

# DRUCK MACHEN

Das junge Hamburger Designlabel »Vogelwerk« fliegt auf den Digitaldruck als das ideale Druckverfahren, um die eigene Philosophie in Form von Textilien an den Mann und auch die Frau zu bringen. Geschäftsführer Daniel Ludes begeistert dabei vor allem das hohe Maß an individuellen Gestaltungsmöglichkeiten.

Von Oliver Windhorst

**Sein Diplom in Kommunikationsdesign hat er vergangenes Jahr an der renommierten Hamburger Armgartstraße (HAW, Hochschule für angewandte Wissenschaften) gemacht, und bereits jetzt ist Vogelwerk-Chef Daniel Ludes schon voll im Berufsleben angekommen.**

Und das kann für ihn nur digital sein. »Natürlich habe ich während des Studiums auch meine Erfahrungen mit anderen Drucktechniken (Siebdruck) gemacht, aber für meine Art der Produktion ist Digitaldruck einfach unschlagbar«, so der 26-jährige.

## Designs »Made in Germany«

Sein Label hat sich auf die Produktion von T-Shirts, Sweatshirt und feinen Halstüchern spezialisiert. Um innovativ zu arbeiten, müssen die von Ludes entworfenen Designs in einer Vielzahl von Farben und Formen auf die Textilien gebracht werden. Die Designs werden also beliebig und individuell eingesetzt und danach vervielfältigt. Eine Vorgehensweise, die im Siebdruck viel zu teuer sei, findet der Kommunikationsdesigner. »Wer in Deutschland produzieren will, für den führt kein Weg am Digitaldruck vorbei«, so Ludes. Denn auch Vogelwerk legt Wert auf den Begriff »Made in Ger-

many« und da Ludes Sweatshop-freie Kleidung wichtig ist, ordert er seine Textilien bei American Apparel, einem Betrieb der nur in Kalifornien produziert. Bedruckt und veredelt werden die Teile dann ausschließlich in Deutschland.

Dass die Textilien von Arbeitern angefertigt werden, die mehr als den Mindestlohn erhalten, passt dabei durchaus zur Leitidee von Vogelwerk: Das Designlabel stehe dabei nicht nur für »weiche« Produktion der Shirts. »Während der Begriff – Vogel – weiche, edle Stoffe symbolisiert, assoziieren wir mit dem Begriff – Werk – zum einen Handwerk sowie Manufaktur und zum anderen geometrische und grafische Muster, die auf unseren Textilien zu finden sind«, so Ludes. Der Inhaber und Geschäftsführer war schon während seines Studiums von Rastern, Gittern und Strukturen fasziniert – nur logisch, dass diese Art des Designs inzwischen Trademark der Vogelwerk-Erzeugnisse geworden ist.

## Über Umwege zur Mode

Dabei war Modedesign am Anfang des Studiums kein Thema. So legte Ludes seinen Schwerpunkt zunächst auf Grafikdesign. Erst über Umwege gelangte er von Textil- zu Modedesign. Beeinflusst wurde er dabei von seinem Netzwerk aus Grafik-, Mode-, und Textildesignern. Aber auch Kontakte zu Fotografen, Künstlern und Werbefachleuten bestärkten ihn auf seinem Weg.

## Retailer individuell bedienen

Neben den kleinen Auflagen, die mit Digitaldruck möglich sind, macht für Daniel Ludes aber noch ein weiteres Charakteristikum des Digitaldrucks die Überlegenheit gegenüber Siebdruck aus. »Ich kann meine Textilien – etwa Schals – für meine Retailer branden. So identifiziert sich der einzelne Händler stärker mit meinen Erzeugnissen.«

Damit verleiht Ludes Halstüchern die individuelle Note des Händlers. »Kunden haben das Gefühl, etwas Besonderes zu tragen, was wiederum die Händler motiviert, Vogelwerk exklusiv im Shop zu präsentieren«, ist sich Ludes sicher »Und das Beste daran ist, dass es weder mich noch den Retailer wesentlich mehr kostet«, freut sich der Wahlhamburger.

Und wie geht es in Zukunft weiter? Daniel Ludes: »Wir stehen mit Vogelwerk ja noch relativ am Anfang und konzentrieren uns jetzt erst einmal auf den Vertrieb. Wer weiß, in welche Richtung wir in ein paar Jahren unsere Schwingen ausbreiten?«



Vogelwerk®