorf versteht sich als Kompetenz- und Service-Center. Hier werden die Kernstücke entwickelt. Zusammen mit Designern und Technikern schaffen 14 Mitarbeiter die Standards für eine weltweit einheitliche s.Oliver-Passform-Philosophie. Sie alle stehen im regen Kontakt zu den Partnerunternehmen im Ausland. Und damit eine Hose,

die zum Beispiel in Indien produziert wird, auch einem Europäer passt, setzt s.Oliver Werkzeuge wie Gradierung, Körpermaßtabellen und Fitting Dummies auf Basis der SizeGERMANY-Daten ein.

„Wir suchen uns gezielt Partner aus, die von uns lernen wollen. Wir lernen aber auch selbst. Zum Beispiel erfahren wir von unseren Kollegen aus Indien oder Hongkong viel zu den Trends vor Ort.“

Doris Öhm, Abteilungsleitung Modelabteilung, s.Oliver

Wie sieht die technische Seite dieser Strategie aus?

2010 wechselt s.Oliver von cad.assyst (Unix) auf cad.assyst 20.10 (Windows), um Flexibilität und Effizienz zu erhöhen. Die Migration der Daten und Arbeitsplätze wird sorgfältig von einem Team aus s.Oliver- und assyst-Experten geplant. Dazu gehören zum Beispiel die Vorbereitung von Schnittdatenbank und Berechtigungsvergabe

s.Oliver

sowie die Einbindung in die globale Windows-Server-Landschaft des Unternehmens. Über Nacht wird die Datenbank synchronisiert und auf Windows umgeschwitcht. Vier Key User – von assyst trainiert – coachen ihre Kollegen beim Umstieg in den ersten Tagen. Schon nach einem halben Tag herrscht wieder Alltag in der Schnittabteilung. Die Kollektionsuhr tickt. Das Upgrade betrifft auch smart.pattern. Für s.Oliver ein zentrales System. Hier sind die Rottendorfer Kunde der ersten Stunde. Heute lässt man mehr als 150 Makros für sich arbeiten – bei allen standardisierbaren Schnittelelementen. Zum Beispiel werden alle Futter, Einlagen und Schablonen für Blazer automatisiert entwickelt. So gewinnt man wertvolle Zeit für das Partnermanagement und das Schaffen von Standards.



s.Oliver sieht die Wirkung seiner Strategie und geht seinen Weg konsequent weiter

Durch die Entlastung von Routinetätigkeiten können die Mitarbeiter ihre hohe Fachkompetenz sinnvoll einsetzen. Das ist gut für die Qualität und die Motivation. Und die steigt noch, wenn Doris Öhm und ihre Kollegen in ihrer Freizeit durch die Stadt bummeln. Denn dann treffen sie überall Kunden, die „ihre“ Modelle tragen.

Mit smart.pattern gewinnt s.Oliver Zeit für strategisch wichtige Aufgaben. Und arbeitet deshalb intensiv mit assyst an der Entwicklung neuer Makros für smart.pattern.

Best Practice
Fashion

„Kollektionen gehen bei uns fließend ineinander über: Die aktuelle geht in Produktion. Die folgende wird mit Prototypen abgestimmt, und die übernächste entwickeln wir gerade. Übersetzt heißt das, wir müssen immer flexibler und effizienter werden. Und assyst unterstützt uns dabei.“

Doris Öhm, Abteilungsleitung Modelabteilung, s.Oliver

Wie verkürzen wir die Time to Market?

JK Defence schafft eine durchgängige Prozesskette von der Maßabnahme zum individuellen Kleidungsstück.

Bekleidung für Sonderkommandos, Rettungs- oder Kampfeinsätze ist ein wichtiges Geschäftsfeld beim Ausrüster JK Defence & Security Products. Die Einsatzbereiche der taktischen Bekleidung stellen – gerade bei extremen klimatischen Bedingungen – höchste funktionale Ansprüche an Material, Schnitt und Passform.

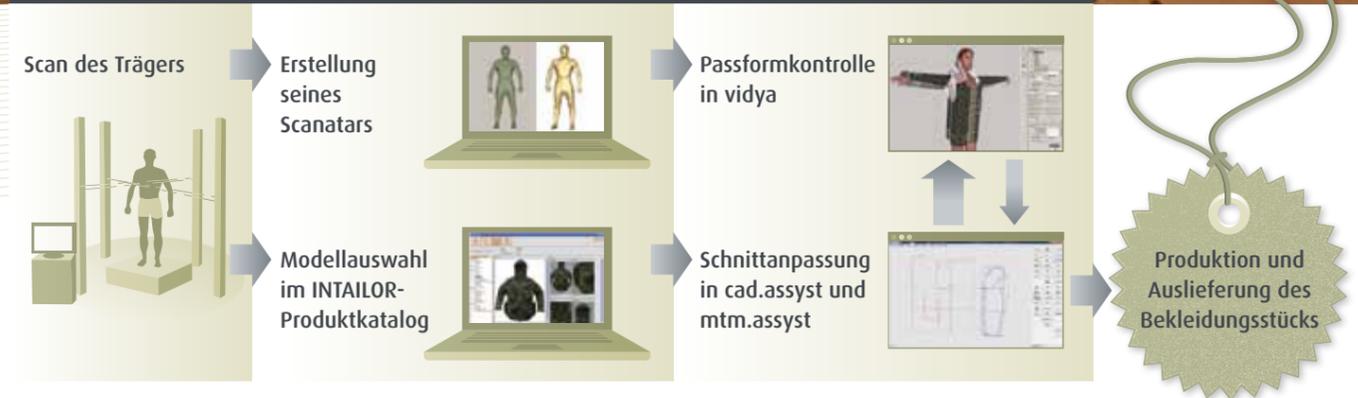
Vor allem bei der Herstellung der Sicherheitsbekleidung potenzieren sich die Anforderungen an Passformgenauigkeit und Qualität. Hier kommt es auf den präzisen Einsatz von Technologie an: Mit eigenen Größentabellen, die sich speziell an trainierten Sondereinheiten ausrichten, und mit einem durchgängigen digitalen Prozess für die maßgenaue Anpassung von Bekleidung. JK Defence ersetzt damit den bisherigen Maßprozess mit wiederholten Kundenanproben und Prozessunterbrechungen und schlägt so eine Brücke zwischen Qualität und Prozesskostensenkung.

„Eine ballistische Schussweste macht man nicht einfach mit einem Gürtel enger. Die muss passen!“
 Jörg Dengler, Prokurist, JK Defence

Mit Technologie von assyst und Human Solutions arbeitet JK Defence wie gewohnt, aber durchgängig digital. Ausgangspunkte des Prozesses sind der Scan bzw. der individuelle Scanatar des späteren Trägers, der digitale Produktkatalog von JK Defence in INTAILOR und der 2D-CAD-Grundschnitt in cad.assyst. In vidya fließt alles zusammen. Hier werden der individuelle Kunde und das Kleidungsstück in 3D simuliert. Dabei gibt vidya auch Materialeigenschaften, Stofffall und Stoffstruktur optimal wieder. Direkt im System werden gewünschte Modellanpassungen und Passformänderungen festgehalten und gleichzeitig die Funktionalität der Passform kontrolliert. Dazu gehört zum Beispiel, ob die Bepolsterung

Einer für alles

JK Defence spart Zeit und Kosten mit einem durchgängig digitalen Prozess und sichert hohe Qualität.



oder der Stichschutz im Kleidungsstück genau nach Vorschrift sitzt und ob alle Taschen in der richtigen Höhe und damit in optimaler Reichweite positioniert sind. Die erforderlichen Änderungen werden in cad.assyst übertragen und so lange verfeinert, bis die Prüfung in vidya optimal ausfällt. Dann wird das Modell genäht und ausgeliefert.

Mit diesem neuen Prozess gewinnt JK Defence an Effizienz und verbessert seinen Kundenservice im Maßbereich deutlich: durch kürzere Lieferzeiten, flexible Reaktion auf Modelländerungen und weniger Zeitaufwand – auch für die Mitarbeiter der Kunden.

„Flexibilität und eine Vielzahl von verschiedenen Varianten sind unser tägliches Brot. Durch die Lösung von assyst und Human Solutions wird unser Ablauf deutlich beschleunigt.“

Jörg Dengler, Prokurist, JK Defence

„Wir haben die gleichen Anforderungen wie jeder Bekleidungshersteller. Aber unsere Toleranz bei Materialverbrauch und Passform geht gegen null.“

Joachim Kalweit, Geschäftsführer und Inhaber, JK Defence

Statt des individuellen Kundenscanatars – wie in diesem Beispiel – können Bekleidungshersteller einen oder mehrere Scanatare nutzen, die unternehmensspezifisch eine bestimmte Zielgruppe oder das Hausmodell in verschiedenen Größen abbilden. Damit lassen sich auch im breiten Modemarkt Zeit und Kosten optimieren und die Durchführung der Qualitätssicherung erleichtern.

Best Practice Fashion

Wie gewinnen wir Geschwindigkeit und Flexibilität im Kreativprozess?

Brioni schafft weltweit einzigartige Kleidungsstücke und steigert dabei seine Performance immer mehr.

Von einer kleinen Schneiderei wurde Brioni zur Ikone des italienischen Stils. Ob Anzug oder Kostüm, Krawatte oder Lederbekleidung – der gemeinsame Nenner aller Produkte ist das stetige Streben nach Optimierung, als wolle man das Beste noch übertreffen.

Tradition und Moderne perfekt verbunden

Mit maximaler Liebe zum Detail schöpft das römische Haus die Möglichkeiten der handwerklichen Fertigung bis zum Äußersten aus. Die Ausdruckskraft, die von der Fertigung eines Kleidungsstückes von Brioni ausgeht, gleicht einem künstlerischen Akt: Um einen Anzug anzufertigen, benötigt man zwischen 18 und 22 Stunden, 220 Arbeitsschritte und 440 helfende Hände. Jeder, der daran arbeitet, widmet sich einem einzigen Schritt, 80 sind es allein für das Bügeln; die Zahl der von Hand auf einer Jacke genähten Stiche liegt zwischen 5 000 und 7 000, je nach Modell und Strukturtyp. Heute wird das „Made in Brioni“ von 400 Schneidermeistern und insgesamt rund 1 650 Beschäftigten erledigt.

Bei der Entwicklung der Kollektion passt sich Brioni den Ansprüchen des einzelnen Kunden an und kann so sein Produkt immer mehr personalisieren. Es gibt im Durchschnitt rund 25 000 verschiedene Kombinationsmöglichkeiten in einer Kollektion. Der gesamte Prozess ist auf ein Qualitätsniveau ausgerichtet, das selbst für die Luxusklasse außergewöhnlich ist. Das Geheimnis: Kein anderes Unternehmen verbindet so perfekt die traditionelle Schneiderkunst mit modernen Industrieprozessen, wie Brioni es tut. Mit assyst-Technologie unterstützt und vernetzt die Premium-Marke ihren aufwändigen Entwicklungsprozess.

Technologie ermöglicht mehr Flexibilität

Die Geschwindigkeit in der Entwicklung ist auch für Brioni Trumpf. Aber nur, wenn sie auch mehr Flexibilität bedeutet und Spielraum für Kreativität lässt. Mit cad.assyst können zum Beispiel unterschiedliche Gradieregeln angegeben werden. Im Hinblick auf die hohe Variantenzahl ist das ein wirklicher Zeitgewinn. Gleichzeitig lassen sich

assyst in Italien und in der Schweiz

Über 200 Unternehmen setzen auf die professionelle Unterstützung durch die Sistemi assyst. Dazu gehören Max Mara und Diesel. „Effizienz und Qualität sind auch in Italien zentrale Themen. Zum Beispiel bei der Passform“, erklärt Italien-Chef Peter Stampfli. Sein Traum: die SizeITALY – die italienische Reihemessung mit 3D-Bodyscannern für eine optimale Datenqualität.
Mehr: www.assystbullmer.it



die Konstruktionsabläufe in der assyst-Software flexibel gestalten, sodass im Kreativprozess nicht eine Aufgabe systematisch nach der anderen „abgearbeitet“ werden muss. Das integrierte Kontrollsystem des Programms sorgt dafür, dass am Ende nichts vergessen wird. Durch Automatisierung entstehen weitere Freiräume. Selbstablaufende Konstruktionsschritte in smart.pattern nehmen Routinetätigkeiten ab und entlasten die Mitarbeiter. Legen mit automarker trägt ebenfalls dazu bei, dass sich die Fachkräfte auf die Aufgaben konzentrieren können, die hohe Expertise verlangen.

„Neue Technologien müssen uns helfen, in der Schnittkreation noch höhere Qualität zu erzielen. Zum Beispiel, indem wir noch mehr Kapital aus unserer unternehmensweiten Expertise und unserem traditionellen Fachwissen schlagen können.“

Dott. Vittorio Bigoi, Managing Director Sforza – Gruppo Brioni

Innovation gezielt einsetzen

Wenn es um Neues geht, haben derzeit bei Brioni die Frauen einen Vorsprung. Als Erste hat die Damenabteilung ein PLM-System eingeführt. Vorkalkulation

Brioni

und Kostenkontrolle sowie das präzise Management der Produktinformationen waren die zentralen Anforderungen bei Brioni Women. Mit plm.assyst hat man sie umgesetzt. Der Rest der Gruppe will jetzt nachziehen.

„Wir brauchen einen Technologie-Partner, der genau zuhören und verstehen kann, worum es uns geht. Und deshalb arbeiten wir mit assyst.“

Dott. Vittorio Bigoi, Managing Director Sforza – Gruppo Brioni

Die Brioni-Qualität wird aufwändig entwickelt. Durch den gezielten Einsatz von Technologie lässt man dabei traditionelles Handwerk und Industrieprozesse verschmelzen.

Best Practice
Fashion



Wie bewahren wir die **Rentabilität** in der Produktentwicklung?

Löffler plant und entwickelt Kollektionen mit plm.assyst und profitiert von Informationstransparenz und durchgängigen Prozessen.

Wer Löffler trägt, kennt kein schlechtes Wetter. Die Liebe zur Natur verbindet die Premium-Marke aus Österreich mit ihren Kunden. Sie bietet Ausdauersportlern alle Möglichkeiten, um Berg und Land zu entdecken – zu Fuß, per Rad oder auf Skiern. Auch das Unternehmen Löffler handelt nachhaltig und umweltfreundlich. Produziert wird fast ausschließlich am eigenen Standort in Ried. Damit das rentabel ist, arbeitet man bei Löffler so effizient wie möglich. In der Produktentwicklung setzen die Rieder dafür auf plm.assyst.

Produktmanagement nach Maß

Produktentwicklung und Produktion gehen bei Löffler Hand in Hand, denn ERP (Intex) und PLM (assyst) kommunizieren direkt miteinander. Alle Informationen, wie Stammdaten, Lieferanten, Materialien, Stücklisten, Kalkulationen oder Maßtabellen, werden nur in einem System erfasst und dann synchronisiert. Das PLM-System greift zudem die bestehenden Prozesse optimal auf. So ergibt sich ein durchgängiger Entwicklungsprozess ohne

Kompromisse. Knifflige Prozessfragen werden dank neuer technischer Möglichkeiten schon bei der Konzeption gelöst. Zum Beispiel: Wie werden Sondermodelle bei Radtrikots optimal in den Prozess eingebunden?

„Wir wollten ein System, das wir gezielt in unserem Sinne ausbauen können und das immer die aktuellen technischen Möglichkeiten aufgreift.“

Harald Kroiss, IT-/Organisationsleiter, Löffler

Transparenz im Entwicklungsprozess

In plm.assyst erfolgt die gesamte Planung und Kontrolle der Kollektion. An 25 stationären Arbeitsplätzen greifen die Löffler-Mitarbeiter via Citrix-Netz auf die aktuelle Kollektionsplanung zu. Über 350 Bekleidungsartikel pro Saison (Sommer/Winter) werden entwickelt. Die meisten Teile produziert der Markenhersteller selbst. Nur Accessoires wie Handschuhe werden schon auch einmal zugekauft. Das PLM-System unterstützt beide Prozesse



Strategische Faktoren: Wirtschaftlichkeit und Qualität

Qualität ist die zentrale Vorgabe für die hochwertige Sportmarke. Neben der Materialprüfung führt man in Ried deshalb Tragetests durch. Dort werden Komfort, Passform und Funktionalität der Bekleidung bewertet. Mit plm.assyst kann die Qualitätsrückmeldung standardisiert dokumentiert und ausgewertet, gleichzeitig aber auch wirtschaftlich geplant werden. Durch den Kollektionsrahmenplan lassen sich Anzahl und Stückpreise der Modelle vorgeben und mit dem absehbaren Produktionspreis vergleichen. Werden zum Beispiel Nähte geschweißt, um ein Scheuern zu vermeiden, zeigt das System sofort, ob der Zielpreis noch eingehalten werden kann.

„Beim Systemausbau folgen wir unserer Unternehmensstrategie und unterstützen mit plm.assyst Qualität und Wirtschaftlichkeit in Entwicklung und Produktion.“

Harald Kroiss, IT-/Organisationsleiter, Löffler

lückenlos. Inzwischen ist es zum Rückgrat der Kommunikation über alle Abteilungen geworden. Alle Dokumente bis hin zum Designentwurf in Corel sind in plm.assyst eingebunden und damit stets auf dem neuesten Stand. Seit einigen Monaten hat Löffler plm.assyst um die Materialvordisposition für alle Produktlinien erweitert. Ein logischer Schritt, denn aufgrund der transparenten Planung lässt sich auch der Verbrauch der teuren High-tech-Materialien je Farbe optimal bestimmen und direkt an die Strickerei weitergeben.

Löffler hat Prinzipien und will diese in seiner Unternehmensstrategie konsequent umsetzen. Dazu gehört auch der umfassende Einsatz eines PLM-Systems wie plm.assyst, das diese Strategie unterstützt.

Best Practice Fashion



walbusch
BEQUEME HERREN-MODE

Wie sieht unser Kunde aus?

Mit iSize bindet Walbusch aktuelle Daten zu Maßen, Körperform und Haltung von Best Agern in seine Produktentwicklung ein.

Walbusch hat ein klares Profil als Spezialversender für Frauen und Männer im besten Alter. Über Katalog und Internet sowie in zehn Fachgeschäften werden hochwertige Damen- und Herrenmode sowie Funktionsbekleidung vertrieben. Dabei gibt das Solinger Unternehmen seinen Kunden ein Versprechen: Bequemlichkeit von Kopf bis Fuß – eine verlässliche Passform und ein hohes Maß an Qualität und Service. Daran arbeiten über 850 Mitarbeiter an drei Standorten in Deutschland, Österreich und in der Schweiz.

„Von Mensch zu Mensch“

Für seine Kunden nimmt sich Walbusch Zeit. Im persönlichen Gespräch, aber auch in der Produktentwicklung. Passformsicherheit ist dabei ein zentraler Wert. Mit der Reihemessung SizeGERMANY, dem Datenportal iSize und zielgruppenspezifischen Büsten nutzt man in Solingen die Chance, neben dem individuellen Kunden-Feedback auch neueste objektive Erkenntnisse über

„den“ Walbusch-Kunden in das eigene Kollektionskonzept, den Einkauf und die Qualitätssicherung einzubinden.

„Wir wollten das subjektive Trageempfinden unserer Hausmodelle so weit wie möglich objektivieren und auf eine breitere Basis stellen. Der Aufbau von zielgruppengerechten Anprobeküsten war für uns daher besonders wichtig.“

Hartwig Bohnenkamp, Leiter Qualitätsmanagement, Walbusch

Walbusch geht mit gewohnter Sorgfalt vor

In der ersten Projektstufe werden die aktuellen Daten der Walbusch-Zielgruppe aus der SizeGERMANY-Reihemessung herausgefiltert und separat ausgewertet. Hier zeigen sich bereits die ersten Abweichungen zur Standardmaßtabelle. Die Taillenumfänge liegen deutlich über, die Körpergröße jedoch deutlich unter den erwarteten Werten.

Die zweite Stufe hat ein ehrgeiziges Ziel: die Überarbeitung von Körpermaßtabelle und Gradierung. Dabei sollen alle Maße hinterfragt und aktualisiert, über die einzelnen Größen hinweg aber der gleiche Körpertyp beibehalten werden. Mittels der über iSize erarbeiteten neuen Körpermaßtabelle, die genau dem Walbusch-Kundenmix nachempfunden ist, überprüft man in Solingen nun die Grundkonstruktion der eigenen Schnitte – als Pilotprojekt zunächst für die DOB-Größe 42. Nichts ist tabu, alles steht auf dem Prüfstand.

Mit iSize überprüft Walbusch auch die Marktanteile der neuen Maßtabelle und ergänzt das Kundenbild durch Scanatare mit Informationen zu Körperform und Haltungseigenschaften. Das ist wichtig, denn mit zunehmendem Alter können sich diese deutlich verändern, auch wenn die Konfektionsgröße dieselbe bleibt. Der Spezialversender erkennt schnell das große Potenzial seiner Untersuchung für die eigene Passformoptimierung. In der dritten Projektstufe werden deshalb, ausgehend von den 3D-Modellen, physische Büsten gefertigt – genau nach den unternehmensspezifischen Angaben und exakt nach den neuen SizeGERMANY-Maßen.

Objektive Überprüfung der Schnitte

Das Ergebnis der ersten „Büsten-Anproben“ bestätigt das Praxiswissen der erfahrenen Qualitätsentwickler und Schnittmacher. Sie finden deutliche Abweichungen zum überlieferten „Schulwissen“ der Branche für diese Kundengruppe.

Zum Beispiel zeigt sich, dass bei zunehmendem Alter der Winkel der Brustabnäher deutlich größer sein muss als die bisher gelehrt 13 Grad. Auch im Bereich der Bundweiten tun sich neue Welten auf. Parallel zur Analyse der neuen SizeGERMANY-Daten lernen die Walbusch-Konstrukteure durch die Anproben an der Büste auch mehr über die Passformprobleme bei zunehmendem Körpervolumen und können dieses Wissen im Rahmen der Produktentwicklung direkt einsetzen.

„Wir wollten ein System, das wir gezielt in unserem Sinne ausbauen können und das immer die aktuellen technischen Möglichkeiten aufgreift.“

Hartwig Bohnenkamp, Leiter Qualitätsmanagement, Walbusch

Im Anschluss an das Pilotprojekt hat das Unternehmen noch weitere Avatare für Damen und Herren erarbeitet. Für jede zweite Größe gibt es nun auch eine physische Büste. Jetzt urteilen die Kunden des Versenders über die Qualität der Passform. Und bisher sieht es so aus, als habe sich die Walbusch-Sorgfalt wie immer gelohnt.

Die neuen Daten und Büsten überzeugen Walbusch. Was früher individuell – und nur aus der Erfahrung heraus – nachkorrigiert wurde, kann jetzt von Anfang an objektiv in die Produktentwicklung einfließen.

Best Practice
Fashion

Wie können wir Servicequalität und Effizienz verbinden?

Mit automarker und autocost optimiert die Rofa Fashion Group die Durchlaufzeiten in der Arbeitsvorbereitung und den Materialeinsatz.

Der Blazer- und Jackenspezialist Rofa ist bekannt für die Qualität und die perfekte Passform seiner Produkte. Ein großer Teil des Rofa-Geschäfts ist die Produktion von White Labels – mit optimalem Preis-Leistungs-Verhältnis – für namhafte Versender und Einzelhändler. Bei über 3 000 Kunden mit unterschiedlichen Marktstrategien spürt das Unternehmen die steigenden Anforderungen im Bekleidungsmarkt besonders intensiv.

Variantenreichtum in der Fertigung

Der Trend im Markt geht weg vom Standard hin zu mehr Modellvarianten und aufwändigen Details. Gab es noch vor einigen Jahren in der Regel einen Oberstoff pro Modell, sind es heute gerne vier oder fünf verschiedene. Dazu kommen immer mehr (zielgruppengerechte) Styles mit unterschiedlichen Futterstoffen, Verschlüssen, Applikationen oder Ornamenten. Früher rechnete Rofa im Blazersegment mit circa 150 Varianten, heute sind es schnell 250 pro Saison. Auf die neuen Ansprüche seiner Kunden reagiert das Unternehmen konsequent und

verstärkt sich bei der strategischen Neuausrichtung zur Fashion Group auch mit Technologie von assyst.

Wandel mit Technologie

Die neue Rofa Fashion Group schneidert moderner, ist hochflexibel bei der Auftragsbearbeitung und setzt hohe Qualitätsstandards rentabel um. Dafür hat man mit technischer Unterstützung und einem präzise geplanten Prozess von der Vorkalkulation bis zur Produktion gesorgt. Was unverändert bleibt, ist die Leidenschaft für Mode, die sich in der hohen fachlichen Kompetenz des Rofa-Teams zeigt.

„Für uns ist es nicht nur unerlässlich, im Saisonverlauf kosteneffizient zu arbeiten und dabei Einsparpotenziale im Materialsektor optimal zu nutzen, sondern auch in Spitzenzeiten unsere Kapazität im Bereich Auftragsoptimierung und Schnittbilderstellung zu vergrößern.“

Stefan Nasser, Produktionsleitung Europa, Rofa Fashion Group



ROFA
FASHION GROUP

Flexibilität in Kombination mit Qualität und Schnelligkeit

Wenn heute bei der Produktionsleitung in Werbach bei Würzburg das Telefon läutet, bieten die Rofa-Mitarbeiter perfekten Service. Aufträge werden schnell gefertigt. Trotzdem können Änderungen, zum Beispiel beim Größenschlüssel, flexibel umgesetzt werden. Denn Auftragsplanung und Durchlaufzeiten in Arbeitsvorbereitung und Produktion sind optimal koordiniert.

Das hat seinen Grund: Schon bei der Variantenerstellung spart Rofa mit smart.pattern Zeit ein, etwa durch die automatische Anpassung von Futterstoffen. In der Arbeitsvorbereitung nutzt man autocost und automarker auf automarker.com, um möglichst schnell und effizient zu arbeiten. Mit dem assyst-Serviceportal lassen sich Arbeitsaufwände und Materialverbrauch genau bestimmen und auf Basis der exakten Vorjahreswerte auch bei neuen Projekten präzise einschätzen. Bei Lastspitzen entstehen heute keine unnötigen Wartezeiten mehr. Denn die Rofa Fashion Group kann mit dem assyst-Service wesentlich mehr Daten verarbeiten als früher und ihre Kapazitäten besser ausschöpfen. Bei einem veränderten Größenschlüssel werden die Lagenbilder auf automarker.com in der rumänischen Produktionsstätte einfach entsprechend anders gerechnet.

Ein großer Vorteil ergibt sich in der Kommunikation mit anderen Standorten, denn im Internet stehen alle aktuellen Daten bereit. Fehler beim Datentransfer für einen Auftrag sind damit ausgeschlossen. Und dank der optimalen Kalkulation und Planung verbraucht Rofa seither Jahr für Jahr rund zehn Prozent weniger Stoff als vor der Einführung des Systems.

„Wir setzen autocost und automarker ein, damit unsere Prozesse in der Arbeitsvorbereitung und folglich die Produktionsabläufe reibungslos vonstatten gehen, ohne dass wir dabei die Einsparpotenziale aus den Augen verlieren.“

Stefan Nasser, Produktionsleitung Europa, Rofa Fashion Group

Die Rofa Fashion Group unterstützt ihre Neuausrichtung mit „Software as a Service“ beim Legen und in der Auftragsplanung. Durch autocost und automarker kann die Rofa Fashion Group ihre Einsparpotenziale genau analysieren und ausschöpfen.

Best Practice Fashion

Alles wird neu,
besser!

Bewegung

Fortschritt

Die virtuelle Welt wird 3D

Chance

Verbesserung

HERAUSFORDERUNGEN

Lang Überzeugungspraxis

Human Solutions + assist

Innovation

Permanentes Lernen

Neuerungen

Jung bleiben

Zukunft

Neue Impulse
und Möglichkeiten

Weiterentwicklung

Über den eigenen Schatten springen

Sich selbst
hinterfragen

Neuigkeiten

Was denken Sie über Veränderung?

Veränderung ist ein Thema mit vielen Facetten. fashion 02 kann in dieser Ausgabe nur Beispiele für Veränderungen in der Bekleidungsbranche geben. Natürlich ist der Weg für jedes Unternehmen verschieden. Aber einig ist sich die Branche doch. Die Einstellung zu Veränderung ist nämlich einhellig positiv. Woher wir das wissen? fashion 02 fragte Entscheider: „Was bedeutet Veränderung für Sie persönlich“, und sie haben so zahlreich geantwortet, dass hier nur ein kurzer Auszug möglich ist.

Veränderung ist meistens
etwas Positives

aus kaltem Wasser springen

Veränderung ist
die einzige Konstante

Nach vorne

Ein Teilzeitspaß, dann Vorkooperation



Wie sieht Veränderung bei Ihnen aus?

Impressum

Danksagung:

Viele Kunden und Partner haben uns tatkräftig mit Interviews, Informationen und Bildern unterstützt. Vielen herzlichen Dank!

Herausgeber:

assyst GmbH
Max-Planck-Str. 3
D-85609 Aschheim-Dornach
Tel.: +49-89-90 505 0
Fax: +49-89-90 505 271
www.assyst.de

Verantwortlich für den redaktionellen Inhalt:

Alexandra Seidl, Human Solutions GmbH
(alexandra.seidl@human-solutions.com)

Redaktion und Layout:

Marketing Essentials
(Angelika Methner, Annegret Schall-Ceppa, Claudia Collin)
www.marketing-essentials.de

© Copyright 2011 für alle Beiträge und Bilder bei der assyst GmbH und bei der Human Solutions GmbH – sofern nicht anders gekennzeichnet. Nachdruck, Aufnahme in Online-Dienste und Internet und Vervielfältigung auf Datenträger wie CD-ROM, DVD-Rom etc. nur nach vorheriger schriftlicher Zustimmung durch die assyst GmbH oder die Human Solutions GmbH.

Setzen Sie mit assyst und Human Solutions auf Made in Germany.

ABST > Achima > Adidas > Adler > Ahlers Group > Akris > Alba > Alberto > Alison Hayes > Allsport > Altwell > Alvanon > Ambiente > American Uniform > Andrea Moden > Anita > Apriori > Aqualand > Arbeitsschutz Leipzig > Arcandor > Arco > Artviduum > Astex KFT > Atelier Goldner Schnitt > Atelier Sieben > Augustat > Aunde > Avantgarde > Avicenna > BAF > Baltz > Basler Fashion > Bauerfeind > Bäumler > Begana > Belfe & Belfe > Ben Barton > Bendon > Berwin & Wolff > Bestform Foundations > Betty Barclay > Biba > Bielefelder Werkstätten > Bierbaum Proenen > Bleyle Underwear > Bodymetrics > Bogner > Bondi Dress > Bosch Textil > Brax > Brioni > Bristol Uniforms > Bruns Männermoden > BSN Medical > Büttel Bekleidungswerke > Bundesverband des Deutschen Versandhandels > Burda > Butterick Company > C & A Mode > C.J. Schmidt > Calida Bodywear > Car Trim > Casamoda > Catex > Cavita > Centre de recherche Primiles > Charles Vögele > Charmor > Chauffette > China Chengdu Uniform > Cinque Moda > Cinque > Cosma Moden > Crash > Crönert > Cut for You > Dahlinghauser Bekleidungswerke > de Wilde > Delmod International > Dessous dessus Design > Detlev Louis > Diesel > Dinotex > Discovery > DK Profashion > Dodenhof > Domo > Dresdner Herrenmode > Dressler > Drykorn > DuPont > Elégance > Elkroj > Engelhorn Mannheim > E-One > Epas > Erfo Bekleidungswerke > Escada > Esge Textilwerk Maag > Esprit > Estare Culto > Eterna Mode > Eugen Klein > Eurocopter > Eurodress > Evelin Brandt > Falke > Fantom Clothing > Felix W. Retail > Feuchter > Finke Moden > Foshan Oleno > Frank Henke > Frank Walder > Franke & Schulte > Frankenwälder > Freeman T. Porter > Fritz Hiltl Hosenfabrik > Fuchs & Schmitt > Gebrüder Mey > Gerke & Söhne > Gerry Weber > Gil Bret > Gin Tonic > Gore > Gorenska Oblacila > Görtz-Welsch Modedesign > Gössl > Grasegger > Hauber > HAW Hamburg > HB Schutzbekleidung > Heidemann Fashion > Heinecke & Klaproth > Heinrich Katt > Helsaform > Henne Country Moden > Hensen > Hermann Lange > Herrnböck > Hersfelder Kleiderwerke > HFK Bremen > Hiller > Himolla > Hinrichs Bekleidungswerk > Hirmer > Hirsch > Hoal > Home Shopping Europe > Hout Brox > HS Albstadt-Sigmaringen > HS Niederrhein > Hubermasche > Hugo Boss > Hümmer > Hüren > Hymen > Jack Wolfskin > Jackson Manufacturing > JCK Holding > Jes Fashion > Jil Sander > JK Defence > Jockey > Josef Geis Herrenkleiderfabrik > Julius Zöllner > Jutec > JVA Aichach > K & L Ruppert > Kalocsai > Kamlah > Karstadt > Katag > Kathy Heyndels Athens > Kaufhof Warenhaus > Kentucky Reitmoden > Kentwear Fashion > Kerschensteinerschule Stuttgart > Kik Textilien > Kikomo > Kirsten Mode Design > Koinor Polstermöbel > Koppe > Krateks > Kreativ Moden > KTC Limited > Kurbus Anton > Laauser Möbelmanufaktur > Lady Jane > Laurel > Le-go > Leineweber > Leithäuser > Lerros Moden > Levi Strauss > Lidl > Lodenfrey > Löffler > Lowa Sportschuhe > Madeleine Mode > Makyta > Mammut Sports > Marc Aurel Textil > Marc Cain > Marc O'Polo > Margarete Steiff > März München > Maskpol > Matex > Max Mara > Me and my Jeans > Mehler Vario System > Merk > Metro Group > Mey > Miles Fashion > Milestone Sportswear > Mistral > Mo Koshji Moda Tim > Modehaus Braun > Modeinstitut Berlin > Montana > Mopan Alken > More & More > Mr. K > Mura > Murk > Mustang > Naturana > Neckermann.de > Negele Uniform > New Yorker > Nikatex > NKD > Noel > Nur-Die > Odenwälder > Odermark > Odlo > Olnetex > Olsen > Otto > Otto Schuler > Oui > Paul & Shark > Paulina > Peek & Cloppenburg > Peine > Peter Hahn > Pionier > Pirin-Tex > Polaris > Polo Expressversand > Polsterwerkstätten Steinau > Priess Modelle > Primavera > Primera > Promtex > ProPat > Public Bekleidungs Design > Quelle > QVC > Rabe Moden > Raymond > Rebmann > Remko Konfeksiyon > Rena Lange > René Lezard > RHM Pants > Riani > Rieder Moden > River Oaks > Robert Klingel > Rofa Moden > Rosner > Roy Robson Fashion > s. Oliver > S.C. Evil > S.C. Moda > S.C. Mondoconf > S.C. Tarnava > S'Mode > Saniwo Textil > Santens > Scampini Santino > Schiesser > Schneider Sportswear > Schöffel Sportbekleidung > Schumacher > Seeler Simatex > Seidensticker > Sigikid > Singhoff > Sonja Marohn > Speidel > St. Emile > St. Laurie > Stehmann Mode > Stiff Windisch > Stormark > Styl > Sulu > Sunflair > Swing Modelle > Tac Tic's > Tailor Made > Textilkontor W. Seidensticker > Tom Tailor > Toni Dress > Traders Ateliers und Fabrics > Trendline > Tricia Jones > Trigema > Triumph > TU Dresden > Institut für Textil- und Bekleidungstechnik > Tuzzi > Uli Schneider > Ulla Popken > Vartex > Vaude Sport > Vera Mont > Verpass > Wabo Textil > Wahler > Walbrzych International > Walbusch > Walker > Walter Krines > Weingarten > Wienand & Corpus > Wilhelmshavener Bekleidungswerke > Willy Maisel > Wilvorst > Windsor > Wintex Apparel > WIWEB > Wöhl > Workfashion.com > Württembergisches Staatstheater > Zascita > Zaza