

Magazin

# Fachzeitschrift für Textilveredlung und Promotion

www.tvp-textil.de





## **Bereit zum Investieren in DTG?**

## Wer die Anschaffung einer Druckmaschine plant, muss seine "Hausaufgaben machen"

☐ (SJ) Viel ist die Rede in der Branche von Mega-Trends wie Personalisierung, von Print-On-Demand, Nachhaltigkeit und dem Boom des "E-Commerce". Kunden erwarten heute einen Online-Bestellservice und extrem kurze Lieferzeiten, am besten "Over-Night". Dies schafft gute Voraussetzungen, dass der Markt für den digitalen Textil-Direktdruck (DTG – "Direct to Garment") weiter wächst.

Schließlich lassen sich mit dem hochmodernen, wirtschaftlichen Druckverfahren selbst kleinste Stückzahlen an T-Shirts oder Accessoires wie Kissen in kürzester Zeit veredeln und individualisieren. Die Wiedergabe der Motive mit satten Farben und hoher Detailgenauigkeit überzeugt. Und auch, wenn es um kurze Rüstzeiten und mehr Umweltfreundlichkeit beim Drucken geht, kann das Verfahren punkten, da keine Folien, Filme und Siebe benötigt werden. Angesichts all dieser Vorteile und dem großen Angebot an DTG-Druckern auf dem Markt, stellen sich viele Siebdruckereien und Quereinsteiger die Frage: Sollten wir nicht schnellstmöglich investieren, um uns



"In einer Nische erfolgreich zu sein, bedeutet, der größte Fisch in einem einzelnen Teich zu sein. Man muss sich nicht das ganze Meer vornehmen."

"ein Stück vom Kuchen" abzuschneiden?

#### Hausaufgaben machen

"Vorsicht", warnt Dmitry Sarbaev, Managing Director des in Vietnam ansässigen Druckunternehmens mall. In einem Vortrag auf der diesjährigen FESPA und einem anschließenden Gespräch mit der TVP betonte er: Wer die Anschaffung einer Druckmaschine plant, muss zuerst gründlich seine Hausaufgaben machen. "Nicht jeder, der glaubt, er sei bereit für eine Investition, ist es auch", gibt er zu bedenken. Fünf Punkte hat der Experte herauskristallisiert, die Interessenten vor einer Anschaffung unbedingt klären sollten:

## 1. Welche potenziellen Risiken gibt es?

Häufig unterschätzt werden nach Sarbaevs Erfahrung die versteckten und die Over-Head-Kosten, die tagein, tagaus anfallen, auch wenn eine Maschine nicht in Betrieb ist. Zusätzlich zum Kostenfaktor "Tinten" schmälern weitere Ausgaben den anvisierten Gewinn. Hierzu zählen Kosten für eventuelle Vorbehandlungen der Textilien, Wartungen und Ersatzteile der Maschine, Miete,

Strom, Wasser, Steuern, Versicherung, Marketing/Werbung sowie die Gehälter von Mitarbeitern. Nicht selten sind diese Kosten der Grund, dass das Einkommen, das mit Druckaufträgen erzielt wird, geringer ausfällt als erwartet.

Ein weiteres Problem ist, dass sich Einsteiger mit drucktechnischen Alltagsproblemen und Instandhaltungsmaßnahmen oft schwerer tun als angenommen – und dass diese sich doch komplizierter gestalten, als der Verkäufer der Maschine versprochen hat. Sarbaev rät deshalb: "Eventuell brauchen Sie mehr Zeit, um Erfahrun-

## Forum



gen zu sammeln, wie Sie Ihre Druckerzeugnisse vermarkten können und mehr technisches Wissen, bevor Sie die Maschine anschaffen. Wenn Sie zuerst ein Geschäft aufbauen und dann investieren, senken Sie Ihre Risiken."

Der Fachmann empfiehlt Einsteigern, zuerst mit einem erfahrenen DTG-Drucker oder einem "Fullfillment"-Unternehmen als "Sub-Unternehmer" zusammenzuarbeiten und in dieser Zeit Kundenkontakte aufzubauen. Dadurch lasse sich die Tragfähigkeit eines Geschäftsmodells überprüfen und Erfahrungen im Alltagsgeschäft sammeln.

### 2. Welche Nische passt zu mir?

Die Zuwächse im DTG-Geschäft werden Sarbaev zufolge von zwei Trends



Dmitry Sarbaev

(Foto: privat)

angekurbelt: Der Kundentrend zur Personalisierung – der Wunsch nach maßgeschneiderten Produkten – eröffnet Geschäftschancen im Bereich "Mass Customization". Der Marktrend "Fast Fashion" geht Hand in Hand mit zunehmenden Online-Bestellungen von Bekleidung und

häufigerem Ordern kleinerer Stückzahlen. Wer in diesem Bereich erfolgreich sein will, muss schnell auf wechselnde Trends reagieren und die Lagerhaltung reduzieren, um nicht auf unverkäuflicher Ware sitzenzubleiben ("unsold stock"). Als Geschäftsstrategien definiert Sarbaev: Mit einem Wachstumsmarkt wachsen, sich einen Anteil am Markt eines Mitbewerbers sichern oder einen neuen Markt, eine neue Nische schaffen – das heißt, etwas anzubieten, das es vorher noch nicht gab. Es komme darauf an, in der gewählten Nische zu dominieren.

Als potenzielle Marktnischen für den DTG-Druck listet Sarbaev auf:

 Personalisierte Bekleidung, Promotion-Textilien und Accessoires (Kunden: T-Shirt-Läden, Souvenir-/

- Fanartikel-Shops, Vereine, Verbände ...)
- Mode (Kunden: Designer, Hersteller von Bekleidung, Druckdienstleister, die DIY-Community)
- Home Dekor (Kunden: Innenarchitekten, Designer, Endkunden, Do-It-Yourself-Fans)
- Workwear und Corporate Clothing (Kunden: Unternehmen, Workwear-Hersteller)
- Events (Kunden: Konzert-Agenturen, Event-Agenturen, Sport-Agenturen, Hochzeitsplaner ...)
- Weiterbildung (Kunden: Universitäten, Modeschulen)

### 3. Wieviel Geld können Sie investieren?

Klar machen muss sich ein Einsteiger außerdem, wie viel Geld ihm tatsächlich zur Ver-





#### **DROPSHIRT BIETET IHNEN**

Digitaler Direktdruck | Klein- und Großauflagen | Print-on-Demand | Fortschrittlicher Maschinenpark Erfahrenes Team | Großhändleranbindung | Versand an den Endkunden Produktion in Deutschland | Hohe Flexibilität und schnelle Auftragsabwicklung

WIR BEDRUCKEN UNTER ANDEREM













Bereits ab 1 Stück



fügung steht, und ob er die ins Auge gefasste Maschine finanzieren oder leasen will. Wer nicht bereit ist zu investieren, wird auch keine Einkünfte erzielen. Gleichzeitig garantiert eine hohe Investition aber nicht zwangsläufig den Erfolg. "Gehen Sie klug vor, und kaufen Sie eine kosteneffiziente Maschine, die genau zu Ihrem Geschäftsmodell passt", rät Sarbaev. Start-ups sollten sich auch überlegen: Ist es besser, sich vorerst für einen kleineren Drucker zu entscheiden und bei Bedarf einen weiteren hinzuzufügen, als gleich eine große Maschine zu erwerben?

Auch die Druckgeschwindigkeit ist nicht zwangsläufig das Maß der Dinge: Zwar gilt grundsätzlich: "Je mehr man druckt, umso mehr verdient man", dennoch ist Geschwindigkeit allein nicht die Messlatte für Profit. Sie muss stattdessen im Zusammenhang mit Produktivität, Kosten-Effizienz und dem jeweiligen Geschäftsmodell betrachtet werden. Wer auf den Verkauf personalisierter Einzelstücke für 100 Euro das Stück setzt, muss keine 1.000 T-Shirts am Tag verkaufen. Wer das Druckgeschäft nur in Teilzeit oder als "Zubrot" Feierabend betreibt. kommt voraussichtlich mit einer Entry-Level-Maschine aus, die den Druck von 20 T-Shirts in der Stunde bewältigt. Sieht das Geschäftsmodell den Absatz großer



Dmitry Sarbaev beleuchtete das DTG-Business in einem Vortrag auf der diesjährigen FESPA.

(Foto: Silke Jährling)

Stückzahlen vor, ist natürlich Druckgeschwindigkeit ein entscheidender Faktor.

Ein weiterer Tipp von Sarbaev ist, sich nicht blind auf die von den Herstellern angegebenen Druckgeschwindigkeiten zu verlassen. Er rät, vor der Anschaffung die angegebene Geschwindigkeit mit einer Stoppuhhr zu prüfen und die Dauer von Rüstzeiten (Paletten-, T-Shirt-Wechsel) einzubeziehen. Das Format A4 bis A3 entspreche dem Standardformat in der Branche.

#### 4. Wie viel Platz steht zur Verfügung?

Auch der zur Verfügung stehende Raum ist ein eventuell knappes Gut. Viele DTG-Druckanbieter arbeiten von zu Hause aus und können keine sechs Meter lange Druckmaschine unterbringen, die breiter ist als die Eingangstür. Berücksichtigt werden muss ebenfalls, dass neben dem Drucker noch weitere Geräte für den Geschäftsbetrieb benötigt werden. Geklärt werden sollte ebenfalls, ob Raum für eine künftige Erweiterung vorhanden ist.

#### 5. Eignet sich die Maschine für mein Geschäftsmodell?

Um sicherzustellen, dass die ausgewählte Druckmaschine zum Geschäftsmodell passt, ist es nötig, die echten "Real-Cost-Per-Print" zu kalkulieren. Wieviele T-Shirts am Tag müssen gedruckt werden, um in die Gewinnzone zu kommen? Wie ist die Umsatzmarge? Welche versteckten Kosten gibt es? (siehe Punkt 1). Helfen kann es, vor der Investition mit Leuten zu sprechen, die bereits mit

der Maschine arbeiten. Wie sind deren Erfahrungen?

Auch das Händlernetz des Herstellers verdient Beachtung. Sind die angebotenen Schulungen ausreichend? Wie weit entfernt ist der nächste Händler, und wie schnell leistet er technische Unterstützung und Ersatzteil-Versorgung, wenn "es brennt"?

Wer den Kauf einer gebrauchten Maschine ins Auge fasst, muss sicherstellen, dass die Tinten- und Ersatzteilversorgung sichergestellt ist. Viele Erstausrüster bieten auf ihren Internet-Seiten ROI (Return-On-Investment)-Rechner an, mit denen sich kalkulieren lässt, ob und wann sich eine Investition amortisiert.

Quellen: Dmitry Sarbaev, Fluxmall Direct to Garment Printers, fluxmall.com; Polyprint Target Market Studies 2018