

# Zeitgeistiger, grüner, weiblicher

Textil-Fachjournalistin Kirsten Rein  
im Vorfeld der „A+A 2017“ über aktuelle Trends

Schick, schützend, komfortabel und nachhaltig – moderne Berufs- und Schutzkleidung verbindet alle Eigenschaften. Industrie- und Dienstleistungsunternehmen, Handel und Handwerk widmen dem Thema „Corporate Fashion“ zunehmend Aufmerksamkeit: Das repräsentative Outfit der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen ist ein klares Differenzierungsmerkmal im Wettbewerb, stellt das Firmen-Image dar und trägt zur Stärkung des Wir-Gefühls in der Belegschaft bei. Und wie lassen sich Funktion, Komfort und Design optimal verbinden? Antworten auf diese Fragen gibt es bei der „A+A 2017“. Die Leitmesse für sicheres und gesundes Arbeiten wird mit einer Fülle von Produkten und Ideen aus dem Bereich Corporate Fashion – individuellen Kollektionen und/oder Standardkollektionen mit Kundenbranding – aufwarten. Rund 1.900 Aussteller werden vom 17. bis 20. Oktober in Düsseldorf dabei sein. Unter ihnen haben rund 50 Unternehmen Corporate Fashion als Ausstellungsschwerpunkt; etwa 200 Aussteller bieten dazu entsprechende Artikel und Services an. Aktuelle Kollektionen werden zudem in den täglichen „A+A Fashion Shows“ in Halle 11 präsentiert.



Workwear fürs Metallhandwerk von Uvex / Foto: Uvex

Die Deutsche Bahn hat sich für Guido Maria Kretschmer entschieden, um ihre 42.000 Mitarbeiter neu auszustatten. Der Mode-Designer und Moderator der Vox-Show „Shopping Queen“ ist erfahren auf diesem Gebiet. Die Mitarbeiter von TUI, Deutsche Telekom, der Fluggesellschaft Emirates und von den Hotels Kempinski und Maritim tragen bereits von ihm entworfene Corporate Fashion. Erst kürzlich

ist ein vier Monate andauernder Tragetest zu Ende gegangen. 40 Bahn-Mitarbeiter und -mitarbeiterinnen haben dunkelblaue Blazer, schmale Hosen und adrette Etui-Kleider Probe getragen. Dazu das Unternehmen: „Es ist der Deutschen Bahn wichtig, das mit den Mitarbeitern gemeinsam zu entwickeln, denn sie sollen sich in ihrer Bekleidung wohlfühlen.“ Damit spricht die Bahn aus, was die gesamte Corpo-

rate-Fashion-Branche prägt. Immer weniger bestimmt der Einkauf allein, was angeschafft wird. Die demografische Entwicklung, aber auch der Zeitgeist haben zu einem Arbeitgebermarkt geführt.

### Am Anfang steht der Tragetest

„Bekleidung ist ein emotionales Produkt“, sagt Harald Goost vom „A+A“-Aussteller Bierbaum-Proenen. Umfragen und groß angelegte Trägerversuche sollen dazu führen, dass Tragekomfort und Farben nicht nur den Anforderungen am Arbeitsplatz, sondern auch den Wünschen der Träger entsprechen. „Die Akzeptanz ist ganz wichtig, deswegen entscheidet nicht mehr alleine der Beschaffer, sondern es wird ein gemeinschaftliches Ergebnis mit Arbeitssicherheit, Arbeitsmedizinern und den Trägern gesucht“, sagt Joachim Geyer von der Firma Kübler, die ebenfalls auf der „A+A 2017“ ihre Innovationen vorstellen wird.

„Immer häufiger erstellen wir ein Konzept zusammen mit dem Beschaffer. Aufgrund unserer langjährigen Erfahrung werden so weiterführende Ergebnisse erzielt“, sagt Goost. „Durch Tragetests gewinnt in der Regel auch der Arbeitgeber neue Erkenntnisse.“

Um zu passgenauen Erkenntnissen zu gelangen, werden Ort und die Bewegungsabläufe dort im Vorfeld genau studiert. „Wir schauen uns die gesamte Situation an“, so Geyer. Im Falle der Münchner Versorgungsbetriebe sind das auch die Kanalsysteme, in denen sich die Mitarbeiter mit der Schulter anlehnen oder im Knien arbeiten. „Bestseller werden die Sachen, bei denen es uns gelungen ist, die Meinung der Mitarbeiter aus den Tragetests und Umfragen voll umzusetzen.“

### Materialien:

#### Wunsch versus Standzeit

Und es wird einiges unternommen. Vor allem auch in Regionen mit Vollbeschäftigung wie dem Großraum München tun Arbeitgeber viel, um ihr Personal zu halten. Denn aus dem Sport ist man schon eine Menge Funktion und Komfort gewöhnt. „Das ist oft ein Balanceakt zwischen dem Wunsch des Trägers und der Standzeit“, so die Erfahrung von Goost. Vier-Wege-Stretchmaterialien oder Softshelljacken halten den Anforderungen von Abrieb durch Gebrauch oder Wäschen nicht so stand, wie man es von klassischen Mischgeweben gewöhnt ist. Trotzdem, die durch neue Materialien und eventuell kürzere Standzeiten erhöhten Kosten werden heute in Kauf genommen.

Immer jüngere Entscheider sorgen dafür, dass das, was die Menschen vom Sport gewohnt sind, auch in der Workwear umgesetzt wird. Kübler beispielsweise stattet Porsche in Stuttgart mit einem hochwertigen Lagenkonzept aus. Die dazugehörenden Softshell-Jacken tragen die Mitarbeiter den ganzen Arbeitstag lang – und gerne auch noch am Wochenende, weil sie praktisch, bequem und schick sind.

### Ergonomische Schnitte und kombinierte Funktionen

Die „A+A 2017“ wird zeigen, dass Outdoor- und Sportswear-Features heute fest zu Corporate Fashion und Workwear gehören. Ergonomisch optimierte Schnitte manifestieren sich in vorverlegten Seitennähten und Abnähern. Die Gewebe werden immer leichter. Vor allem die Kombination von Geweben ist typisch für moderne Arbeitsbekleidung. „Die Funktion ist in Zonen aufgeteilt“, beschreibt Birgit Krauss

# Professioneller Gehörschutz



Für jede Situation die passende Lösung.

## Professioneller Gehörschutz

In den letzten 30 Jahren hat sich Elacin zu einem führenden Hersteller und Anbieter von Gehörschutzprodukten für die Industrie in Europa entwickelt.

Vom neuesten Universal-, dem individuell angepassten bis hin zum speziell für Kommunikationsmittel geeigneten Gehörschutz.

Für jede Situation die ideale Lösung.



**elacin** { a sound experience  
hearing protection

om

elacin.com

elacin

**Möchten Sie mehr erfahren und sich persönlich beraten lassen?**

Rufen Sie uns einfach an: 0211 61 70 56 56, oder schicken Sie eine Mail an [customerservice@elacin.com](mailto:customerservice@elacin.com)

elacin.com

elacin.com

von Uvex, seit vielen Jahren auf der A+A in Düsseldorf präsent. Das gilt für das unterschiedliche Wärme-Management. Es werden Mesh-Materialien an Stellen eingesetzt, an denen man besonders schwitzt. Und das gilt für die Kombination von Materialfunktionen, wie der Einsatz von flexiblen Stoffen an den Seiten, an denen Dehnung verlangt wird. So vereinen sich in einem Produkt viele unterschiedliche Eigenschaften. Krauss: „In der Logistik beispielsweise setzen wir bei Jacken vorne Körper ein, hinten und an den Ärmeln Softshell-Material. Das macht die Jacke haltbarer und günstiger zugleich.“ Ein anderes Beispiel nennt Geyer: „In der Müllentsorgung schwitzen die Mitarbeiter im Sommer extrem, deshalb haben wir die Hosen mit Belüftungsmaterialien im Schritt versehen. Auf der Innenseite

sorgt Baumwolle für ein angenehmes Gefühl. Der Lagenlook und die Kombinierbarkeit der einzelnen Teile sorgen für Vielfalt bei individuellem Wärme- und Kälteempfinden.“

#### Farbtrends

Beim Thema Farben sind ebenfalls neue Trends zu erkennen. Auch hier gilt es einen Spagat zu bewältigen: Einerseits wollen die Unternehmen immer wieder mit neuen Farben überrascht werden. Sie kommen aktuell etwas gedeckter und erdiger daher, Colourblockings werden dezenter. Wirklich farbenfrohe Akzente werden meist über Shirts und Polos gesetzt, hier kann vielfältig gespielt werden. Andererseits soll die Bekleidung in ihrer Farbgebung möglichst acht Jahre aktuell bleiben und lange halten. Doch selbst Branchen wie Gärtner, die immer noch Grün tragen, greifen zu moderneren Tönen beziehungsweise Farbkombinationen. Auch eigentlich uniforme Bekleidung bekommt mehr Freizeit- und Sport-Charakter.

#### Damenwahl

In einem Arbeitsmarkt, wo gute Mitarbeiter schwer zu finden und nicht so ohne Weiteres



Veredelte Jacke von Kübler / Foto: Kübler

zu halten sind, wird das Betriebsklima immer wichtiger. Einen wesentlichen Beitrag dazu leisten die Frauen – entweder in neuen Berufsbildern wie KFZ-Mechatroniker/in oder Holzmechaniker/in, aber auch in einst klassischen Männerberufen wie Maurer oder Maler und Lackierer, in denen sie immer öfter anzutreffen sind. Sicher hat die Bahn im Bereich ICE und Bahnhöfen mehr weibliches Personal als das Handwerk, die Autoindustrie oder die Post – aber Frauen sind auch hier auf dem Vormarsch. „Das sind keine hohen Stückzahlen“, sagt Goost, „und es ist betriebswirtschaftlich sicher nicht einfach, Frauen mit entsprechender Kleidung auszustatten. Aber wenn man den Auftrag haben möchte, kommt man eigentlich nicht mehr umhin, es zu tun.“ Dabei reicht es bei Frauen in der Regel nicht, die Schnitte zu verändern, oft müssen auch Taschen oder Kragen anders konzipiert werden. „Frauen mögen beispielsweise keine Schenkeltaschen“, so Geyer. „Und ein falscher Kragen reicht, damit können Sie dann schon nicht mehr reüssieren.“



Corporate Image Wear von Bierbaum Proenen / Foto: Bierbaum-Proenen



# JUMBO®

high tex solutions

Innovative Lösungen  
für höchste Anforderungen

## Nachhaltigkeit als Trend

Der Ruf nach Nachhaltigkeit wird langsam, aber stetig lauter. Thomas Lange, Geschäftsführer German Fashion: „Bis 2020 sollen 50 Prozent der einzukaufenden Textilien des Bundes nachhaltig sein. Soziale Aspekte werden bei allen öffentlichen Verfahren abgefragt. Aber auch kleineren Unternehmen ist das wichtig. Sie kennen ihre Lieferanten meist sehr genau. Einige Lieferanten aus der Branche haben sich bereits dem Textilbündnis von Entwicklungsminister Gerd Müller angeschlossen.“ Auch bei Kübler macht man diese Erfahrung: „Fair Trade/Fair Wear verfestigen sich. Themen wie Ethical Conduct oder Nachhaltigkeit sind vor allem bei großen Kunden wie der Stadt Stuttgart, noch dazu mit einem grünen Bürgermeister, sehr wichtig. Beschaffer besuchen teilweise unsere Fertigungsbetriebe in Begleitung unserer Techniker, um sich selbst ein Bild zu machen.“ Der Nachhaltigkeitsgedanke beziehungsweise Codes of Conduct sind häufig integraler Bestandteil der Einkaufsrichtlinien.

## Mehr veredeln, schneller liefern

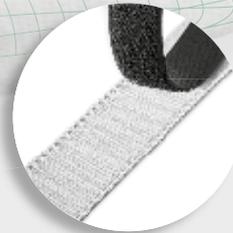
Was kann ich dem Kunden noch bieten? Im Wettbewerb um die Kunden gibt immer häufiger der Mehrwert den Ausschlag. Komplementärthemen zur Bekleidung wie Veredlung, Beratung, Instandsetzung und Wäsche sind da Möglichkeiten. Individualisierung ist ein weiteres Stichwort. Sie spielt sowohl beim Produkt eine Rolle (Namen, Sondergrößen etc.), aber auch bei der Lieferung. Der Trend geht weg von standardisierter hin zu individualisierter Logistik, heißt es in der Branche. Geliefert werden sollen personalisierte Pakete – egal ob als Komplett- oder Teillieferung. Die Unternehmen werden stärker zu Systemanbietern. Das Sortiment umfasst nicht mehr nur Hosen oder Jacken, sondern Bekleidung vom Hut bis zum Schuh. Beratung gehört vom ersten Kontakt an dazu. Lieferanten unterstützen beim Evaluieren der Anforderungen, bei Tragetests und Umfragen sowie der anschließenden Auswertung. Die Lieferanten haben Erfahrung in der Ausstattung ganzer Betriebe und können so die Beschaffenden sinnvoll unterstützen.

## Zukunft mit Added Value

Ein Mehrwert kann auch durch einen QR-Code oder RFID-Chips gegeben werden. So steht der Träger quasi im direkten Kontakt mit seiner Bekleidung und kann jederzeit abfragen, wie er sie pflegen soll oder wann beispielsweise die Jacke das letzte Mal imprägniert wurde. Noch einen Schritt weiter gedacht sind Sicherheitskonzepte, die am Eingang der Halle oder zu Beginn der Tätigkeit kontrollieren, ob die Arbeitskleidung korrekt getragen wird. Bekleidung der Zukunft kann messen oder über Sensoren warnen, sie kann den Träger unterstützen und die Gesundheit optimieren.

A+A

[www.aplusa.de](http://www.aplusa.de)



## FlexiKlett

- Vollflächig klettfähig
- Hohe Elastizität



## Trägerband

- Flammhemmend ausgerüstet
- Öko-Tex Produktklasse I



## Gummikordel

- Mit Reflexstreifen
- Hohe Elastizität



[www.jumbo-textil.de](http://www.jumbo-textil.de)