

Start > Business & Management > New Looks: Corporate Fashion im Wandel der Zeit

New Looks

Corporate Fashion im Wandel der Zeit

29. August 2022



Bei Hotel One setzt die CI-Farbe Türkis markante Akzente. (Bild: Motel One)

Der dunkelblaue Blazer an der Rezeption, die schwarze Weste im Service – die Zeiten der Einheitskleidung für Hotelbeschäftigte sind vielerorts vorbei. Immer häufiger hält Corporate-Design Einzug in die Garderobe. Die aktuellen Outfits sind modischer als je zuvor. Das Credo: lässig, aber niemals nachlässig.

Für das **Gesamterscheinungsbild** eines Betriebs spielt die Kleidung des Teams eine tragende Rolle – im absoluten Wortsinn. „Die Kunst bei **zeitgemäßer Berufskleidung** ist, Mitarbeitende als solche erkennbar zu machen, ohne sie uniformiert wirken zu lassen“, bringt Dr. Stefan Rennieke, Mitgründer und CEO des Berufsbekleidungs-Spezialisten Kaya & Kato, die Aufgabe der **Teamkleidung** und den Paradigmenwechsel auf den Punkt: „Mitarbeitende schätzen Looks, die sie ebenso privat tragen würden. Der Wohlfühlfaktor gewinnt auch bei der Arbeit an Bedeutung.“

Eine Entwicklung, die Ines Korkowski, diplomierte Designerin und Geschäftsführerin von Kraftstoff Fashion aus Birkenau, nur bestätigen kann: „Schlagworte wie ‚New Work‘ und ‚New Flexibility‘ betreffen auch die Hotellerie. Wie in der Businesswelt insgesamt, ist alles nicht mehr so formell wie in früheren Jahren.“ Die Kleidung werde **legerer und „casualiger“**. Chinos, Stehkragenhem – den, Strickartikel, Jerseyblazer – das seien die Looks, die heute vorrangig nachgefragt werden. Für Urlaubshotels dürfe es noch **sportiver** sein. „Poloshirts in verschiedenen Farben können hier zum Beispiel kenntlich machen, ob es sich um ein Teammitglied der Rezeption, der Gastronomie oder des Kidsclubs handelt“, erläutert die Fachfrau.

Abgestimmt mit dem Gesamtkonzept

Doch nicht nur modische Strömungen und Ansprüche der Mitarbeitenden haben Einfluss auf die Arbeits-Outfits von heute. Immer mehr Hoteliers bringen über die Kleidung ihres Teams ihre **Corporate-Identity** zum Ausdruck beziehungsweise komplettieren sie. Stil und Farben werden zum Gesamtkonzept abgestimmt. „Oftmals sind Renovierungen der Auslöser, sich auch bei der Kleidung neu und zum **Interior-Design** passend aufzustellen“, betont Ines Korkowski und stellt einige Referenzbeispiele vor: „Für das **Hilton Garden Inn** haben wir Outfits aus Chino-Hosen, weißen Hemden beziehungsweise Blusen und blauen, dezent gemusterten Sakkos respektive Blazern kreiert. Dazu tragen die Mitarbeitenden blaue Sneaker.“

Mit „kreiert“ meint sie die **Zusammenstellung aus Produkten** mehrerer Hersteller. Kraftstoff Fashion führt und vertreibt diverse **Corporate-Fashion-Marken**, die laut Ines Korkowski ein jeweils breites **Größenspektrum** und gute Nachlieferfähigkeit gewährleisten. Vom Slow Down Hotel aus Travemünde kam der Wunsch nach **sportlich-lässiger** Teamkleidung mit maritimem Touch. Hier fiel die Wahl unter anderem auf dunkelblaue Polo- und T-Shirts, Hemden, Sweatblazer und Softshelljacken sowie marineweiß-gestreifte Longsleeves. Allesamt wurden mit dem Logo des Hotels bestickt. Anderes Genre, anderer Look: Die Jugendherberge Oldenburg kleidete Kraftstoff mit karierten Holzfällerhemden, Hosenträgern und Canvas-Schürzen ein. **Personalisierte Holz-Namensschilder** geben den Gästen Auskunft darüber, wer sie betreut.



Im Slow Down Hotel in Travemünde ist die sportlich-lässige Teamkleidung in maritimen Farben gehalten. (Bild: Kraftstoff Fashion)

Ergänzt um aktuelle Trends Kayo & Kato fertigt auch individuelle Arbeitsbekleidung an, sofern sie in größeren Stückzahlen bestellt werden. „Für die Dorint Hotels haben wir gerade eine eigene Kollektion entwickelt, die sich durch **legere Eleganz** auszeichnet. Dieser Stil wird derzeit branchenweit stark nachgefragt“, so Rennieke. Parallel dazu zählen **Denim-Looks** in verschiedenen Farb-Varianten zu den Bestsellern seines Unternehmens. Auch bei der Hotelkette **Motel One** gehört die Standard-Uniform der Vergangenheit an. Sie wurde durch den stylischen „**One Dresscode**“ abgelöst, bei dem die CI-Farbe Türkis markante Akzente setzt.

Die Outfits bestehen aus mehreren Basic-Teilen, die alle Mitarbeitenden zum Einstieg erhalten. Diese werden ein- bis zweimal jährlich durch Artikel ergänzt, die aktuelle **Modetrends** aufgreifen und nach Belieben mit der Bestandsmode kombiniert werden können. Cardigans, Rollkragenpullover oder Schluppenblusen für die Damen, Chinohosen, Fliegen und Westen für die Herren sind nur einige Beispiele. Partner von Motel One ist der **Fashion-Dienstleister Katag**. Wichtige Maßgabe der Zusammenarbeit ist, dass ausschließlich bei Produzenten mit gültigem Amfori-BSCI-Audit – dem Programm zur Verbesserung der sozialen Standards in einer weltweiten Wertschöpfungskette – produziert wird. Außerdem sind alle Artikel mit dem **Oeko-Tex Standard 100** zertifiziert und es kommen, wenn möglich, recycelte Materialien zum Einsatz.

Nachhaltigkeit als Basis

Alle hier erwähnten Unternehmen betonen den Aspekt der **Nachhaltigkeit**. Kraftstoff Fashion arbeitet mit Herstellern zusammen, die überwiegend in Europa produzieren. Kaya & Kato gibt an, ein klimaneutrales Unternehmen mit **klimaneutralen Produkten** zu sein. Im Rahmen ihres Projekts „Textile Trust“ wurde die gesamte Lieferkette via **Blockchain-Technologie** transparent gemacht. „Unsere Mitarbeitenden schätzen Stil sowie Funktionalität und sind vom Konzept dahinter begeistert“, betont Jörg Thomas Böckeler, Managing Director & CEO der Dorint Hotels & Resorts.

Die Atlantic Hotels Gruppe bekräftigt den gestiegenen Stellenwert des Aspekts Nachhaltigkeit ebenfalls: „Nahezu alle Outfits für unseren Neuzugang Atlantic Hotel Münster werden aus **nachhaltiger Baumwolle** gefertigt und könnten wegweisend für die gesamte Marke werden“ prognostiziert Marc Rohe, stellvertretender Geschäftsführer sowie Leiter Projekte und Entwicklung. Die Mitarbeitenden haben aktiv an der Auswahl mitgewirkt, für den Geschäftsführer ein wichtiger Teil im Prozess.

Regelmäßiges Reinigen und Bügeln der Outfits werden ihnen seitens ihres Arbeitgebers abgenommen, mit Ausnahme der Hemden und Blusen. Diese pflegen die Team-Mitglieder selbst. Damit sie dies nicht täglich tun müssen, werden sie jeweils mit acht Exemplaren bestückt. Ausstattungs- und Pflegepartner ist das Unternehmen **Frischtex** aus Dortmund, das Kollektionen von diversen Labels führt. Bei den Schuhen setzt die Hotelgruppe auf die maßgefertigten, **3D-gedruckten „Cubix“**-Einlagen des Münsteraner Unternehmens Go-Tec. „Diese sorgen für mehr Gemütlichkeit im Schuh, wachere Füße und eine **bessere Haltung**. Das Feedback aus dem Team ist so positiv, dass wir hier sogar über einen Roll-out innerhalb der gesamten Gruppe nachdenken“, sagt Marc Rohe und ergänzt: „In unserer Branche geht es darum, Gäste glücklich zu machen. Und das können nur Mitarbeitende, die sich wohl in ihrer Kleidung fühlen.“

Differenzierung je nach Marke

Mit Severin's und Unique by Atlantic Hotels führt die Atlantic Hotels Gruppe zwei weitere Marken, die auf **unterschiedliche Reiseanlässe** und Zielgruppen ausgerichtet sind. Aus Rohes Sicht hat das selbstverständlich Einfluss auf die Kleidung der jeweiligen Teams. In den beiden **Unique by Atlantic Hotels** in Bremen und Kiel tragen die Mitarbeitenden analog zum Hotelkonzept lässige Looks aus Sneakern, T-Shirts und Hoodies. In den luxuriösen Severin's Häusern werden unter anderem zeitlose weiße **Button-down-Hemden** getragen. „Schließlich transportiert Arbeitskleidung in den Hotels auch ein gewisses Image. In einem hochwertigen Hotelrestaurant sollten Mitarbeitende **seriöser gekleidet** sein als in einer entspannten Strandbar. Das Gleiche gilt für die Rezeption eines Fünfsternehauses“, unterstreicht der stellvertretende Geschäftsführer der Atlantic Hotels Gruppe.

Stefanie Hütz

TAGS Corporate Fashion Mitarbeiterkleidung

Diesen Beitrag teilen



Vorheriger Artikel
Kronasär Europa-Park: Erweiterung um luxuriöse Kronasär Boutique Suites

Nächster Artikel
Housekeeping: Neues Ausbildungszentrum für Führungskräfte

VERWANDTE ARTIKEL



Baden-Württemberg: Innenminister sichert Hilfen für Gastgewerbe zu



Fragen und Antworten: Was ist beim Probearbeiten zulässig?



„Hotel Innovation Award 2022“: Das sind die 10 Nominierten



Whitepaper: Gebäudemanagement neu gedacht



Erfahren Sie anhand von 3 Faktoren, wie Sie die aktuellen Herausforderungen des Gebäudemanagements meistern können.

[mehr erfahren](#)



Folgen Sie uns auf Instagram



App-Guide



[> MEHR APPS](#)