

[Subscribe](#)

[Past Issues](#)

[Translate](#)

Deutsches Mode Institut - Newsletter

[View this email in your browser](#)

[women](#) [men](#) [colours](#) [blog](#)

DMI
DEUTSCHES MODE INSTITUT



The banner features a dark background with a network of glowing blue lines and nodes. On the left, a white square contains the text 'Re'aD Summit 2020' and 'powered by IGEDO Company'. On the right, the DMI logo is in the top right corner, and the main text reads: 'ACHTUNG NEUER TERMIN! 24. November 2020 | online', 'digital x design – are you ready?', and 'DIE DIGITALE PRODUKTENTWICKLUNG IM NETZWERK DER SUPPLY CHAIN'.

Re'aD
Summit 2020
powered by
IGEDO Company

ACHTUNG NEUER TERMIN! 24. November 2020 | online
digital x design – are you ready?
**DIE DIGITALE PRODUKTENTWICKLUNG
IM NETZWERK DER SUPPLY CHAIN**

DMI
DEUTSCHES MODE INSTITUT

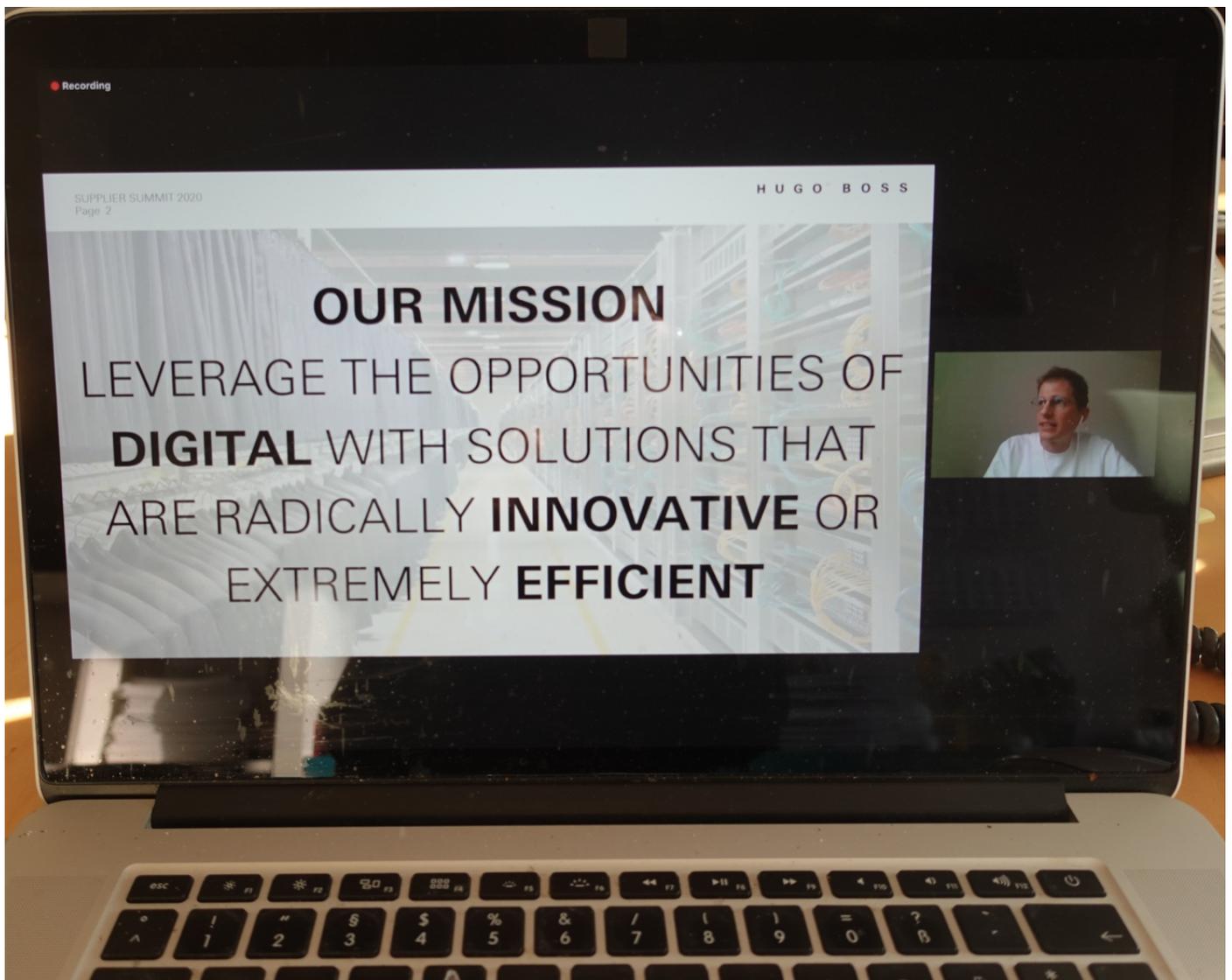
Re'aD Summit 2020 „digital x design“ – ONLINE
powered by IGEDO Company



„Die digitale Transformation schaffen wir nur gemeinsam!“

Zum Thema „**digital x design**“ powered by IGEDO Company trafen sich international agierende Bekleidungs-Unternehmen wie **Bon Prix**, **Hugo Boss** und **Marc Cain** gemeinsam mit ihren Lieferanten wie den hochwertigen Stoffproduzenten **Marzotto** aus Italien und **Altinyildiz** aus der Türkei und ihren digitalen Technologie-Partnern. Anwender und Anbieter neuester Digitalsysteme zur Produktentwicklung schilderten der teilnehmenden Branche beim **Re'aD ONLINE-Webinar** aktuelle Innovationen und ihre Erfahrungen im Umgang mit den führenden Cloud-Angeboten.

Dabei ging es um das Sourcing von Farben und Stoffen, 3D-Design-Software und Material-Management, über die ineinandergreifende Designentwicklung in der **DMix-Cloud**, wo **ColorDigital** und **CLO** eine vernetzte Infrastruktur für eine virtuelle Produktentwicklung bieten, bis hin zum optimal kalibrierten Bildschirm von **EIZO** und den Sublimationsdruckern von **EPSON**, mit dem sich selbst fluoreszierende Farben drucken lassen.



„Die Uhr tickt – dass man digital wird, sollte 2020 nicht mehr die Frage sein!“ sagt Tobias Kalthoff, Head of Business Innovation bei HUGO BOSS.

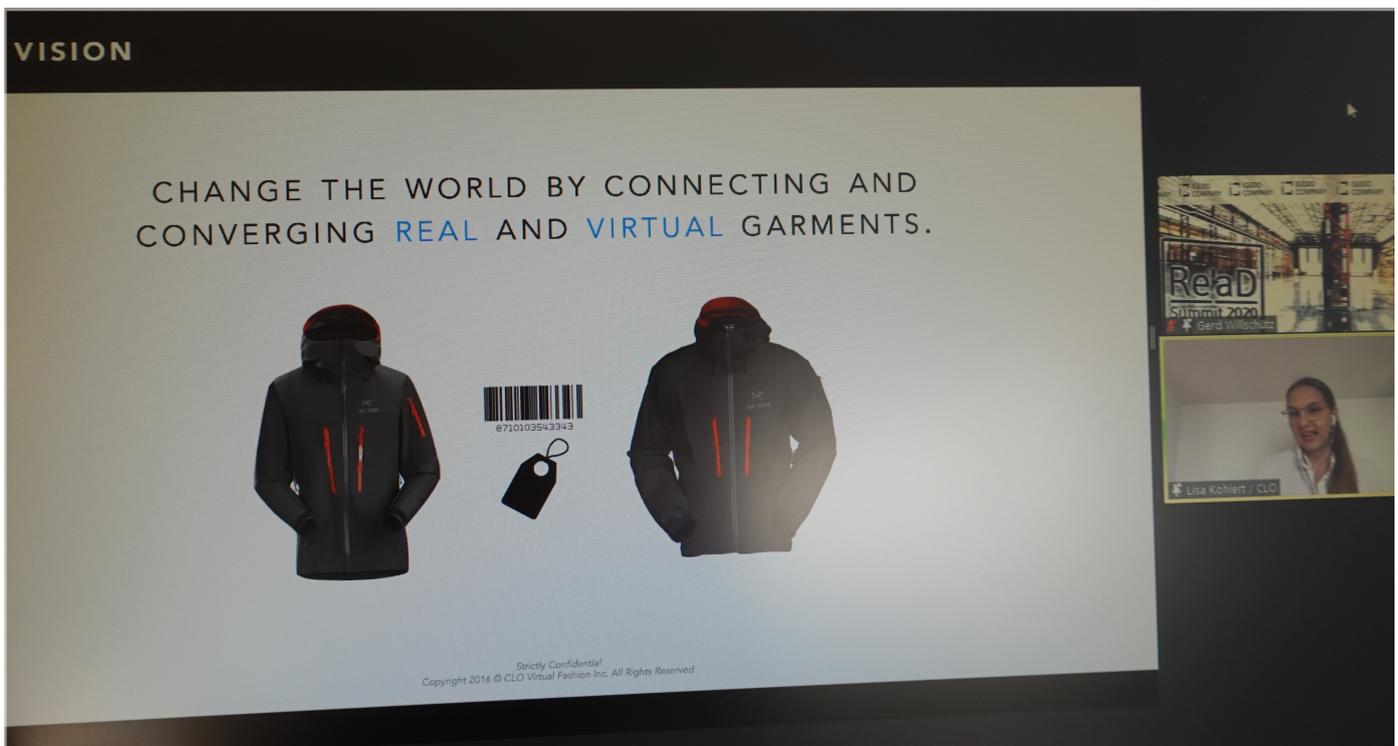
Bei Hugo Boss kam die initiale Idee im Jahr 2013 aus einer internen Initiative, bei der über zukünftige Arbeitsweisen und den Kundenfokus diskutiert wurde. Schritt für Schritt sei das Thema über die Jahre gewachsen und wurde immer wichtiger. Man wolle keine Insellösung sein, sondern die Digitalisierung wirklich vorantreiben, in die Offensive gehen, Prozesse intern/extern zusammenzuführen. Schritte machen, die uns alle voranbringen.

„Es gilt jetzt auch, in die Umsetzung zu kommen. Die aktuelle Mission ist, die Möglichkeiten der Digitalisierung auf die radikalen Innovationen und extreme Effizienzhebel zu fokussieren.“



„Ein Ausgangspunkt jeder Designentscheidung ist Farbe.“ Wie sich mit innovativer Technologie selbst Farbtrends analysieren lassen, erläuterte Carl Tillessen, Chefanalyst des Deutschen Mode-Instituts. Gemeinsam mit Color Digital wurde ein digitales Tool entwickelt, das durch algorithmische Bildanalyse das Entstehen von Farbtrends in der Mode in Echtzeit erfasst und damit eine objektive Grundlage für Prognosen liefert. *„So können wir anhand der gewonnenen Daten nicht nur sagen, welche Farben in der Mode wichtig werden, sondern auch exakt zeigen, in welcher Gewichtung diese Trendfarben eingesetzt werden. Und das mit enormer Geschwindigkeit.“*

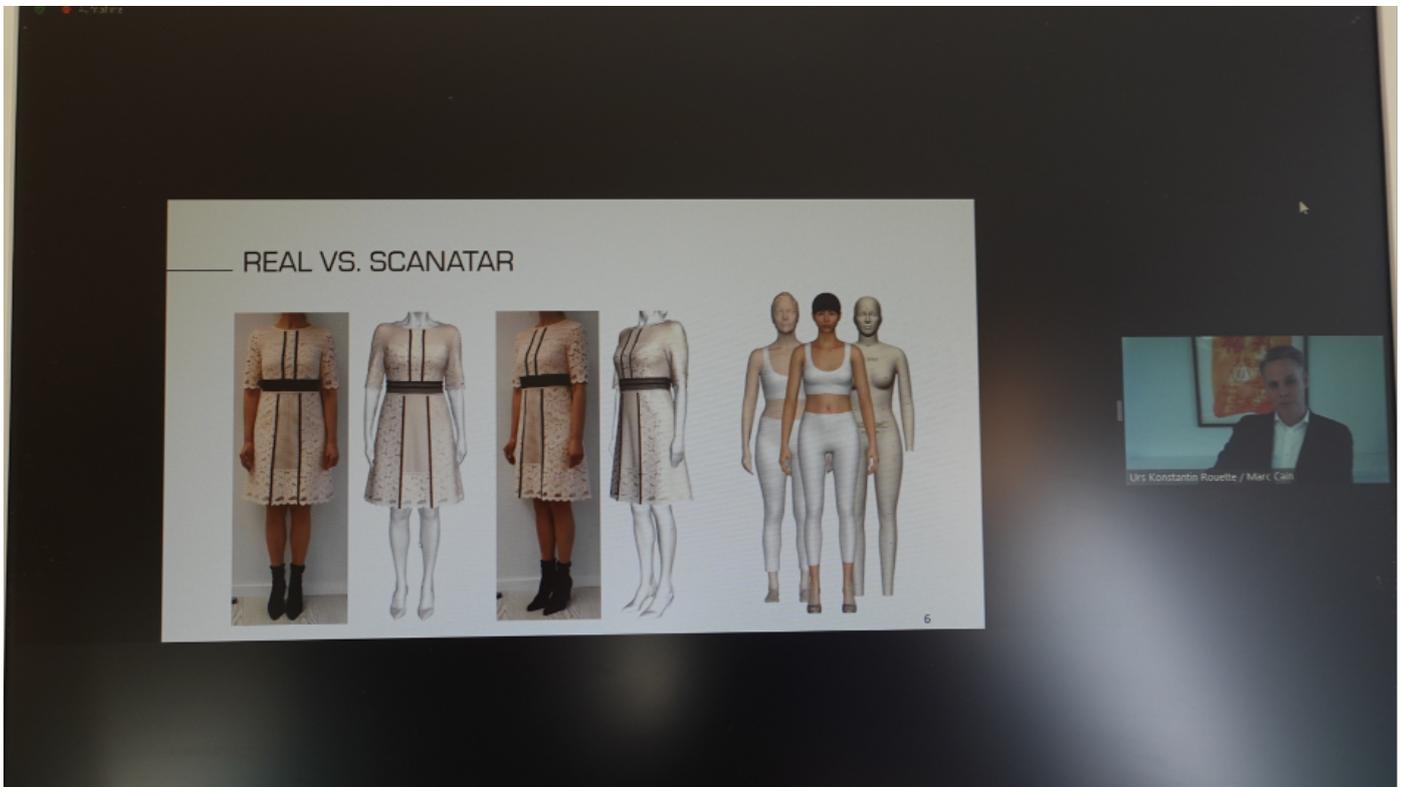
Dass solche vorausschauenden Analysen besonders für Unternehmen relevant sind, die schnell zeitaktuelle Trends kundenorientiert umsetzen müssen, bestätigt Simone Pohlmann, Head of Product Management bei Bon Prix/ OTTO Group. Bisher arbeitet sie daran, Vergangenheitsdaten in die KI einfließen zu lassen, um zu erkennen, welche Artikel sich sehr stark verkaufen und welche nicht. *„Diesen Zukunftsblick, den Sie hier mit der Methodik bieten können – das wäre für uns schon sehr interessant! Das hilft uns, in Zukunft noch zielgerichteter zu sein.“*



Modifikationen von Farben, Materialien und Mustern, Größen und Silhouetten von Mode und Accessoires lassen sich auf vielfältigste Weise digital differenzieren – und werden unmittelbar auf dem virtuellen Avatar angezeigt. Mit der 3D-Design-Software von CLO ist das heute schon möglich. Das Mode-Unternehmen Marc Cain nutzt die innovative Technologie bereits und geht sogar noch weiter – bis zu virtueller Mode an bewegten Modellen auf dem digitalen Laufsteg. Urs Konstantin Rouette, Geschäftsführer Design, Technische Entwicklung, Fertigung und Beschaffung bei Marc Cain, gab Einblick in die komplett digitalisierten Prozessabläufe und setzte damit ein überzeugendes Statement. Von der Kreation bis zum Kunden, End-to-End, ist da nur weiterer Schritt.

CLO unterstützt die Standard-CAD-Programme, wie Lisa Kohlert, VP of Business Development bei CLO Europe, beim Re'ad Webinar erklärte und darüberhinaus Zuschauer-Fragen beantwortete, auch die Gradiertabelle sei kompatibel.

„Die 3D garments, sowie das Tech Pack werden intern und extern mit Lieferanten und Produzenten geteilt. Das kann sehr einfach über die CLO Plattform passieren. Je nach Zugriffsrechten, die ein admin vergeben kann, kann die entsprechende Person die Dateien dann auch weiter entwickeln/bearbeiten.“



Kreativität, Forschung und Praxisnähe treffen in den Hochschulen aufeinander. Darum präsentierten bei Re'ad auch Studierende der **Hochschule Niederrhein** ihr kundenorientiertes Projekt „Everybody is unique“ in Kooperation mit EPSON Deutschland. Von der Farbauswahl nach den Farbkarten des DMI und die Erstellung von Moodboards über die Muster- und Schnittentwicklung in Losgröße 1 bis hin zum fertigen Modell und Präsentation am Model – live aus dem Labor der Hochschule.



„Es kommt es oft vor, dass am Anfang des Prozesses Details noch nicht festgelegt sind und während der Entwicklung geändert werden.“ Anne und Sophie Lupas von Studio Lupas beraten Unternehmen bei der Umsetzung der Digitalisierung ihrer Produktionsprozesse, bei

Re'aD berichteten sie von ihren Erfahrungen anhand von Kundenbeispielen. *„Der verwendete Avatar sollte durchgängig in der Entwicklung Ihrem Kunden entsprechen, um gewisse Ableitungen (Passform etc.) treffen zu können.“ Das Material und der Schnitt kann entlang der Entwicklungsphase natürlich weiterentwickelt und angepasst werden.“*

Re'aD bringt die Branche zusammen – live und online, präsent wie im Streaming auch über die Veranstaltung hinaus, was die zahlreichen Anfragen im Nachgang bestätigen.

„Hochinteressant“, „Gratulation zu diesem gelungenen Online-Event“ und „die Veranstaltung hat wieder einmal bestätigt, wie wichtig der Austausch und die Vernetzung sind“ sowie „Total spannend! Es hat sich super gelohnt, so lange dran zu bleiben und all diese Möglichkeiten zu sehen, wie sich zukünftig Bekleidung machen lässt“, lauten nur einige Mails, die uns erreichen.

Das überaus positive Feedback motiviert uns einmal mehr, die Branche weiterhin bei der Transformation der Design- und Produktionsprozesse zu begleiten, über neueste Technologien zu informieren und eine Plattform des Austausches von User zu User zu bieten. Denn die notwendige Digitalisierung schaffen wir nur gemeinsam, wie Tobias Kalthoff in seinem Beitrag zum Ausdruck gebracht hat.

„Wir können uns ja nicht vor dem Digitalen verschließen“, unterstreicht Ulrike Kähler, Geschäftsführerin der IGEDO Company als Gastgeberin des Re'aD Summit 2020. Die Verknüpfung mit dem virtuellen Raum sei auch für die Messen heute ein relevantes Thema. *„Messen sind das entscheidende letzte Glied in der Supply Chain. Wenn sich die internationalen Lieferketten in der B2B-Kommunikation digitalisieren, bleiben auch wir von dieser Entwicklung nicht ausgenommen“,* so Kähler. *„Wir brauchen wichtige digitale Add-Ons – da ist die Kooperation mit dem DMI zu einer gemeinsamen übergreifenden Kompetenz eine ganz wichtige Säule für unser Unternehmen geworden.“*