

Rezept für Berufskleidung

Vor dem Tresen und in der Backstube, da geht es heiß her. Gut, wenn die Berufskleidung bei diesen Strapazen durchhält. Und dabei auch noch den Geschmack der Träger und Kunden trifft. Kölner können Kleidung – das zeigt BP mit seinen frischen und hochwertigen Kollektionen für die Branche.

Man nehme als Basis hohe Qualität, mische mit einer guten Portion Tragekomfort und würze mit flotten Farben. Die richtigen Zutaten machen den Unterschied. Das gilt für Backstube wie für den Service, das gilt für Berufskleidung – gutes Aussehen und bequeme Schnitte sorgen für viel Bewegungsfreiheit. Schließlich sollen Koch & Co. sich wohlfühlen in ihrer „zweiten Haut“. BP zeigt, wie’s geht.

Der Kölner Markenkonfektionär setzt bei der Entwicklung seiner Kollektionen für die Branche gleichermaßen auf Qualität und Ästhetik. „Unsere Maßstäbe sind hoch“, so Britta Kunst-Uhlenbruck, verantwortlich für Produktentwicklung und -design im Hause BP. „Neben unserem Anspruch, beste Qualität zu verarbeiten, damit sich der Träger wohlfühlt und so eine Identifikation mit der Kleidung stattfindet, sehen wir unsere Stärke in der Liebe zum Detail und unserem Gespür für Farben, Formen und Bedürfnisse.“

Die kreative Nase im Wind und das Know-how eines marktführenden Unternehmens für Berufskleidung im Rücken – das spiegeln die BP-Kollektionen wieder. Stylish Jacken mit raffinierten Extras; Bistroschürzen oder Vorbinder in neuen Farben wie sanftem Ecu oder warmem Braun; flotte Kopfbedeckungen wie die praktisch-zeitgemäßen Bandanas. Die gesamte Produktpalette für die Branche lässt keine Wünsche offen. Farbliche Abwechslung und die zum Beispiel gewünschte Ausstattung im CI-Charakter des Hauses lassen sich auch durch die große Auswahl an farbigen Shirts, Accessoires und Verbindern leicht verwirklichen. Hier ist die Farbauswahl groß und lässt sich

mit Logo- oder Emblemfarben des Kunden stilgerecht kompatibel ergänzen.

Kleidung ist ein sensibles Thema. Da ist die Berufskleidung nicht ausgenommen. „Bei der Entwicklung der einzelnen Teile bis hin zur gesamten Linie denken wir weiter – der Kunde soll seine Individualität, seinen Geschmack er- und ausleben können. Unsere Linien bauen systematisch auf, greifen ineinander. Das heißt konkret: mixen erlaubt, kombinieren erwünscht. Wir geben die Freiheit. Gleichzeitig denken wir einen Schritt weiter, bedenken den Gesamtprozess Kleidung. So sind unsere Kollektionen beispielweise auch pflegeleicht und Industriewäschegeeignet“. Ein Gesamtkonzept von A wie Auswahl bis Z wie (Kunden-)Zufriedenheit, das überzeugt.

Auf den Punkt gebracht

Wie modisch darf Berufskleidung sein?

Kunst-Uhlenbruck: Es darf so mutig sein, dass auch Ältere darin gut aussehen, ohne jemals lächerlich zu wirken. Der Träger soll durch seine Kleidung Kompetenz ausstrahlen. Genau das testen wir im Vorfeld durch Kundenbefragung und Marktforschung. Ansonsten gilt: Die Funktionalität ist das A und O. Der Tragekomfort sollte mit den modischen Aspekten harmonieren. Wer körperlich arbeitet, braucht Komfort, Funktionalität und Bewegungsfreiheit. Strapazierfähiges und pflegeleichtes Gewebe sowie erstklassige Passform müssen stimmen. Das ist die Basis unserer Schneiderkunst für BP. Modisches Design gibt den letzten Kick, um bei der Branche zu bleiben: die modische Würze.

Wie langlebig ist Berufskleidung?

Kunst-Uhlenbruck: Wichtiger Punkt ist natürlich die Haltwertzeit von Berufskleidung. Die Entwürfe stehen bei BP rund zwei Jahre im Katalog. Berufskleidung lässt sich hier

aber nicht mit Freizeitkleidung und damit mit einem Modetrend von rund sechs Monaten vergleichen. Entscheidend ist, Kollektionen zu kreieren, die langlebig und gleichzeitig auch noch nach mehreren Jahren zeitgemäß sind. Hier ist kluges Design gefragt – und das gelingt. Schließlich können die Firmen ihre Mitarbeiter nicht jede Saison neu einkleiden, der Kostenfaktor ist zu berücksichtigen.

Was hat sich in den vergangenen Jahren verändert?

Kunst-Uhlenbruck: Das Design ist aufwendiger geworden. Schnittführung, Linienführung, „Zutaten“ sind raffinierter. Und: Farben spielen eine große Rolle. Wir setzen in der Branche zum Beispiel neben den edlen Farben Bordeaux, Weiß und Schwarz nun auch auf warme Erdtöne wie Ecru und Braun und treffen hier genau den Geschmack der Kunden.

Wohin geht der Trend?

Kunst-Uhlenbruck: In der Mode gibt es Zyklen, einiges wiederholt sich. Gegenwärtig ist vieles nebeneinander aktuell – das gilt auch für die Berufskleidung. Ich denke, BP ist den vergangenen Jahren beim Design neuer Kollektionen noch innovativer und mutiger geworden – und unsere Kunden sind es auch! Schick ist heute, was gefällt. Dabei gilt heute wie damals: die Qualität spielt eine große Rolle. Diesen Anspruch hat BP an sich selbst und dies zeigen wir mit unseren Kollektionen.

weitere Information:

Bierbaum-Proenen GmbH & Co. KG
Jahn Werner
Domstraße 55–73
50668 Köln
Tel. 0221-1656-316
Email j.werner@bierbaum-proenen.de