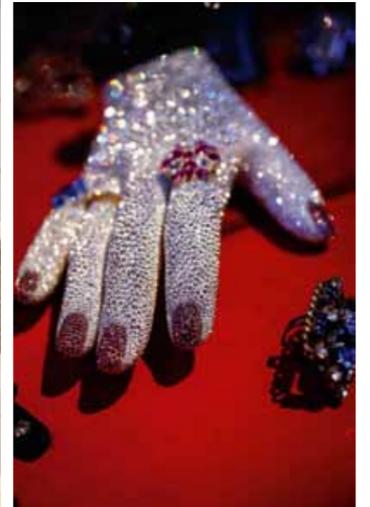




© Swarovski (3)



Das Kristallatelier des 21. Jahrhunderts vereint Handwerk und modernste Fertigung unter einem Dach und ermöglicht die schnellere Umsetzung von Kristallinnovationen für Kunden aus Mode, Design und Industrie.

Innovative *Kristall*-Manufaktur

Großprojekt: Swarovski investiert insgesamt 100 Millionen Euro in den Ausbau des Standorts Wattens.

BRITTA BIRON

Wattens. „Swarovski steht für die einzigartige Symbiose von traditionellem Handwerk und neuesten Technologien. Unsere Vision war es daher, einen Raum für Inspiration und Co-Kreation zu schaffen, der unsere Kunden dabei unterstützt, ihre Ideen in kürzester Zeit in echte Kristallobjekte zu verwandeln. Unsere besten Produktionstechnologien sind dafür unter einem Dach vereint und den Kunden zugänglich. Das ist ein neuer und mutiger Weg, den wir hier in Wattens einschlagen“, so Markus Langes-Swarovski zum kürzlich fertiggestellten ersten Teil des insgesamt 100 Mio. Euro teuren Großprojekts zur Modernisierung des Werks in Wattens.

Das Kristallatelier, in dem nun der gesamte Kreativeprozess –

von der ersten Idee bis zum fertigen Prototyp – untergebracht ist, wurde direkt im Herzen des Werk 1 nach Plänen des Innsbrucker Architekturstudios Snøhetta errichtet und erstreckt sich über drei Ebenen und insgesamt gut 7.000 Quadratmeter.

Von der Idee bis zum ...

Durch die räumliche Nähe der verschiedenen Fachabteilungen, die moderne technische Ausstattung – dazu zählen unter anderem Rapid Prototyping und 3D-Druck – und die flexible Konzeption der internen Abläufe konnte die Entwicklungszeit deutlich reduziert werden. Dauerte es früher bis zu vier Wochen, bevor eine nach Kundenwunsch erstellte Kristallkreation produktionsreif war, reicht jetzt die Hälfte der Zeit.

Vorteile bietet das neue Konzept aber auch hinsichtlich einer verstärkten Kundenbindung.

Die Auftraggeber – dazu zählen Designer, Architekten, Bühnenbildner und Modeschöpfer – sind in den Entstehungsprozess ihrer Kreationen noch enger als bisher eingebunden, erhalten mehr Einblicke in den gesamten Prozess und die außergewöhnliche Kristall-Expertise von Swarovski – ein wichtiges Asset angesichts wachsenden Wettbewerbs.

... fertigen Prototyp

Neben Prototypen werden im Atelier auch individuelle Beleuchtungs- und Kunstinstallationen hergestellt.

Die neue Manufaktur verfügt zudem auch über einige Showrooms, die von Giovanna Battaglia Engel-

bert, Kreativdirektorin von Swarovski Professional, mit zahlreichen Beispielen aus den vielen bisherigen Kooperationen mit Partnern

„Die ersten Rückmeldungen unserer Kunden sind sehr positiv.“

MARCUS LANGES-SWAROVSKI

aus Mode, Kunst, Film und Design bestückt wurden.

Am 24. Oktober, dem Geburtstag des Firmengründers Daniel Swarovski, wurde das neue Kristallatelier offiziell eröffnet und den ersten

Kunden aus Mode und Industrie präsentiert. „Das Interesse ist riesig, die ersten Rückmeldungen sehr positiv. Diese Form der Zusammenarbeit auf Augenhöhe ist bis dato einzigartig in unserer Industrie“, freut sich Langes-Swarovski.

Neue Kristallfabrik

Einzigartig ist auch die Architektur des neuen Gebäudes, das den neuesten Standards für Ökologie und Energie entspricht. Die gesamte Innenarchitektur wurde gemeinsam mit Snøhetta unter der Leitung von Carla Rumler, Cultural Director von Swarovski, realisiert.

Direkt neben dem Kristallatelier entsteht derzeit ein neues Schleifzentrum; die 36.000 Quadratmeter große Anlage wird die modernste Kristallfabrik der Welt sein und bereits 2019 in Betrieb gehen.

Manolo Blahnik Die Luxus Schuhmarke hat mit einer Product Lifecycle Management-Lösung von Centric die digitale Transformation vollzogen

Analog sind nur noch die Entwürfe des Designers



© AFP

Hinter den exquisiten Schuhkreationen steckt modernste, digitale Technik.

London. Manolo Blahnik begann in den frühen 1970er-Jahren in London mit der Fertigung und dem Verkauf von Schuhen; aus dem kleinen Atelier hat sich ein global agierendes Unternehmen entwickelt, das über 318 Verkaufsstellen in 40 Ländern, 14 eigenständige Stores und eine E-Commerce-Plattform verfügt.

Zwar entwirft der Designer jeden Schuh noch heute von Hand und perfektioniert persönlich die Leisten und Absätze, in anderen Unternehmensbereichen ist aber längst moderne Technik im Einsatz.

2016 wurde ein Product-Lifecycle-Management-System von Centric eingeführt, um interne Abläufe

sowie die Kommunikation mit Lieferanten und Großhändlern zu optimieren – die bisherige Bilanz ist äußerst positiv.

Effizientere Prozesse

„Unsere Fabriken können jetzt auf dem PLM-Lieferantenportal anmelden, ihre Bestellungen einsehen und auf einen Link klicken, der automatisch einen Bericht mit druckbaren Barcodeaufklebern für die betreffende Bestellung generiert. Diese Funktion bedeutet eine große Zeitersparnis und macht die Auftragsabwicklung präziser. Im ersten Jahr nach der Produktivschaltung half uns Centric auch bei

der Rationalisierung unseres Farbsystems und der Umstellung auf eine Pantone-basierte Farbbibliothek“, erklärt Bruno Oghittu, Digital Director bei Manolo Blahnik.

Ein großer Vorteil sei, dass Daten jetzt nur noch einmal eingegeben werden müssen, was frühere Fehler, die beim Duplizieren entstanden sind, verhindert.

Aufgrund der guten Erfahrungen gibt es bereits Pläne, die Digitalisierung noch weiter auszubauen: „Das reicht von zusätzlichen Funktionen im Lieferantenportal bis hin zur Automatisierung des Hochladens von Bildern in digitale Kataloge“, so Oghittu zu den weiteren Schritten. (red)