

Mit **Farbe** und **Bund**

Wie moderne SHK-Betriebe sich von der Konkurrenz unterscheiden

Vom Latz zum Bund: Während die Latzhose früher Sinnbild für die SHK-Berufskleidung war, spielt sie heute nur noch eine untergeordnete Rolle. Bild: DBL

Die Zeiten ändern sich. Und mit ihr die Mode. Das wirkt sich zunehmend auch auf das Design moderner Berufskleidung aus. Lockere Schnitte und mehrfarbige Optik haben schlichte, einfarbige Overalls, Kittel und Latzhosen längst abgelöst.

Die drei von der Tankstelle tanzten im Overall. Charly Chaplin überstand in seiner Latzhose auch moderne Zeiten. Und Meister Eder steckte Pumuckl in die Tasche seines Kittels. Allen dreien gemeinsam: Die Berufskleidung, die sie damals trugen, wandert heute zunehmend in das Archiv der Zeitgeschichte.





Einheitliches Outfit. Durch die Jacken, verbunden mit einem Logo oder Namensschild, erkennt der Kunde leicht die Zugehörigkeit der Monteure zu dem beauftragten SHK-Betrieb.
Bilder: Gebro Haustechnik

Overall, Latzhose und Kittel stolpern auf der Beliebtheitsskala der deutschen „Worker" zunehmend ins Abseits.

„Diese Kleidungsstücke, früher Sinnbild von Berufskleidung, sind zwar nicht ganz verschwunden. Aber im Rahmen von Neuverträgen spielen sie in unserer Branche nur noch eine untergeordnete Rolle", erklärt Dirk Hischemöller, Geschäftsführer Vertrieb und Marketing der DBL – Deutsche Berufskleider-Leasing GmbH. Er kennt die Wünsche seiner Kunden: Gefragt sind heute Bundhose und Bundjacke, kombiniert mit Hemden, Polos, Sweatshirts und T-Shirts.

Vom Latz zum Bund mit Farbe

Schon in den Anfangsjahren der DBL, also ab 1971, hatte sich das Bild in Werkstätten und Industrieanlagen verändert. Der Markt verlangte genau vier Artikel. Latzhose, Bundjacke, Herren- und Damenkittel bildeten den überwiegenden Teil der Nachfrage. Interessant, so Hischemöller, auch die Farbvielfalt: „Blau dominierte, Grau trug ‚Hausmeister Krause' und Weiß stand für Sauberkeit und Hygiene." Letzteres hat sich – im Prinzip – bis heute nicht verändert.

Andere Dinge umso mehr. Berufskleidung gehört heu-

DBL-Verbund: Daten und Fakten	
Firmierung der DBL:	DBL – Deutsche Berufskleider-Leasing GmbH
Gesellschafter:	13 eigenständige mittelständische Gesellschaften
Sitz der Verwaltung:	90513 Zirndorf, Albert-Einstein-Str. 30
Standorte des Verbundes:	23
Beschäftigte:	2189
Umsatz in 2007:	183,1 Mio. Euro (alle Segmente)
belieferte SHK-Betriebe:	1527
Zahl der Träger:	ca. 10 900

Die Angebotspalette umfasst u. a. Berufskleidung, Schutzkleidung, Mietfußmatten und die Waschraumhygiene (Seifenspender, Stoffhandtuchspender, Airfresher).

DBL-Wetterschutzjacke mit „Gore-TEX“

Winddicht. Wasserdicht. Atmungsaktiv. Diese drei Merkmale kennzeichnen die Eigenschaften der neuen DBL-Wetterschutzjacke. Die gemeinsam mit dem Konfektionär Wahler speziell für die besonderen Anforderungen als Berufskleidung entwickelte Jacke verfügt über eine wasser- und winddichte Membran von „Gore-TEX“. „Gegenüber herkömmlicher, winddurchlässiger Berufskleidung schützt die mit ‚Gore-TEX‘ ausgestattete Jacke den Körper auch bei starkem Wind konstant vor dem Auskühlen. Gleichzeitig bietet sie ihrem Träger durch das gleichmäßige Temperaturempfinden einen hohen Tragekomfort“, erklärt Wolfgang Wudi, Verkaufsleiter der DBL-Staufer Textilpflege GmbH. Ein wesentliches Komfortmerkmal ist, dass die Membran dennoch atmungsaktiv bleibt und so die bei körperlicher Arbeit entstehende Feuchtigkeit abführt. Funktionelle Details wie zahlreiche Taschen und Verstellmöglichkeiten komplettieren die neue Wetterschutzjacke.



Wolfgang Wudi bei der Präsentation der neuen DBL-Wetterschutzjacke.



Die Jacke verfügt über zahlreiche funktionelle Details und kann mit einer Innenjacke ausgestattet werden.

Mieten statt kaufen

Gutes Handwerk und ein gepflegter Aufritt – zusammen unschlagbar. Das weiß auch Carsten Goerlich, Meister für Sanitär/Heizung/Klima aus Neustadt. Im Traditionsbetrieb – der seit 1949 besteht und nun von ihm in dritter Generation geführt wird – setzen er und seine Mitarbeiter auf Mietkleidung. Im Interview erklärt Goerlich die Vorteile des Rundum-Services der DBL:

IKZ-HAUSTECHNIK: Wann und warum haben Sie sich für das textile Leasing entschlossen?

Goerlich: Ich bin nun seit 1996 Kunde der DBL – aus gutem Grund. Meine Mitarbeiter waren früher selbst für ihre Arbeitskleidung zuständig, ich besorgte lediglich Sicherheitsausrüstung wie Schuhe und Schutzbrille. Das bedeutete: Der eine lief in einer dunkelblauen Latzhose rum, der andere mit hellblauer Bundhose, bei einem war es recht ordentlich, beim anderen ließ es zu wünschen übrig, weil er am freien Wochenende keine Zeit zum Waschen fand. Der erste Eindruck beim Kunden zählt, ist unsere Visitenkarte – und das heute mehr denn je. Der Corporate-Identity*-Aspekt war für mich ein wichtiger Grund, für die Entscheidung zum textilen Mietpartner DBL.

IKZ-HAUSTECHNIK: Wo zeigen sich für Sie die Vorteile des textilen Leasings und wie funktioniert der Mietservice?



Carsten Goerlich.

Goerlich: Es gibt einige Vorteile. Zum Beispiel ist durch die Mietkleidung nun der einheitliche Auftritt meiner Mitarbeiter stets gewährleistet – auch durch unser von der DBL entworfenes und aufgesticktes Logo auf den Jacken und Westen. So wissen die Kunden sofort, wen sie vor sich haben. Und natürlich: Wir finden zu Beginn der Woche immer saubere Kleidung im Spind vor. Kleine Schäden sind ausgebessert oder wurden gegen neue Kleidung ausgetauscht.

Der Mietservice ist denkbar unkompliziert. Die verschmutze Kleidung wird von Fahrern der DBL pünktlich einmal wöchentlich abgeholt und gegen saubere Wäsche ausgetauscht. Wir haben dafür im Betrieb einen kleinen Bereich eingerichtet. So findet jeder meiner Mitarbeiter – dank individuellem, eingenähtem Barcode – in seinem Spind seine Kleidung vor. Auch beim Wechsel eines Mitarbeiters reagiert die DBL sehr flexibel: Als einer meiner Azubis zum Beispiel seinen Wehrdienst leisten musste, wurde seine Kleidung bei der DBL für die Zeit kostenlos eingelagert. Und bei der Anschaffung der Kleidung berät ein Kundenberater der DBL vor Ort.

IKZ-HAUSTECHNIK: Rechnet sich auch der finanzielle Aspekt des Leasings?

Goerlich: Ja, unbedingt. Gerade hier waren meine Mitarbeiter zu Anfang aufgrund der anfallenden Kosten skeptisch – denn ich beteilige sie ja daran. Aber wir haben zusammen durchgerechnet, wie viel der Kauf neuer Kleidung für jeden im Jahr kostet. Da kam einiges zusammen, gerade beim Kauf qualitativ hochwertiger Kleidung, wie die DBL sie im Programm hat. Mein Fazit? Ich bin als Kunde der DBL sehr zufrieden und möchte den Service nicht mehr missen. ■

*) Anmerkung der Redaktion: Corporate-Identity = Erscheinungsbild einer Firma in der Öffentlichkeit.

te in die Rubrik Mode. Und Mode geht mit der Zeit. So kam in den Achtzigern mehr Farbe ins Spiel. Hischemöller: „Unter Umständen wagten es jetzt die Kunden sogar, ihren Mitarbeitern auch einmal rote oder grüne Berufskleidung anzuziehen. Natürlich uni, dennoch damals eine mutige Entscheidung, die aber zunehmend Gefallen fand."

Dann kamen die Raver – und nutzten traditionelle Berufskleidung in der Freizeit. Die Grenzen zwischen privater Mode und beruflich genutzter Kleidung verwischten zunehmend. Zumindest in optischer Hinsicht. „Auch wenn der Einfluss der Freizeitmode auf die professionelle Berufskleidung immer stärker geworden ist – in technischer und qualitativer Hinsicht unterscheiden sich beide Spezies weiterhin wesentlich." Verstärkte Taschen, die auch spitze Zangen bei sich halten. Nähte, die wie bei der Markenkollektion „Kansas" der DBL dreifach verarbeitet sind. Dehnungsfalten an den richtigen Stellen. Einschubtaschen für Kniepolster. Und Wetterschutzkleidung, die bei Wind und Regen dauerhaft schützt. „Freizeitkleidung ähnelt zwar der Berufskleidung. Doch sie kann diese nicht ersetzen", betont der Berufskleiderspezialist.

Moderner Auftritt – Abgrenzung von der Konkurrenz

Die Ursache für den zunehmenden Wandel liegt im modischen Empfinden der Menschen. Und in der Tatsache, dass in vielen Handwerksbetrieben ein Generationswechsel stattgefunden hat. Hischemöller: „Die junge Generation vereint der Wunsch nach einem frischen, modernen Auftritt der Mitarbeiter. Abgestimmt auf das Erscheinungsbild des Hauses. Als Botschafter des Unternehmens auf den Straßen." Hinzu komme das Bedürfnis, sich stärker von anderen Marktteilnehmern zu unterscheiden. Im Vordergrund stehe nicht das Gewerk, sondern das anbietende Unternehmen, das sich über die Kleidung beim Kunden profiliere. Eine kontinuierliche, zunehmend dynamische Entwicklung, der die DBL seit Jahren mit einer Vielfalt von Artikeln begegne.

„Der DBL-Verbund ist heute der Dienstleister im Bereich Mietberufskleidung mit der größten Anzahl von Kollektionen. Damit hat sich aber auch die Arbeit innerhalb unseres Verbundes verändert", erklärt Hischemöller und weiter: „Die Laufzeiten der Kollektionen ändern sich schneller, was eine kontinuierliche Beobachtung des Marktes und der Kundenwünsche erfordert. Mit dem Ziel, neue Tendenzen schnell zu erkennen und darauf zu reagieren." ■

@ *Internetinformationen:* **www.dbl.de**