Wie man Corporate Fashion einkauft

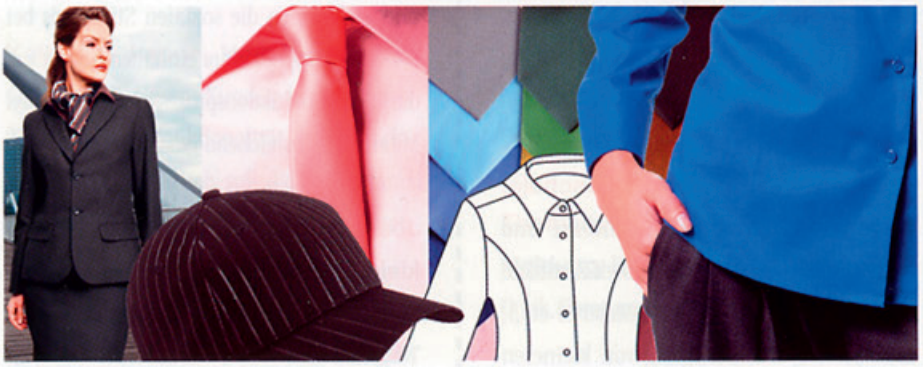
Ein Beitrag von Ines Korkowski (Kraftstoff Corporate Fashion)

Bevor Sie sich als Unternehmen dazu entschließen, Corporate Fashion einzusetzen, haben Sie sich als Entscheider meist schon Gedanken gemacht – nämlich über den Sinn Ihrer Investition. Sie möchten Ihr Firmenimage direkt am Mitarbeiter transportiert wissen, wollen die Mitarbeiter kompetent und erkennbar auftreten lassen und schließlich auch für mehr Teamgeist durch Teamoutfits sorgen? Eine gute Voraussetzung, um das Projekt Corporate Fashion zu starten.

Zuallererst sollten Sie den Einsatzzweck der Textilien überdenken: Benötigen Sie richtige Arbeitsbekleidung, die jeden Tag in Gebrauch ist? Oder ist es Event- beziehungsweise Promotionbekleidung, die nur ab und zu zum Tragen kommt?

Dann suchen Sie einen Fachhändler, bei dem die von Ihnen gewählten Textilien auch noch in zwei bis drei Jahren erhältlich sind. So können Sie sicher jederzeit alle Ihre Mitarbeiter einheitlich ausstatten und somit das Wir-Gefühl im Unternehmen stärken. Modeboutiquen können dagegen nur sehr eingeschränkt einen dauerhaften Nachliefer-Service anbieten.

Ihr Corporate Fashion Fachhändler hat außerdem ein umfassendes Know-how über die Veredelungsmöglichkeiten von Textilien, also wie man Ihr Firmenlogo oder Motiv am besten auf den Stoff bringt, und



kann Sie darin beraten, welche Technik Ihren Ansprüchen am besten gerecht wird. Damit diese auch optimal zur Geltung kommen, sollte er die spätere Umsetzung, also die Produktion, natürlich auch abdecken.

Mit einem persönlichen Ansprechpartner vor Ort haben Sie außerdem den Vorteil, dass Sie sich in seinem Ausstellungsraum ein aussagekräftiges Bild über die verschiedenen Qualitäten von Materialien, Schnitten, Farben und Größen machen können. Sicher werden Ihnen auch Musterteile zur Verfügung gestellt, die Ihre Mitarbeiter anprobieren können und die Sie in Ihrer Entscheidung festigen, die richtigen Textilien einzukaufen.

Worauf Sie achten sollten

Die „richtigen Arbeitstextilien" sollten angenehm zu tragen sein und gut aussehen, lange haltbar und pflegeleicht sein. Außerdem passen sie vom Schnitt und von den Farben her zu Ihrem Unternehmen und sorgen für ein stimmiges Erscheinungsbild.

Bei der Wahl des Stoffes haben Sie meistens viel Auswahl. Es gibt Gewebe aus 100 Prozent Baumwolle, welche oft von den Trägern bevorzugt werden. Aber auch Mischgewebe kommen gern zum Einsatz, da diese einfach zu pflegen sind und die Farbe länger behalten. Bei Kunstfasern wie Polyester oder Nylon haben viele Menschen nach wie vor die müffelnden Klamotten der 1970er Jahre im Hinterkopf. 40 Jahre später haben sich die Stoffe allerdings sehr weiterentwickelt und bieten mittlerweile viel Funktion wie Atmungsaktivität, Schweißtransport, Wind- und Wasserundurchlässigkeit etc.

Bei der Passform der Textilien sollten Sie darauf achten, dass diese für all Ihre Mitarbeiter geeignet sind. Es sollte Frau/Herr Meier in Größe XS genauso gut und kompetent darin aussehen wie Frau/Herr Müller in XXXL. Darum basieren die meisten Textilien im Corporate Fashion Bereich auf Basisschnitten, die sich im Laufe der Zeit bewährt haben. Modische Asymmetrien und unpraktische Wickeleffekte sowie Zierelemente (Strass, Nieten, Schleifen etc.) werden Sie kaum finden, denn diese sind neben einer fraglichen Passform in Größe XXL nebenbei noch schlecht zu pflegen und zu bügeln.

Worauf Sie achten sollten, ist die Länge der Oberteile. Leider hat die Bekleidungsindustrie des letzten Jahrzehnts viel zu kurze Oberteile produziert, was den Effekt hat, dass neben Stringtangas noch ganz andere Dinge zum Vorschein kommen, die man im Geschäftsalltag einfach nicht sehen möchte und welche das kompetente Bild eines Mitarbeiter in Se-

kundenschnelle auf ein Minimum schrumpfen lassen. Tun Sie Ihren Mitarbeitern und sich den Gefallen, dass die Haut (außer an Hals, Armen und Beinen) bedeckt bleibt!

Schwarz, Blau oder Grün?

Haben Sie sich schon Gedanken über die Farbgestaltung gemacht? Welche Farben passen am besten zu Ihrem Unternehmen und dessen Corporate Design? Was möchten Sie mit den Farben aussagen – wir sind jung, innovativ und spritzig oder wir sind seriös und gereift? Welche Farben stehen überhaupt Ihren Mitarbeitern? Und welche Farben gibt es überhaupt auf dem Corporate Fashion Markt? Basistöne wie Schwarz, Weiß, Blau, Rot, Grün und Gelb sind bei fast allen Textilien zu finden. Spezielle Farben wie Mintgrün, Lila, Pink, Apfelgrün, Neontöne, Gold und Silber sind dagegen schwieriger zu beschaffen, da sie Modefarben entsprechen und darüber hinaus auch nicht jedem Mitarbeiter zu Gesicht stehen.

Sie werden feststellen: An den Farben scheiden sich die Geister. Was die einen progressiv und toll finden, können sich die anderen gar nicht vorstellen. Deswegen ist man gut beraten, doch lieber zu einem Farbton zu greifen, welcher 75 Prozent der Belegschaft gefällt und der vor allem auch nach ein paar Jahren noch „in" ist. Sie sehen schon, die richtigen Outfits zu finden ist leichter gesagt als getan ... machen Sie sich jetzt schon auf Diskussionen mit Ihren Mitarbeitern gefasst. Der eine mag lieber Blau, der andere Rot. Dem einen ist der Schnitt zu eng, dem anderen zu weit. Der Stoff zu durchsichtig, der Kragen zu streng, die Ärmel zu lang ... Textilien sind eine sehr persönliche Angelegenheit und sie werden es nicht allen zu 100 Prozent recht machen können. Aber sie werden den gemeinsamen Nenner finden, mit dem alle leben können und schließlich eine Entscheidung treffen, welche Textilien zum Einsatz kommen.

Fachgerechte Stickarbeiten

Noch etwas zur Veredelung: Es gibt viele Techniken auf dem Markt, wie Sie Ihr Logo auf das Textil bringen können. Entscheidend ist, wie strapazierfähig der Aufdruck sein muss, also wie oft das Textil gewaschen wird. Für richtige Arbeitskleidung rate ich deshalb immer zur Stickerei: Diese ist hochwertig, langlebig, kann (bei Verwendung des richtigen Garns) gewaschen werden und Sie können einfach drüberbügeln. Aber achten Sie darauf, dass die Stickarbeiten fachgerecht gemacht sind und lassen Sie sich Beispiele (Muster) zeigen. Es gibt gute Stickereien auf dem Markt, die sich ihr Know-how in jahrzehntelanger Arbeit angeeignet haben. Demgegenüber stehen Sticker, die eben mal eine Stickmaschine gekauft haben und ein bisschen rumprobieren. Stickerei ist eine Wissenschaft für sich (Material, Stoffdicke, Garn, Stichanordnung, Lichtfall etc.), die viel Erfahrung benötigt.

Andere Veredelungstechniken sind zum Beispiel Siebdruck, Flexdruck (einfarbig und mehrfarbig), Digitaldirektdruck, Laserbranding, Sublimationsdruck und weitere, die Ihnen Ihr Fachhändler gerne zeigt und erklärt.

Mehr als nur neue Visitenkarten

Fazit ist, dass der Einkauf von Corporate Fashion ein weitaus komplexeres Projekt bedeutet als die Beschaffung von neuen Visitenkarten oder Briefbögen. Da es um die Mitarbeiter selbst und deren Intimsphäre geht – kein anderes „Werbemittel" wird so nah an die Haut herangelassen – sollten Sie ausreichend Zeit für die Abwicklung des ganzen Auftrages einplanen. Zwei Monate Vorarbeit sind keine Seltenheit, dann kommen noch einige Wochen für die Produktion hinzu. Aber keine Sorge, wenn Sie sich für den richtigen/kompetenten Dienstleister/Lieferanten entschieden haben, wird Ihnen dieser diese „schwierige Aufgabe" sehr erleichtern und Sie bei der Entscheidungsfindung unterstützen.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg dabei!

Kraftstoff Corporate Fashion
www.kraftstoff-fashion.de

Drei-Punkt®
Berufskleidung
GmbH
Walnussweg 3
51109 Köln
Telefon 02 21 / 9 84 71-0
www.drei-punkt.de

EN 470-1 | EN 531A, B1, C1, E1 | ENV 50354 | EN 1149-3 | EN 13034 Typ 6

Zum Schutz vor Mehrfachgefahren: Multi Proof®

Für die optimale Sicherheit und einen hohen Tragekomfort entwickeln wir immer wieder neue Gewebe. Testen Sie jetzt unsere Schutzkleidung **Multi Proof®!**