

Großes Vertrauen in Wachstum des Marktes

Lohnt sich die Investition in Produktionsmaschinen für den digitalen Direktdruck auf Kleidung? Und wie entwickelt sich der Direktdruckmarkt in den kommenden Monaten? Darüber sprach Jonathan Vince, Chefredakteur des englischen Fachmagazins „Images“, mit den beiden Briten Andy Lunt von T Shirts & Sons und Peter Joyce von TOT Shirts.

Das Vorhaben, rund eine viertel Million britische Pfund (etwa 330.000 Euro) in ein Direktdrucksystem zu investieren, ist kaum zu toppen. Eine solche Summe aufzuwenden in der Hoffnung, dass sich die Investition bezahlt macht, setzt ein großes Vertrauen in ein weiteres Wachstum des Marktes für digital bedruckte T-Shirts in den kommenden Jahren voraus. Die beiden englischen

Unternehmen T Shirts & Sons und TOT Shirts haben im vergangenen Jahr solche Investitionen getätigt, im Fall von T Shirts & Sons gingen sogar bereits große Investitionen in den Digitaldruck in den Jahren zuvor voraus. Beide Firmen rechnen damit, dass die Investitionen stattliche Gewinne abwerfen und sich der „Return On Investment“ (ROI) im Eiltempo einstellt.

T Shirt & Sons

Die Textildruckerei T Shirt & Sons (TS&S) in Westbury ist seit 2009 im Bereich des Digitaldrucks aktiv. Im Juli 2014 kaufte das Unternehmen zwei Kornit-Maschinen vom Typ „Avalanche 1000“, die ersten dieses Typs in Großbritannien. Die beiden Maschinen kommen neben zwei bereits vorhandenen Maschinen vom Typ „Storm II“ zum Einsatz.

TS&S hat sich auf Direktvertrieb, Webshop-Marketing, E-Commerce, Abwicklung von Kundenaufträgen, sichere Bezahlungsmöglichkeiten, Einkauf durch die gesamte Lieferkette hindurch sowie Lagerhaltungslösungen spezialisiert.

Nun, warum hat sich das Unternehmen für die Anschaffung der beiden „Avalanches“ entschieden? Und wie wird dort die Marktentwicklung eingeschätzt? Andy Lunt: „Die Avalanche hat sich bewährt und wurde ausgiebig getestet. Sie ist so ziemlich die beste Maschine der Welt. Wir sind glücklich: Wir haben eine schwerwiegende Entscheidung zugunsten des Direktdrucks getroffen. Man muss dabei bedenken, dass wir dem amerikanischen Markt noch immer um zehn Jahre hinterherhinken. Der Digitaldruckmarkt in den USA ist groß und alle ernstzunehmenden Druckereien arbeiten dort mit Avalanche-Maschinen.“

Die Maschinen von TS&S sind rund um die Uhr im Mehrschichtbetrieb im Einsatz und werden nach den Worten von Lunt sehr stark beansprucht. Wenn es mit den Systemen ein Problem gibt und in England gerade kein Techniker verfügbar ist, dann fliegt Kornit am nächsten Morgen einen Techniker ein, berichtet Lunt und er-



gänzt: „Wir bedrucken in der Stunde 150 dunkle T-Shirts, da ist Zuverlässigkeit ganz entscheidend. Jeder Stillstand würde uns um viele Stunden zurückwerfen.“

Wozu die Maschinen wirklich fähig sind, hat Lunt erst festgestellt, als die Maschinen installiert waren. „Die Qualität ist um vieles höher als wir es je zuvor gesehen haben. Wenn Sie am Tag auf 700 bis 800 verschiedenen Artikeln drucken, dann ist die integrierte Vorbehandlung genau die richtige Antwort für eine vollständig automatisierte Produktion.“ Die Bestellungen werden von den Kunden online ausgelöst, bei TS&S befinden sich die Druckaufträge Minuten später bereits in der Druckerwarteschleife. Lunt: „Wenn der Prozess vollständig automatisiert ist, dann können Sie keinen Fehler mehr machen.“

Die Entwicklung der Direktdrucktechnologie geht weiter, und so rechnet Lunt damit, dass die Prozesse schon bald das nächste Le-



Die Kornit-Maschine „Avalanche 1000“



Peter Joyce

vel erreichen: „Wir sehen schon jetzt ein deutliches Wachstum bei den Druckgeschwindigkeiten. Es gibt ein Potenzial für Maschinen mit der doppelten oder dreifachen Druckleistung. Und so könnte ein ganz neuer B2B-Markt im Segment der kleineren Auflagen sowie beim Thema des ‚Print on demand‘ exakt nach den Wünschen der Kunden im Einzelhandel entstehen.“

Lunt schränkt jedoch sogleich ein und weiß, dass eine Erhöhung der Druckgeschwindigkeit in der Arbeitsumgebung seines Unternehmens gar nicht machbar wäre. „Sie schaffen es viel-

leicht, 200 weiße T-Shirts in der Stunde mit einem Abzeichen zu dekorieren. Ich wäre aber schockiert zu sehen, dass irgendjemand 150 bis 250 vollflächige Designs in der Stunde auf T-Shirts druckt. Ein Digitaldrucksystem ist kein Siebdruckkarussell, man kann die T-Shirts nicht einfach auf die Maschine schmeißen.“

Die Tintenpreise werden nach Einschätzung von Lunt nicht fallen, er rechnet aber mit Veränderungen der Tinten- und Druckkopftechnologien, etwa kleinere Tintentropfen und damit verbunden ein verringerter Tintenauftrag. Neue Tinten und Druck-

ZUM LEBEN & LIEBEN

Ein T-Shirt sollte Ihnen immer dieses „Ahh“-Gefühl geben. Diese Art von Tragekomfort gibt es nur selten. Bei Gildan stellen wir sicher, dass auch die kleinsten Details unserer Shirts perfekt sind; von Griff und Funktion unserer Stoffe bis hin zu Schnitten die auf unterschiedliche Typen und Lifestyles abgestimmt sind. All dies trägt dazu bei dass unser Shirt zu Ihrem Lieblingsteil wird.



GILDAN
myGildan.eu

köpfe werden helfen, die Farbräume zu vergrößern, ist sich Lunt sicher. „Wir sehen das bereits bei der Kornit-Maschine ‚Avalanche Hexa‘, die neben dem traditionellen CMYK-Farbraum noch zusätzlich mit Rot und Grün arbeitet, womit sich der Farbraum um 30 Prozent vergrößert.“ Bezüglich des Patents von Kornit im Hinblick auf die integrierte Vorbehandlung rechnet Lunt damit, dass andere Maschinenhersteller Wege finden werden, dieses Patent zu umgehen – entweder durch die Entwicklung neuer Wege zur Vorbehandlung vor dem Druck oder, wie es der amerikanische Tintenproduzent Resolute DTG bereits vormacht, durch die Herstellung von Tinten, die gar keine Vorbehandlung mehr benötigen.

„Die wichtigste Lehre, die ich aus dem Druckgeschäft für den Direktvertrieb gezogen habe, ist es, dass man sein Geld schnell verdienen muss. Sie benötigen einen schnellen ‚Return on investment‘. Teure Maschinen sind sehr schnell wieder veraltet. Wenn sie sich nicht schnell amortisieren, bereuen Sie vielleicht schnell die Investition. Die kleine Palette mit Drucktinten in der Ecke unseres Betriebs ist wertvoller als unser komplettes Lager voller Siebdruckfarben. Eine Investition in den Digital-

druck ist riskant, man muss sich absolut sicher sein, dass die entsprechenden Aufträge da sind und die Maschine ausgelastet werden kann.

TOT Shirts

Die Londoner Druckerei TOT Shirts tauchte in das Direktdruckgeschäft im Juni des vergangenen Jahres ein und installierte einen Kleidungsdrucker vom Typ „Aeoon Kyo 12 DTG“. Damit ist TOT neben der Firma Countryside Art bislang eines von zwei englischen Unternehmen, die mit einem Drucksystem des österreichischen Herstellers Aeoon arbeiten.

TOT-Gründer und Geschäftsführer Peter Joyce zeigt sich zufrieden mit der Investition: „Wir haben einen Wendepunkt erreicht. Für Aeoon gibt es eine regelrechte Begeisterung, der Markt wird sich verändern, wenn sich mehr Leute für diese Maschinen entscheiden. Der Drucker ist teuer, aber es ist einfach eine gute Maschine. Ich glaube, dass die Qualität sogar deutlich höher ist als die der Wettbewerbsprodukte, und der Drucker ist schneller. Laut Aeoon soll der Druck von bis zu 800 T-Shirts in der Stunde möglich sein. Nun, wir drucken 200 bis 300 vollflächige Motive auf weiße Shirts, was bereits die Hälfte üblicher Werte im Siebdruck ist. Bei schwarzen T-Shirts

schaffen wir 100 bis 125 in der Stunde.“

Wie Joyce berichtet, produziert sein Unternehmen im Digitaldruck Auflagen von 50 bis 500 T-Shirts – Größenordnungen, die bisher dem Siebdruck vorbehalten waren. Die Siebdruckkarusselle bleiben dadurch für die wirklich großen Auflagen frei. „Bei 50 bis 60 Prozent der Druckjobs, die wir auf den Aeoon-Drucker schicken, handelt es sich um richtige Produktionsaufträge, und nicht um die üblichen Kleinstmengen oder Einzelstücke“, erzählt Joyce. Seiner Einschätzung nach wird sich der Markt in den kommenden Jahren zu Ungunsten des Siebdrucks verändern. Joyce: „Jeder, der zukünftig 500 CMYK-Drucke oder mehrere hundert simulierte Prozessfarben-Drucke auf Textilien realisieren will, wird den Digitaldruck wählen.“ Nachdem im englischen Markt bekannt wurde, dass TOT in einen Aeoon-Drucker investierte, erhielt er von Wettbewerbern, deren Direktdrucker nicht leistungsfähig genug waren, Anfragen zur Übernahme von Druckaufträgen.

Aeoon hat nach Aussage von Joyce die drei wesentlichen Hauptprobleme des Direktdrucks auf Bekleidung gelöst:

Die Produktionsgeschwindigkeit: „Auch wenn wir die von Aeoon angegebenen

Werte nicht erreichen, ist das System dem Wettbewerb dennoch meilenweit voraus“, sagt Joyce.

Die Qualität: „Wir sind verblüfft über die Druckergebnisse, die wir erreichen. Sie sind einfach atemberaubend“.

Die Kosten pro Druck: „Bei den Tintenkosten sprechen wir über Pennies, obwohl momentan die Kosten für die Vorbehandlung und die weiße Tinte noch etwas restriktiv sind.“

Als nächsten Schritt will Joyce in diesem Jahr mit Webshops online gehen und eigene Designs sowie Lizenz-Druckmotive anbieten. Dadurch will er das Risiko eliminieren, auf toten Lagerbeständen zu sitzen. Gedruckt wird nur noch „on demand“, also genau nach Kundenwunsch. Endanwender sollen auch eigene Motive gestalten und hochladen können. In der Online-Personalisierung von Bekleidung sieht Joyce einen großen Markt, und er erhofft sich eine Reduzierung hinsichtlich Administration, etwa Telefonate oder E-Mailverkehr mit Kunden wegen eines Einzelstücks.

„Der Direktdruck wird sich weiter entwickeln. Wenn es Tinten gibt, die keine Vorbehandlung mehr erfordern, werden die Druckprozesse noch schneller“, sagt Joyce und hat schon

Result[®]
COLOUR



RESULT COLOUR SORTIMENT ZUM 20. JAHR JUBILÄUM

ÜBERRAGENDE FARBBRILLANZ

UM UNSEREN NEUEN KATALOG 2015 KOSTENLOS
ANZUFORDERN, WENDEN SIE SICH BITTE AN IHREN
GROSSHÄNDLER

FALK & ROSS GROUP EUROPE: 06303 800270 | L-SHOP-TEAM: 0231 9931-0
MAPROM: 05271 9719-360 | MAIER & WYDRA GmbH: 08393 920 0
COTTON CLASSICS: 08331 929 040 | SONATEX ACTIVEWEAR GmbH: 0234 79 250-200
IES POLSKA: 0048 89 675 21 30 | LYNKA: 0048 12293 8000
TRIKORA: 0041 (0) 629192525 | FIFA: 00372 6504 870
EKA PRINT SIA: 00371 7379999 | BRANDEX, S.R.O.: 00421 2 55 42 12 47
ASTUM UAB: 00370 5 2101765 | EUROTON: 00386 1 2002676
CHILLI IDEAS: 0040 371 309 594



Der Kleidungsdrucker vom Typ „Aeoon Kyo 12 DTG“

Versuche unternommen, die Vorbehandlung zu vermeiden: „Wir haben bereits vorbehandelte T-Shirts eines amerikanischen Herstellers importiert, es funktionierte wunderbar. Doch die Textilien sind einfach noch zu teuer. Ich führe derzeit verschiedene Gespräche mit anderen Herstellern, letztlich kommt es auf die Nachfrage des Marktes an.“

Die Kosten für einen Inkjet-Druckkopf sinken allmählich, weshalb Joyce hofft, dass die Hersteller zukünftig größere Druckköpfe in die Maschinen einbauen, um große Motive in kürzerer Zeit realisieren zu können: „Das würde uns eine ähnliche Druckerleistung wie beim Siebdruck bescheren. Und vielleicht werden die Druckrakeln an den Siebdruckkarussellen bald durch einzelne Druckköpfe mit den Farben C, M, Y und K ersetzt. Die

herkömmlichen Rakeldruckwerke könnten dann noch für Effekte wie den Druck von fluoreszierenden, metallischen oder Glitterfarben eingesetzt werden.“

Den bisherigen Erfahrungen zufolge hat Joyce gelernt, dass der digitale Direktdruck nicht mit dem Siebdruck vergleichbar ist. „Der Siebdruck ist eher ein technischer Prozess, man muss deutlich präziser arbeiten und er erfordert ein hohes Fachwissen. Der Anwender muss sich exakt an die Parameter halten und den Regeln Druck für Druck folgen. Im Digitaldruck dagegen geht es darum, den Prozess einmal einzurichten. Dann laden Sie ein Druckmotiv hoch, drücken den Startknopf und halten nach zehn Minuten das fertige Kunstwerk in den Händen.“

www.tshirtandsons.co.uk
www.totshirts.co.uk



resultclothing.com