



Promodoro, Düsseldorf
Melanie Schuster ▶

■ Trends sind auf jeden Fall figurbetonte Schnitte und im Gegensatz dazu auch Übergrößen. Das „einfache“ Promotionshirt mit einem einfarbigen Druck kommt immer weniger zum Einsatz. Viel wichtiger ist es, das individuelle Shirt anzubieten, das sich wiederum nicht nur durch die Textile selbst, sondern auch durch die Art der Veredelung auszeichnet.

Die Kunden erwarten stetig eine größere Auswahl an Artikeln und Farben, auch das Thema Funktionalität spielt eine sehr große Rolle, wobei der Werbeartikelmarkt nicht immer bereit ist, dafür auch mehr zu zahlen.



CG Workwear, Bad-Aibling
Cengiz Gürec ▲

■ Durch die Preissteigerungen auch bei günstiger Ware haben sich die Preise insgesamt verschoben. Deshalb achten die Kunden heute mehr auf die Qualität und akzeptieren dafür einen etwas höheren Preis.

Außerdem sind Schnitt und Passform entscheidend. Die Leute tragen Werbetextilien nur dann, wenn sie so sind wie die Kleidung, die sie auch privat anziehen. Unförmige und sackartige Textilien sind gerade bei der Damenwelt unbeliebt und out; moderne, figurbetonte Schnitte dagegen gefragt. Dabei spielen Details, wie z.B. geschickt gesetzte Abnäher, eine wichtige Rolle. Die Kunden werden zunehmend mutiger und trendbewusster.



L-Shop, Dortmund
Markus Weber ▶

■ Die Sparten Sport- und Berufsbekleidung liegen bei uns momentan voll im Trend und zeigen überproportionales Wachstum. Funktionsmaterialien, modische Farben sowie Übergrößen spielen bei Sportbekleidung eine wichtige Rolle. Berufsbekleidung muss dagegen robust, funktionell und alltagserprobt sein. Der Bereich „Öko-Stoffe“ wächst ebenfalls seit Jahren stetig und etabliert sich endlich auch im Promotionsegment.

Wirklich out ist im Bereich der Werbetextilien eigentlich nichts. Baumwolltaschen sind zwar etwas rückläufig und preislich nicht mehr so attraktiv wie in den Jahren zuvor. Stattdessen erfahren PP-Taschen einen Boom, da die Rohstoffkosten in diesem Bereich nicht so gestiegen sind wie bei Baumwolle.



zipOn, Castrop-Rauxel
▼ Frank Eschle

■ Im Corporate Fashion-Markt entsteht ein ganz klarer Trend zu hochwertigen und modischen Textilien in aktuellen Saisonfarben. Nicht ohne Grund mischen mittlerweile auch Markenartikler in diesem Megamarkt mit. Die Werbetextilien werden die ‚Haute Couture‘ nicht ablösen, sie greifen aber den Trend der breiten Masse auf.

Um die gestiegenen Ansprüche der Kunden zu erfüllen, bedarf es designorientierter Veredler mit modernstem Equipment. Über den Preis zu verkaufen war gestern.



Sol's Germany, Hamburg
▼ Guido Grothues

■ Im Bereich der Promotional Textiles ist derzeit vieles im Trend, was auch in der Mode angesagt ist. Im Stoffbereich stehen Stretch-Materialien, Polohemden aus Jersey, Softshell und Slub Yarn hoch im Kurs – das sind Fasern mit unterschiedlicher Dicke, die dem Stoff eine texturierte Oberfläche geben. Außerdem im Trend: Helle, kräftige Farben, Sportswear und „Twin“-Textilien für Sie und Ihn. Im Bereich der Produktion werden Transparenz und Nachhaltigkeit weiterhin zusehends wichtiger. Der in den vergangenen Jahren angesagte Vintage-Look hingegen ist mittlerweile out.