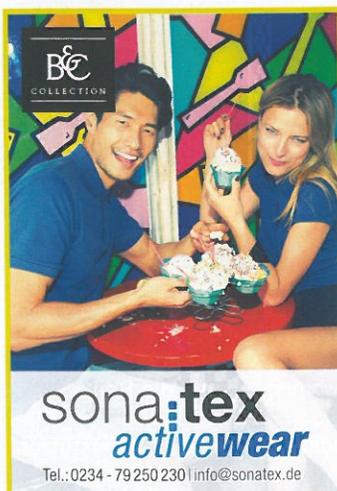


lungsmarkt. Und viele Veredlungsbetriebe beabsichtigen, in neue Lasersysteme zu investieren. In Stuttgart hatten die Veredler die einmalige Gelegenheit, sich ausführlich über die Verfahren zu informieren.“ Zu den Ausstellern der „Laser Discovery Tour“ gehörten Z-Laser Optoelektronik, Seit Elettronica mit dem deutschem Vertriebspartner Mountek, Gunold als Vertreter des englischen Herstellers CadCam, AS system, cameo Laser, Trotec Laser und CTC Stickmaschinen.

14 Prozent der TV-Besucher ließen sich den Ergebnissen der Besucherbefragung zufolge von den Wettbewerbsbeiträgen des „Golden Shirt Award“ inspirieren. Publikumsmagneten waren zudem der Themenpark „Style at Work“, der den Aspekt der individualisierten Berufs- und Arbeitskleidung zum Thema machte, das Siebdruck-Forum „Charlie’s Corner“ mit dem Siebdruckexperten und TVP-Autor Charlie Taublieb und der TVP-Infopoint „fair•eco•bio“. Hier hatten die Messebesucher erstmals die Gelegenheit, sich bei Vorträgen und Workshops

umfassend mit den Fragen rund um fairen Handel, nachhaltige Produkte und ökologische Produktionsverfahren im Bereich der Werbeteextilien auseinanderzusetzen. Zu den Rahmenprogramm punkten beachten Sie bitte die weiteren Beiträge in dieser Ausgabe der TVP.

Um das äußerst umfangreiche Informationsangebot der TV TecStyle Visions sowie der parallel laufenden EXPO-Messen nutzen zu können, mussten die Besucher durchaus Prioritäten setzen – zu Ungunsten des Seminarprogramms des TV-Fachforums. Hier hatten Experten der Textilveredlerbranche Fachseminare angeboten, die jedoch vergleichsweise wenig angenommen wurden. Waren es bei der TV TecStyle Visions vor vier Jahren noch über 300 Teilnehmer, so nutzten nach rund 180 Interessierten im Jahr 2012 in diesem Jahr nur noch 150 Besucher das Seminarangebot. Stefan Roller-Aßfalg, TVP-Chefredakteur und Organisator des Fachforums, hierzu: „Wir werden die Rückmeldungen der Referenten und Seminarteilnehmer genau analysieren und das Konzept des Fachforums überprüfen. Wir wissen, dass der Bedarf an Aus- und Weiterbildungsangeboten in unserer Branche enorm groß ist, aber möglicherweise müssen wir die Seminare in anderer Weise in die Messe einbinden und inhaltlich sowie räumlich neu ausrichten. Hier erhoffen wir uns weitere Ideen und Vorschläge aus der Branche, um das Fachforum exakt auf die Bedürfnisse der Textilveredler abstimmen zu können.“



Ausstellerstimmen zur TV TecStyle Visions 2014

Der Firma Madeira bleibt einzig und allein, für die 2014er Edition der TV TecStyle Visions die Bestnote zu vergeben. Erwartungen wurden nicht nur erfüllt, sondern übertroffen. Perfekte Gesamtorganisation, hervorragende Gesamtatmosphäre. Mehr Internationalität, Kunden mit viel Wissenshunger. Diese Messe kann wirklich als eine Leitmesse definiert werden, wo Herzblut und Engagement seitens der Veranstalter alle Grundsteine legen, auch in Zukunft weiterhin ganz weit vorne zu liegen.

Jürgen Korge, Global Sales Manager, Madeira Garnfabrik Rudolf Schmidt KG

Eine perfekt organisierte Messe, die durch gute Werbung, kostenlosen Eintritt und den Zusammenschluss mehrerer Messen sowohl in Quantität als auch in Qualität der Besucher nichts zu wünschen übrig ließ. Die gute wirtschaftliche Stimmung, die sich im Januar und Februar abgezeichnet hat, wurde durch die Messe bestätigt. Alles in allem können wir von Promodoro von einer extrem erfolgreichen Messe sprechen.

Melanie Schuster, Verkaufsleiterin, Promodoro Fashion GmbH

Für uns war die Messe mal wieder ein voller Erfolg. Sehr toll war die positive Grundstimmung. Sowohl die Kunden als auch die Aussteller, mit denen ich gesprochen habe, sind alle sehr optimistisch und waren ebenfalls von der Messe begeistert. Gerade die Maschinenhersteller schweben ja im siebten Himmel, so viele Maschinen wie diese direkt auf der Messe verkauft haben. Es scheint wieder Mut zur Investition da zu sein. Und für die Maschinen müssen ja irgendwann auch die Textilien und Caps dazu gekauft werden. Die GiveADays hatten meiner Meinung nach einen guten Start und es ist zu wünschen, dass in 2016 sogar mehr Aussteller daran teilnehmen werden. Eventuell kann man die Veranstaltung auch näher an die drei anderen Messen holen. Wider erwarten war der Donnerstag der stärkste Tag und gegen Mittag dachte ich sogar, wir sind ein bis zwei Personen zu wenig am Stand. Der Freitag war fast genauso stark, gefühlt aber etwas ruhiger. Die Qualität war am Samstag sehr gut. Der „Ausflugstag“ wurde diesmal wirklich als „Arbeitstag“ genutzt. Alles in allem also eine super Messe. Vielen Dank auch an das Organisationsteam und die tolle Betreuung.

Kai Gminder, Managing Director, Gustav Daiber GmbH

Als Erstaussteller war die Messe für uns ein wirklicher Erfolg. Wie haben viele neue Kontakte geknüpft. Zugleich bot die Messe auch die Gelegenheit, unseren Service für die Kunden sowie unsere neue Kollektion für 2014 vorzustellen. Unsere Besucher haben wir alle auf dem Stand fotografiert, die Bilder können auf Facebook angeschaut werden. So haben wir für alle ein Souvenir geschaffen. Wir sehen uns wieder im Jahr 2016.

Audrey Bacherius, Communication Manager, Stanley and Stella SA

„Für uns als Komplett-Anbieter und Dienstleistungspartner für den Textildruck war die TV TecStyle Visions der perfekte Anlass, mit einem breiten Fachpublikum die aktuellsten Fragen rund um die Textilveredlung, die neusten Trends sowie innovative Produkte (Druckmaschinen, Siebdruckgewebe und Textildruckfarben) zu diskutieren. Begeistert hat uns die Quantität und Qualität der Messebesucher. Wir freuen uns heute schon auf die TV TecStyle Visions 2016.“

Gerry Klammer, Business Development Manager – EMEA, Specialty Inks & Polymer Systems, PolyOne Corporation UK Ltd

Wir sind sehr zufrieden mit dem Verlauf der Messe! Die Organisation war sehr gut! Der nächste Messestand ist bereits gebucht!

Thomas Meister, Verkaufsleiter DACH, ID Identity

Prozent weniger Energieverbrauch produzieren und mit einem Wirkungsgrad von 99 Prozent laufen.“

Kirsty Button, Marketing Manager, Fruit of the Loom

„Um die unterschiedlichen Wünsche der verschiedenen Kunden zu erfüllen haben sich Design und Produktion von T-Shirt über Jahrzehnte entwickelt. Was die Kunden tragen ist ein Teil ihrer einzigartigen Identität und sie zeigen und kommunizieren diese an den Rest der Welt. In unserem Sektor sind diese Bedürfnisse zwingend verbunden mit guter Qualität. Denn nur so sind Werbeagenturen, Drucker und Sti-



Michael Hau

cker in der Lage, Textilien zur Kommunikation zu entwerfen, die ihre Kunden dann bereit sind, gerne zu tragen.“

Michael Hau, Sales Manager Germany – Austria - Switzerland

„Wir sagen gern ‚Not all shirts are created equal‘

(Nicht alle Shirts werden gleich hergestellt‘). Anstelle eines Shirts in Einheitschnitt, -größe und -material wollen Kunden heutzutage etwas, das genau auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten ist. Deswegen bieten wir eine Auswahl an superweichen Shirts in einer Vielzahl von Schnitten an und legen dabei großen Wert auf Verarbeitung und Details – von der Form des Halsauschnittes über der Breite des Rippbundes und die Art der Nähte bis hin zum abreißbaren Nackenlabel. Für die Produktion bedeutet das für uns ein Abrücken von riesigen Massenfabriken, die nichts anderes machen als tagein tagaus weiße Basic-Shirts herzustellen, hin zu kleineren Produktionen, bei denen wir auch das winzigste Detail genau kontrollieren können. Dieses Modell ermöglicht es uns selbstverständlich auch, eine bessere Qualität zu bieten.“

Prama Bhardwaj, Gründerin und CEO von Mantis World

„Gab es früher nur eine Grammatik zwischen 150/160 g/m² beim T-Shirt, ist heute eine Bandbreite von 115 bis hin zu über 200 g/m² zu finden. Auch die Materialien haben sich verändert. Wurde das klassische T-Shirt immer aus 100 Prozent Baumwolle hergestellt, hat man heute auch Baumwoll/Polyestermischungen und Funktionshirts aus 100 Prozent Polyester im Ange-

bot. Der Schnitt hat sich vom klassischen T immer mehr der Mode angepasst, was zu einer großen Vielfalt auf dem Markt führt.“

Melanie Schuster, Vertriebsleitung, Promodoro Fashion

„Fast kein Produkt ist sich so treu geblieben wie das T-Shirt.“

Uwe Kolling, Sales Manager Deutschland, Österreich

„Am ursprünglichen T-Shirt hat sich eigentlich nicht viel geändert. Zu James Deans Zeiten gab es aber kaum bedruckte und farbige T-Shirts. Erst durch den Textildruck und die enorme Farbauswahl hat das T-Shirt die Möglichkeit erhalten, in die Welt der Mode und als Corporate Identity Shirt in



Sebastian Schiller

die Workwear vorzudringen.“

Sebastian Schiller, Geschäftsführer, Carson Company GmbH

TVP: Ringgesponnene oder Open-End-Garne (OE) – welche Garne verwenden



STICKPROGRAMME

EMBROIDERY DIGITIZING | programme@capz.de

STICKEMBLEME

EMBROIDERY PATCHES | info@capz.de

WEBEMBLEME

WOVEN PATCHES | info@capz.de

EMBLEMGRUNDSTOFFE

EMBROIDERY FABRICS | info@capz.de



capz.de

den Open-End-Garnen das deutlich angenehmere Gefühl haben. Die Stoffe haben eine feste, extrem flache und gleichmäßige Oberfläche. Das bietet einen weichen, komfortablen und stabilen Untergrund für aufwändige Veredlungen. Die Qualität der ringgesponnenen Garne rechtfertigt den Preis, die damit die beste Druckoberfläche mit einem unvergleichlichen Hand-Gefühl verbindet.“

Michael Hau, Sales Manager Germany – Austria - Switzerland

„Ringgesponnen fühlt sich immer besser an. Aber es ist nicht nur das ringgesponnene Garn, welches den Unterschied macht. Wir verwenden zudem ausschließlich gekämmte Baumwolle und feingestrückte Stoffe und wählen eine Art der Verarbeitung, welche garantiert, dass sich der Stoff gut anfühlt, schön fällt und man lange Freude daran hat. Der Preis ist insofern wichtig, dass wir sicherstellen müssen, dass er „fair“ ist. Wir verwenden dabei Qualität und Ethik nicht als Vorwand, um mehr Profit zu machen. Aber gleichzeitig wissen wir, dass etwas in der Lieferkette nicht fair ist, wenn ein Kunde ein T-Shirt für einen Euro kaufen kann. Wir haben nie und werden auch zukünftig nicht versuchen, andere in der Branche zu unterbieten. Wir wollen

mit gutem Beispiel vorangehen, indem wir die bestmögliche Qualität zu einem fairen Preis bieten.“

Prama Bhardwaj, Gründerin und CEO von Mantis World

„Für die Qualitätsanforderungen von Promodoro kommt ausschließlich ringgesponnene Baumwolle in Frage. Wir produzieren ausschließlich nach den Anforderungen der Textilveredler.“



Melanie Schuster

Um deren Ansprüche gerecht zu werden, ist qualitativ hochwertige Baumwolle unabdingbar. Der glatte Griff und die ebenmäßige Oberfläche der ringgesponnenen Baumwolle erzeugen ein brillanteres Druckbild.

Der Herstellungsprozess hat natürlich auch seinen Preis. Open-End-Garne sind in der Herstellung deutlich günstiger, was sich aber qualitativ bemerkbar macht.“

Melanie Schuster, Vertriebsleitung, Promodoro Fashion

„T-Shirts aus ringgesponnenem Garn sind etwas teurer und haben einen weicheren Griff und eine glattere Oberfläche. T-Shirts aus Open-End Garn sind etwas günstiger und haben eine gröbere Oberfläche. Große Marken, die den Massenmarkt mit günstigen T-Shirts bedienen, setzen auf die günstigeren Open-End Garne, da die Performance und die Haltbarkeit nicht unbedingt schlechter ist als bei ringgesponnenen T-Shirts. Carson setzt aber als kleiner Nischenanbieter auf die weicheren, ringgesponnenen Garne, da bei Workwear weniger der Preis, sondern Premium Qualität im Vordergrund steht. Die glattere Oberfläche von ringgesponnenen T-Shirts ist außerdem besser für den Textildruck, da

das Druckergebnis deutlich besser ausfällt.“

Sebastian Schiller, Geschäftsführer, Carson Company GmbH

TVP: Im Hinblick auf die ökologische und soziale Herkunft von Textilien steht die weltweite Bekleidungsindustrie derzeit stark in der Kritik. Das T-Shirt steht oftmals als Synonym für unmoralisches Wirtschaften. Hersteller betonen ihre soziale und ökologische Verantwortung, doch an der Kasse zählt oft der Preis. Ein Widerspruch?

„Wie das Beispiel einiger bekannter Marken zeigt, ist selbst ein hoher Preis für den Endverbraucher leider kein Garant für ethisch verantwortungsvolle Produktion. Glücklicherweise stützt sich Smartwares Printables bereits auf eine lange firmeninterne Tradition, was strikte Geschäftsethik angeht. Soziale Verantwortung und nachhaltiges Wirtschaften sind fest etablierter Teil der Unterneh-