



Präsentationen aktueller Workwear und Corporate Fashion sind auf der A+A immer ein beliebtes Show-Event.

Workwear/Corporate Fashion A+A 2019

Wenn aus alten Flaschen neue Corporate Fashion wird

Schutz und Chic gelten heute als Mindestanforderungen an Corporate Fashion. Damit sind ihre Eigenschaften noch nicht zu Ende erzählt. Auch bei Passform und Nachhaltigkeit hat sich viel getan.

„Wohlfühlen ist mehr als Aussehen“, sagt Susen Lemnitzer, Leiterin Produktmanagement und Entwicklung für Workwear bei Uvex. „Bei der Arbeit will der Mensch sich genauso gut fühlen wie sonst auch.“ Da spielen besonders Next-to-skin-Materialien eine wichtige Rolle. Aber auch der äußeren Schicht wird viel abverlangt. Sie schützt gegen Wind, Nässe und Hitze, sorgt für bessere Thermoregulierung, ist dabei möglichst leicht und dennoch hochbeständig. „Dass die Beschäftigten steigende Maßstäbe an ihre Berufskleidung haben, ist verständlich“, sagt Carla Cacitti, Leiterin des Produktmanagements bei Bierbaum Proenen (BP). „Schließlich tragen sie ihre Berufsbekleidung täglich zwischen acht und zehn Stunden.“

Aus Blumann und Kittel sind modisch-funktionelle Outfits geworden. Sweat-, Strick- und Funktionsjacken im Lagenlook verdrängen Arbeitsjacken. Inspiriert von Sport und Freizeit, gepaart mit höheren Ansprüchen und wachsendem Selbstbewusstsein kompetenter Fachkräfte entwickeln Workwear-Spezialisten emotionale Produkte, die immer mehr können. Sie sind funktional, drücken Kompetenz aus, untermauern das Wir-Gefühl, entsprechen dem Zeitgeist und werden deshalb gerne getragen – nicht nur am Arbeitsplatz.

Ein wichtiger Faktor für die Beliebtheit der Workwear ist die Tatsache, dass Mitarbeiter ganzjährig ausgestattet sind. „Unsere

Reflectiq-Linie bietet Komplettpakete in vier Farbstellungen. Sie beinhalten Shorts, Sommerhosen, Warnschutzshirts mit UV-Schutz und Winterjacken mit Membran für den Winter“, sagt Joachim Geyer von Kübler.

Bei BP werden Westen mit Softshell- und Fleecejacken kombiniert. „So sind die Träger flexibel und können sich Wetterumschwüngen schnell anpassen.“ Der Multilagen-Look tut sein übriges. Er ist praktisch, weil bei unterschiedlichen Gewerken verschiedene Belastungen typisch sind und außerdem jeder Mensch ein individuelles Wärmeempfinden hat.

Tragekomfort und Bewegungsfreiheit sind Trumpf

Materialien und Passformen sind weiterentwickelt worden, um vor allem den Tragekomfort bei gleichbleibendem Schutz zu erhöhen. Insgesamt sind „leicht, weich und gleichzeitig robust und strapazierfähig“ die Attribute der neuen Materialien für Arbeitskleidung. Baumwolle erfreut sich weiterhin großer Beliebtheit, heißt es bei BP. Gleichzeitig wünschten sich die Träger aber auch Funktionsgewebe wie Stretch oder Fleece in allen Variationen, „die für ein hohes Maß an Bewegungsfreiheit stehen“. Mesh-Einsätze an Jacken und Hosen senken in den Sommermonaten die Belastung durch Hitze. Cordura-Einsätze schützen Knie, Taschen oder andere beanspruchte Stellen.



Nachhaltige Textilien aus Fairtrade Baumwolle: Umweltschutz und Ressourcenschonung werden in der Workwear-Branche großgeschrieben. (Foto: CWS)

Die leichteren Materialien helfen auch bei der Optimierung der Passform. Unterstützt von 3D-Meßmethoden stehen weniger einzelne Arbeitspositionen und -haltungen wie Über-Kopf-Arbeiten oder kniend arbeiten im Fokus sondern gesamte Bewegungsabläufe. Ergonomische Schnitte sollen trotz des eher schmalen „modern fit“-Charakters möglichst viel Bewegungsfreiheit bieten.

Reflexpaspeln und Streifen werden als Styling- und Schutzelemente eingesetzt. Geyer zur Warnschutz-Kollektion: „Die Reflectiq Produkte sind schon wegen der Anordnung der Reflex-Elemente ein Blickfang. Sie wurden in Body-Language-Optik angebracht. Das hebt die Körperkonturen hervor und macht den Menschen schneller erkennbar. Zusätzliche Reflexstreifen an den Schultern erhöhen die Sichtbarkeit beim Tragen von Gegenständen oder Arbeiten in gebückter Haltung.“ Für den Tragekomfort sind Krägen innen mit Fleece gefüttert und oben mit Stoff abgesetzt. Über Unterarmventilationen zum Öffnen kann die Wärme besser weichen. Sturmkapuzen lassen sich rechts- und linksseitig individuell regulieren, damit einem bei Drehbewegungen nicht die Sicht genommen wird. Sportliche Streifen und Farbkontraste verleihen dem Träger eine athletische Silhouette.

Mehr Wertigkeit durch gedecktere Farben

Individualisierung gilt als einer der wichtigsten Trends. Deshalb wird eine immer größere Farbvielfalt angeboten. „So lassen sich Kleidungsstücke und Farbvarianten der Kollektion optimal miteinander kombinieren und ermöglichen einen individuellen Unternehmensauftritt“, sagt Michael Stielow, Product & Marketing Lead Dach bei CWS. „Wir liefern die Kleidung auch mit Firmenlogo und Mitarbeiternamen.“ Blau und Rot bekommen Konkurrenz durch Anthrazit, Schwarz und Oliv. Die Farben fallen gedeckter aus und vermitteln eine höhere Wertigkeit. Es ist nicht mehr so, dass der Maler in Weiß auftreten muss und der Gärtner in Grün. Vielmehr stehen das Corporate Design und die Farben des Unternehmens im Vordergrund.

„Ob Mann oder Frau, der Anspruch vor allem an Image Wear ist keine Frage des Geschlechtes. Passform, Qualität und Funktionalität entsprechen immer höchsten Anforderungen“, sagt Thomas Lange vom German Fashion Modeverband. „Für alle Mitarbeitenden spielen Tragekomfort und Optik gleichermaßen eine wichtige Rolle“, ergänzt Stielow. Die Hersteller sind darauf bedacht, für Frauen neben Unisex-Modellen Bekleidung komplett neu zu gestalten und nicht nur von den Herren zu adaptieren. Firmen wie BP Blakläder und Kübler haben aufgrund des „Megatrends Workwear für Frauen“ ihre Farbpalette beispielsweise fürs NOS-Programm deutlich erweitert. „Wichtig ist auch ein breiter Größenspiegel“, sagt Geyer. Digitale Systeme unterstützen besonders bei der Schnitterstellung für Sondergrößen – ein Thema, das zum Beispiel für großgewachsene Mitarbeiter von Bedeutung ist.

Unabhängig von Größe, Geschlecht und Gewerk ist die Beschaffung von Arbeitskleidung durch die Digitalisierung wesentlich einfacher geworden. Rundum die Uhr können Beschäftigte Bestellungen aufgeben, ihr Kundenkonto pflegen und über Webseiten umfangreiche Informationen beziehen. Lieferungen erfolgen durch vollautomatisierte Lager innerhalb kürzester Zeit. Gleichzeitig werden Fehler bei dieser Art der Bestellabwicklung minimiert. Der Innen- und Außendienst kann sich verstärkt auf Service und Beratung konzentrieren.

„Die Digitalisierung revolutioniert die Branche in allen Bereichen – von der Planung über die Beschaffung bis hin zur Logistik“, sagt Lange. „In der Produktentwicklung beispielsweise kann man Produkte virtuell ansehen, bevor erste Muster angefertigt werden. Vorabkalkulationen zeigen Kosten, bevor entwickelt wird. Sourcing-Plattformen mit Lieferanten sowie der bessere Datenaustausch reduzieren Leadtimes und Lagerbestände.“ All das fördert auch die Nachhaltigkeit der Branche. Um den Kunden bei diesem Thema mit ins Boot zu nehmen, spricht beispielsweise Uvex von Beginn an über die verschiedenen Möglichkeiten zur Entwicklung eines nachhaltigen Bekleidungskonzeptes. „Dazu gehört eine Auswahl an nachhaltig produzierten Materialien und das Schaffen von Verständnis für eine ressourcenschonende Produktion, zum Beispiel durch Lagenoptimierung“, sagt Lemnitzer.

Aus PET-Flaschen werden Jacken

Doch das Engagement in Sachen Umweltschutz und Ressourcenschonung ist in der Branche nicht neu. Mehrere Unternehmen gehören schon seit Jahren der Fair Wear Foundation an. Bezüglich Schadstoffe setzen Reach- und Ökotex-Vorgaben die Maßstäbe. „Es wird mit allen Lieferanten über die Auswirkungen unseres Handelns auf allen Wertschöpfungsstufen gesprochen, um diese kontinuierlich zu verbessern“, heißt es bei BP. Fast alle Workwear-Spezialisten hierzulande können Gütesiegel und Zertifizierungen für einen nachhaltigen Umgang mit Textilien vorweisen.

„Der wichtigste Beitrag zur Nachhaltigkeit ist die Qualität der Produkte, denn ihre Langlebigkeit schont Ressourcen und verringert den Energieeinsatz“, sagt Cacitti. Dazu Lange: „Unternehmen, die für die öffentliche Hand liefern, werden in Ausschreibungen ohnehin mit Anforderungen der Nachhaltigkeit konfrontiert. Darüber hinaus haben viele Kommunen in ihren Ausschreibungen bereits derartige Anforderungen fixiert.“ Auf der kommenden A+A 2019 wird BP eine Workwear-Kollektion vorstellen, die zum Großteil aus recycelten Plastikflaschen hergestellt ist und auch noch neue Maßstäbe in Sachen Tragekomfort setzen soll.

Autorin: Kirsten Rein, freie Fachjournalistin für Mode und technische Textilien (Frankfurt a. M.)