

TRENDIG, SCHICK UND PRAKTISCH

Berufsbekleidung für jeden Anlass

BERUFSBEKLEIDUNG IST IN DER GEMEINSCHAFTSVERPFLEGERUNG und im Catering ein Muss. Das heißt jedoch noch lange nicht, dass diese altbacken und langweilig daherkommen muss. Ganz im Gegenteil: Für jeden Geschmack und Geldbeutel gibt es die entsprechenden Bekleidungslösungen, die nicht nur Eye-Catcher sind, sondern auch zu „Corporate Identity“ des jeweiligen Betriebes passen. (Von Martina Emmerich)



BUNT UND VIELFÄLTIG IST DIE KLEIDUNG für das Eventcatering aus dem Hause Bardusch. Foto: Bardusch

Gerade in Zeiten der Wirtschaftskrise ist es für die Gemeinschaftsverpfleger und Caterer wichtig, die Kosten genau im Auge zu haben. Deswegen stellt sich immer häufiger für sie die Frage, ob notwendige Posten gekauft oder gemietet werden sollen. Im Bereich der Berufsbekleidung erfreut sich der Trend zum Mieten wachsender Beliebtheit. Zwar tragen erst 20 Prozent der Arbeitnehmer in Deutschland, so die Zahlen von BDL, während ihrer Arbeitszeit Textilien, die über einen Anbieter von Mietservice geleast werden – doch der Prozentsatz steigt. Die Gründe, sich dafür zu entscheiden, sind vielfältig: Für den Gemeinschaftsverpfleger und Caterer entfällt der Organisationsaufwand, der beim Einkauf und der Disposition entsteht. Er kann zudem seine Kapitalkosten reduzieren, da er mit einem monatlichen Festpreis, der alle Produkte und Dienstleistungen abdeckt, rechnet. Zudem entfallen Wege- und Wartezeiten für die Wäsche und Ausgabe von Arbeitskleidung sowie die Personal- und Maschinenkosten für die Reinigung und Pflege. „Der Gemeinschaftsverpfleger kann zudem die Lagerfläche für Berufsbekleidung einsparen; auch fällt die Kleiderausgabe in den Betriebsabteilungen weg“, zählt Jeannette Schmitteckert, Leiterin Marketing bei Bardusch, die Vorteile auf. Ergänzend fügt Karina Hilbrecht von CWS-boco Deutschland hinzu: „Gerade kleinere Betriebe mit weniger als fünf Mitarbeitern möchten eine dauerhafte Kapitalbindung umgehen und entscheiden sich deshalb für eine Mietlösung. Die anfallende wöchentliche Rate kann übrigens in vollem Umfang unmittelbar steuerlich geltend gemacht werden.“ Das Unternehmen bietet den Kunden überwiegend Mietkleidung an und das ohne mengenmäßige Beschränkungen. So kann sich der Caterer um seine Kernkompetenzen kümmern, während boco das komplette Handling der Berufsbekleidung von der Abholung über das Waschen und Liefern übernimmt. Ein elektronischer Chip beziehungsweise bei anderen Dienstleistern eine Identnummer als Patchcode sorgt dafür, dass jeder Mitarbeiter seine persönliche Arbeitskleidung zurückerhält.

Sind Teile defekt oder verschlissen, werden sie automatisch fachgerecht repariert beziehungsweise ausgetauscht.

Wohlfühlcharakter ist wichtig

Ebenso vielfältig wie das Angebot an Mietwäsche ist das der Firmen, die Berufsbekleidung ausschließlich verkaufen. „Der Wohlfühlfaktor bei eigener Kleidung ist wesentlich höher“, weiß Christiane Ritzka, Produktmanagerin von Erwin Müller, die unter der Marke Jobline verschiedene Kollektionen für die Verpflegungsbranche anbietet. Der Hersteller setzt auf aktuelle Trends und Modifarben. Dabei bietet er gerade für die Eventgastronomie und die Gemeinschaftsverpfleger ein erfrischend anderes Bekleidungsangebot an. Da man im Hause Erwin Müller weiß, dass viele Mitarbeiter in der Gastronomie und im Catering ihre Kleidung selbst kaufen und waschen müssen, achtet der Anbieter auf günstige, aber qualitative Mode. Zollner setzt ebenfalls auf den Verkauf von Berufsbekleidung. „Wir haben viele Artikel,

KLEIDERENTWÜRFE FÜR BERUFSMODE vom Designstudio WERK zum Motiv „Wickelkleider – Mit einer Größe zum großen Auftritt“. Entwurf: Designstudio WERK

die bereits seit Jahren, zum Teil sogar seit Jahrzehnten in unserer Kollektion sind, weil sie von unseren Kunden nach wie vor gefragt sind. Aber wir passen uns selbstverständlich auch dem Trend entsprechend an und nehmen immer wieder neue Modelle im Sortiment mit auf“, erklärt Birgit Altinger aus dem Hause Zollner. Das Unternehmen bestickt auf Wunsch auch gerne die Berufsbekleidung, die es verkauft, mit individuellen Logos. „Das ist bereits ab 24 Stück realisierbar. Die Farbtöne können die Kunden anhand unserer Stickfarbkarte auswählen.“ Das ist besonders für ein einheitliches Erscheinungsbild der Mitarbeiter wichtig, das zudem Kompetenz und Zugehörigkeit vermittelt. „Vor allem mit dem Firmenlogo bestickte oder bedruckte Kleidung sind eine eindrucksvolle und lebendige Werbung für das Unternehmen. Dadurch wird auch das

Zusammengehörigkeitsgefühl der Mitarbeiter gestärkt“, sagt Birgit Altinger abschließend. Ein absolut raffiniertes Bekleidungskonzept hat das Designstudio WERK kreiert: Bianca Koczan und Maximilian Brunon setzen im Frühling auf One-Size-Modelle aus Jersey-Materialien. Die elegant-modernen Wickelkleider, -röcke und -blusen unterstreichen die Kompetenz und Persönlichkeit der Servicekräfte im Cateringbereich. Ganz nebenbei werden die Ausstattungs- und Lagerkosten reduziert. Die beiden Designer entwerfen jeweils individuelle Modelle für ihre Auftraggeber, die mehr als pure Funktionalität von Berufsbekleidung erwarten. Qualität und Kundenservice stehen bei Como Corporate Fashion im Vordergrund: „Alle Artikel sind aus kochwaschbaren, leichten, UV-beständigen und schrumpffarmen Geweben hergestellt“, erklärt Katharina Steindlmüller. Um den Kunden den Weg

komfort und die Kombinationsmöglichkeiten in Verbindung mit den Farben des eigenen Unternehmens berücksichtigen. Für die Mitarbeiter ist in erster Linie wichtig, dass sie sich in ihrer Berufsbekleidung wohl fühlen. „Schnitte sollten sich deshalb an funktionalen Gesichtspunkten orientieren, lange Bistroschürzen zum Beispiel mit Gehschlitzen ausgestattet sein. Unsere Kunden bevorzugen zudem ein hautfreundliches und pflegeleichtes Baumwoll-Mischgewebe, das Öko-Tex-Standard 100 entspricht. Weitere funktionale Details wie eine permanente Fleckschutz-Ausrüstung erleichtern die Arbeit und sollten bei der Kaufentscheidung berücksichtigt werden“, weiß Karina Hilbrecht von CWS-boco Deutschland. Hinzu kommt als weitere Eigenschaft die Atmungsaktivität der Kleidungsstücke; empfehlenswert wäre es außerdem, wenn die Hemden, Shirts, Blusen, Jacken und Hosen gut



sitzen und knitterfrei oder zumindest leicht zu bügeln sind. Hygiene und Pflegeleichtigkeit spielen in der Gemeinschaftsverpflegung und im Catering eine große Rolle. Bei täglichen Verschmutzungen muss die Kleidung schnell wieder zu reinigen sein, ohne dabei an Form und Farbe zu verlieren. Deswegen sollte darauf geachtet werden, dass die Kleidungsstücke aus Mischgeweben bestehen, industriemaschinenbeständig und bis 95° C waschbar sowie lange form- und farbbeständig sind.

Berücksichtigt werden sollte bei der Entscheidung für einen Kleidungsanbieter das Thema langjährige Nachkaufgarantie. Schließlich kommt es immer wieder einmal vor, dass ein Kleidungsstück verschleißt, das Servicepersonal wechselt und unterschiedliche Größen einer bestehenden Kleiderserie angeschafft werden müssen. Selbstverständlich gibt es auch im Bereich der Berufsbekleidung im-

mer wieder neue Trends. Allgemein lässt sich sagen, dass sich diese für die Eventcaterer an der gehobenen und Szenegastronomie orientieren. Moderne Schnitte und modische Farben erhalten Einzug. Bunte Details wie Paspelierungen und Knöpfe sind ebenso gefragt wie farblich dazu passende Schürzen, Halstücher oder andere Accessoires. Aktuell liegen kräftige Farben wie Brombeer, Mokka, Rostorange oder Moos im Trend. Doch auch ein erfrischendes Türkis, Orange oder Apfelgrün kommt gut an. Viele Berufsbekleidungsanbieter sind dazu übergegangen, für die einzelnen Branchen Themenwelten zu inszenieren. Daher sind neben dem klassischen Schwarz-Weiß der Hotellerie und Gastronomie auch asiatische oder orientalische Farben und Ornamente zu finden.

„Bei Servicekräften geht der Trend seit einiger Zeit hin zu farbiger Berufsbekleidung. Zunehmend gewünscht sind Überwuschschürzen in Farbe oder ein Outfit im Bistrostil mit farbigen Polos und Bistroschürzen“, sagt Birgit Altinger aus dem Hause Zollner. Bei den Köchen ist dagegen nach wie vor häufig weiße Berufsbekleidung bevorzugt. Anders verhält es sich jedoch, wenn die Köche für den Gast präsent sind. Speziell für die Köche, die im Frontcooking tätig sind, bietet Bardusch die Kollektion „Eventas Gastro“ an, die für ein attraktives Erscheinungsbild sorgt. Mit de-



BERUFSKLEIDUNG UND TEXTILES AMBIENTE gibt es bei Como aus einem Guss. Foto: Como Corporate Fashion

zenten Farbtönen wie Weiß/Hellgrau oder Weiß/Marine passt die Linie in jedes Ambiente. Neben den Kochjacken mit doppelreihigen Verschlüssen und auswechselbaren Kugelknöpfen sowie Kochhosen gehören auch pfiffige Details wie schicke Dreieckstücher zum Sortiment des Textil-Mietdienstes. Bei der DBL-Kochkleidung werden mit farblichen Applikationen und Bissen sowie bei den Bandanas neue Akzente gesetzt. „Als Trendfarben wirken Bordeaux und Schwarz“, weiß Regina Iglauer-Sander aus dem Hause DBL. Das Unternehmen bietet gerade zusammen mit dem Gewürzwerk Van Hees eine Seminarreihe für Auszubildende an, die aufzeigen soll, dass die Berufsbekleidung zum Auftritt, der Wirkung und dem Selbstbewusstsein der Nachwuchskräfte beitragen kann. Denn in der Praxis kommt es schließlich neben dem Können und der Kreativität der Azubis auf die gute Optik an. „Die ist immens wichtig“, weiß Seminarinitiator Neshlian Tholius aus eigener Erfahrung. „Denn wenn ich hinter der Frische-Theke stehe, bin ich es, den der Kunde als erstes wahrnimmt. Ich bin also das Produkt und muss mich entsprechend gut verkaufen!“ Mit frischen Farben, angenehm zu tragender Kleidung und modernen Kollektionen will DBL vermitteln: „Nur wer sich wohl in seiner Haut fühlt, strahlt Kompetenz und Freundlichkeit aus, arbeitet besser und kommt besser bei den Kunden an.“



NICHT NUR FÜR ASIA-WOCHEN oder Sushi-Restaurants ist die pfiffige Jobline-Mode mit Wickelhosen, -jacken und -shirts aus dem Hause Erwin Müller gedacht. Foto: Erwin Müller/Jobline



Ph: 0 21 51 94 18 00
Fax: 0 21 51 94 18 50, Bismarckstr. 71, 10263 Berlin
e-mail: info@chef-solutions.de, www.chef-solutions.de