

ODLO

Einblick in die Produktentwicklung

Am Beispiel der Outdoor-Linie gibt Odlo einen Einblick in die zeitintensive Produktentwicklung, die von Strategie und Designbrief über Design und Schnitt bis hin zu den Prototypen reicht. **LADINA LADNER**

Vor einem Jahr stellte Odlo dem Fachhandel den Relaunch ihrer Outdoor-Kollektion vor, der während zweier Jahre intensiv vorbereitet wurde. Nun läuft die Produktentwicklung in ihrem gewohnten saisonalen Prozess, dessen Zyklus ein Jahr dauert. Dafür verantwortlich zeichnet Sara Canali als Product Managerin Outdoor mit ihrem zweiköpfigen Team sowie Andrea Eichinger als Head of Productmanagement & Design.

Eine neue Kollektion startet mit der grossen Sammlung von Erfahrungswerten, Marktanalysen, Feedbacks, Trends, Brand Identity, Konkurrenzanalysen, Innovationen, Verkaufshistorie und Endverbraucher-Inputs. Auf dieser Basis wird eine Kollektionsstrategie erstellt, die einem eigentlichen Inhaltsverzeichnis entspricht. Anhand dieser Kollektionsstrategie entsteht der Designbrief, welcher exakt definiert, was Ziel und Funktion der einzelnen Modelle sein soll. Daraus leiten sich einerseits die Entwicklung und Auswahl der Materialien, andererseits die Kreation der Designs ab. Diese bilden die Ausgangslage für die Schnitterstellung und für die technischen Anleitungen. Ganz am Schluss erfolgt die Produktumsetzung.

Parallele Arbeit an mehreren Kollektionen

In der Produktentwicklung spielen jeweils bis zu fünf Kollektionen gleichzeitig eine Rolle. So sammelt man aktuell die Feedbacks der jetzt im Handel verfügbaren Sommerkollektion 2010. Der Winter 10/11 ist in Produktion und Sommer 2011 steht mitten in der Orderphase für den Handel, wo letztmals kleine Anpassungen für die Produktion



Sara Canali erklärt die Komplexität der Produktentwicklung mit Hilfe der Prototypen und Produkteblätter.

möglich sind. Mitten in der Entwicklung steht man bei der Winterkollektion 11/12, und für Sommer 2012 arbeitet das Produktmanagement an der Kollektionsstrategie.

Im Bereich Outdoor entwickelt das Team von Sara Canali zwei Kollektionen pro Jahr, welche im Sommer rund 90 Teile, im Winter 60 bis 70 Teile umfasst. Während des gesamten Prozesses können die Produkte immer wieder verändert und optimiert werden.

Festlegung der Kollektionsstrategie

Jede Marke besitzt ihre eigene Philosophie, der auch jedes Segment entsprechen muss. Odlo legt in seiner Kollektionsentwicklung den Fokus auf drei Punkte: Premium Product Look, eigene Materialentwicklungen und Funktion & Technologie. Die Basis bildet das Inside-Outside-Prinzip, wobei alles von der Haut zur Aussenschicht entwickelt wird. Das Segment Outdoor dreht sich um die Themenwelt Nature & Culture mit dem modernen Kosmopoliten als Zielgruppe. Zur eigenen Philosophie fliessen gesellschaftliche Trends in die Kollektionen mit ein. Aktuell sucht die Gesellschaft

den naturnahen Lifestyle, zudem birgt der Outdoormarkt ein grosses Potenzial.

Auswahl der Materialien

Stehen anhand der Erfahrungen und Trends die Kollektionsstrategie und der Designbrief bereit, beginnen die Arbeit beim Design und die Auswahl der Materialien parallel. Rund 70 bis 75% der verwendeten Funktionsmaterialien sind Eigenentwicklungen, die Odlo gemeinsam mit seinen langjährigen Stoffproduzenten konzipiert und optimiert hat. Die Entwicklung einer neuen Stoffqualität dauert ein halbes bis ein ganzes Jahr, da nur schon die Tests mit zwei bis drei Monaten viel Zeit benötigen. Pro Kollektion werden rund drei Viertel der Materialien von der Vorkollektion übernommen, etwa ein Viertel kommt neu dazu.

In einem kleinen Labor kann Odlo im Haus gewisse Materialtests selbst durchführen und so die Werte der Hersteller überprüfen. Umfassende Tests werden in grösseren Labors wie Textilprüfinstituten gemacht, beispielsweise arbeitet man mit der Armasuisse in Bern zusammen, die über einen Regenturm verfügen.

Gleichzeitige Arbeit am Design

Zeitgleich mit der Materialauswahl erfolgt das Design der einzelnen Modelle anhand der Designbriefe, die Funktion und Ziel vorgeben. Dabei handelt es sich um einen zeitintensiven Schritt, der bis zu drei Monaten dauern kann. Denn zum Design gehören selbst die kleinsten Details wie die Gestaltung der Innenseite einer Jacke oder die exakten Taschenplatzierungen. Der gesamte Designprozess findet auf Papier oder im Computer statt. Erst mit der Erstellung von Prototypen werden die Modelle anfassbar.

Der erste Prototyp eines Artikels entsteht in der Regel, nachdem ein Design rund vier- bis sechsmal überarbeitet und von den Schnitttechnikern in ein Schnittmuster umgesetzt wurde. Pro Saison sind es insgesamt 450 Kollektionsteile, für welche Schnitte in allen Grössen erstellt werden müssen.

Produktionsreif nach zwei Prototypen

Für die Überprüfung der Schnitte und des Designs werden Prototypen benötigt, bei Odlo genügen in der Regel lediglich zwei Prototypen. Um diese Effizienz zu erreichen, erstellt das Produkteteam schon sehr früh präzise technische Daten, die auf dem sogenannten Produkteblatt festgehalten werden. Der erste Prototyp ist in der Regel bereits sehr ausgereift, manchmal offenbart er Mängel wie ein Futter, das durch den Oberstoff durchscheint, oder zu klein dimensionierte Taschen. Der zweite, verbesserte Prototyp wird wie der erste intensiv getestet und bei einem OK für die Mustererstellung und den Verkauf freigegeben. ◇