Blaumann passé

BERUFSBEKLEIDUNG – Kleidung ist Ausdruck der Lebensform. Die Anforderungen an Berufskleidung sind natürlich höher. Modisch sind sie trotzdem, wie unsere Recherchen ergaben. VON CLAUDIA KRELLER

Bei der Auswahl der geeigneten Arbeitskleidung spielen viele Kriterien eine Rolle: Die Erwägungen reichen vom Tragekomfort, über Aspekte der Sicherheit und letztlich den modischen Geschmack des Einkäufers. Die Auswahl ist vielseitig, wie ein Blick ins Programm von Engelbert Strauss zeigt.

LESEN SIE HIER...

... welche Anforderungen an moderne Arbeitskleidung gestellt wird und wie die Hersteller auf eine veränderte Nachfrage reagieren.

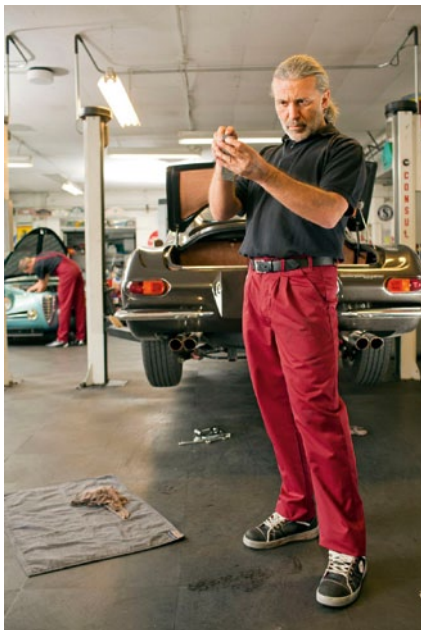
Latzhose und Meisterkittel sind so gut wie out", weiß Oliver Gerrits, Leiter Marketing bei MEWA Textil-Service. Auch Dirk Hischemöller, Geschäftsführer der DBL, Bereich Marketing und Vertrieb, stellt einen Rückgang des Anteils von Kittel und Latzhosen – einst der Renner im Bereich des Kfz-Gewerbes – fest. Bei Engelbert Strauss spürt man ebenso den Wunsch vieler Kunden nach dezenterer, weniger „Worker-Optik".

Den eigenen Stil durchzusetzen und auf aktuelle Modetrends einzugehen spiele demnach vor allem bei jungen Beschäftigten eine immer größere Rolle. Es sei für viele Handwerker, nicht nur aus der Kfz-Branche, wichtig, trotz einheitlichem Firmenauftritt dem eigenen Look eine individuelle Note zu verleihen. Gefragt sind moderne Farben und Schnitte. Unverkennbar ist der zunehmende Einfluss von Freizeit- und Outdoor-Mode auf die Arbeitskleidung. So ist statt Kittel gerade bei jüngeren Werkstattmitarbeitern eher die Bundhose, kombiniert mit T-Shirt oder Polohemd und Weste sowie Bundjacken zu finden. Auch bei den Farben hat sich einiges getan. Wobei die Renner in der Werkstatt noch immer dunkle Farben wie Blau und Grau sind, was wohl daran liegt, dass dort die Verschmutzung weniger auffällt. Doch hat sich auch hier die Mehrfarbigkeit durchgesetzt, beispielsweise durch abgesetzte Taschen etc. Wichtig bei der Farbwahl wird ohnehin zunehmend die werkstatteigene Corporate Identity (CI). Welchen Stellenwert die Nachfrage nach einem einheitlichen Erscheinungsbild für Unternehmen insgesamt hat, wird daran deutlich, dass auf der vom 13. bis 15. Februar 2014 in Stuttgart stattfindenden Textilveredelungsmesse TV TecStyle Visions im Rahmen des Themenparks „Style at Work" erstmals das Thema „Corporate Fashion" aufgenommen wird.

Unternehmensidentität

Kein Wunder, denn die Arbeitskleidung spricht quasi als textiler Werbeträger für das Unternehmen. Durch einheitliche Kleidung wird Kompetenz und Professionalität signalisiert und Kunden finden schnell den richtigen Ansprechpartner – vor allem bei zusätzlicher Namenskenn-

Fotos: engelbert strauss/ MEWA



Die Berufskleidung im Werkstattbereich sollte in zweckmäßigen Farben gewählt werden. Der Anbieter MEWA verfügt bei der Einkleidung von Kfz-Servicekräften über langjährige Erfahrung.

zeichnung auf der Kleidung. Die persönliche Ansprache fällt dann häufig leichter. Doch nicht nur in der Außendarstellung, auch intern kann Arbeitskleidung im einheitlichen CI positiv wirken. Denn hierdurch hebt man sich deutlich von der Konkurrenz ab, und es wird das Wir-Gefühl, die Identifikation mit dem eigenen Unternehmen gestärkt.

Bei aller Optik geht es bei der Suche nach der richtigen Arbeitskleidung aber vor allem um die Praxistauglichkeit und den Schutz des Trägers. Spezielle Funktionsgewebe, arbeitsplatzgerechte Schnitte und Ausstattungen – wie Taschen, Dehnfalten, flexible Bünde und Polstereinschübe sind gefragt. Polster in den Knietaschen sind besonders dann von Interesse, wenn oft an den unteren Partien von Fahrzeugen gearbeitet wird. Darüber hinaus verhindern verdeckte Knöpfe ein Verkratzen des Autolackes, geschlossene und verstellbare Ärmelbündchen unterbinden ein Einziehen der Kleidung bei laufendem Motor in den Antrieb. Wer im Karosseriebereich mit Schweißertätigkeiten betraut ist, benötigt eine entsprechende Kleidung zum Schutz vor Funkenflug. Ein Trend geht zu leichterer Kleidung, wo früher Baumwolle mit hoher Grammatur, sprich viel Gewebe pro Quadratmeter, zur Stabilität verwendet wurde. Im Trend liegen heute Softshell-Gewebe – ein Überbegriff für Funktionstextilien, die aus zwei oder drei laminierten Membranschichten bestehen und wind- und feuchtigkeitsabweisend sind.

Nachhaltigkeit

Bei der Alltagsmode ist es schon längere Zeit ein Thema: Faire Produktionsbedingungen. Wie sieht es diesbezüglich im Bereich der Berufsbekleidung aus? Auch bei Arbeitskleidung ist dies laut Dirk Hischemöller (DBL) ein sehr aktuelles Thema. Deshalb begrüße DBL die Initiativen seiner Lieferanten Bierbaum Proenen und Kansas, die sich der Fair Wear Foundation angeschlossen haben, einer Organisation, die sich für weltweit faire Produktion von Kleidung einsetzt und streng kontrolliert. Oliver Gerrits (MEWA) verweist darauf, dass Vertragsbestandteil für die Lieferanten der Code of Conduct ist, damit nicht nur die eigenen Mitarbeiter unter angemessenen Bedingungen arbeiten, sondern auch die Mitarbeiter in den Fabriken der Zulieferer. Das Unternehmen arbeitet mit Lieferanten innerhalb und außerhalb Europas zusammen. Ebenso unterstützt Engelbert Strauss ihre Produktionspartner bei der Umsetzung dieses Codes. Das Unternehmen lässt größtenteils im Ausland produzieren – vor allem in Asien, aber ebenfalls in Europa, beispielsweise in Italien –, dort, wo die Textilindustrie zu einer der größten Einnahmequellen zählt und die Nähe zu Rohstoffquellen vorhanden ist. Alle Lieferanten seien persönlich bekannt und werden von Familie Strauß regelmäßig besucht und von unabhängigen Beratern geprüft. So sollen sichere und gesundheitlich verträgliche Arbeitsplätze und faire Arbeitszeiten geschaffen werden.

Je nach Anforderung

Unterschiedliche Einsatzbereiche erfordern individuelle Kleidung – in Farbe, Ausstattung, Material und funktionellen Details. Während beispielsweise im Bereich der Werkstätten robuste Oberstoffe, Funktionalität und schnelle Erkennbarkeit durch personalisierte Aufschriften das Maß der Dinge sind, sollte das Verkaufspersonal im Autohaus einheitliche Anzüge und Kostüme mit Krawatten oder Tüchern tragen. Wichtig für die Auswahl ist es zu wissen, wie lange einzelne Kleidungsstücke dieser Kollektion verfügbar sind, um spätere Mitarbeiter im Unternehmen ebenfalls damit auszustatten. Darüber hinaus sollte nicht nur das Produkt, sondern auch die Frage der Nutzungsmodelle im Gespräch geklärt werden: Kaufen oder Mieten – mit oder ohne Pflege- bzw. Reinigungsservice. Das ist nicht nur eine Frage des persönlichen Geschmacks, sondern vor allem des zur Verfügung stehenden Budgets. ■

AUTOHAUS akademie

AUTOHAUS Planungskongress

Ulrich Selzer, Geschäftsführer Toyota Deutschland GmbH …

… spricht auf dem 3. AUTOHAUS Planungskongress am 30. 9 und 1.10. 2013 u. a. über Planungssicherheit durch Differenzierung und welche Markt- und Ertragschancen sich daraus ergeben. Neben Selzer geben weitere hochkarätige Branchenexperten Impulse für ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2014 im Autohandel.

Alle Informationen zum Planungskongress unter www.autohaus.de/akademie