

Berufskleidung

CI bei Berufskleidung – Leasing-Tauglichkeit ist genauso wichtig wie Optik

Der Trend zur Berufskleidung in Corporate Identity (CI) in größeren – aber zunehmend auch in mittleren und sogar kleinen Unternehmen – ist ungebrochen und wird sich weiter verstärken. Diese Tendenz ist eine hervorragende Chance für Textildienstleister, die nicht nur ein Standardsortiment anbieten, sondern die durch erfahrene und kompetente eigene Konfektionäre oder durch gezielte Kooperationen mit externen Partnern in der Lage sind, kundenspezifische Sonderlösungen zu entwickeln.

Intensive Beratungsleistung gefragt

Gerade bei solchen sehr individuellen Aufträgen ist eine intensive Beratungsleistung durch den Vertrieb des Textildienstleisters besonders wichtig. Gilt es doch, sowohl den optischen Vorstellungen der Marketing-Abteilung des Kundenunternehmens als auch „harten“ Anforderungen wie der Leasing-Tauglichkeit zu entsprechen. Denn Optik und Funktionalität stehen nicht automatisch miteinander in Einklang. Davon muss der Kunde bereits bei der Entwicklung von CI-gerechter Berufskleidung überzeugt werden, damit es später, beim Einsatz im Alltag und bei der Aufbereitung, nicht zu Unzufriedenheiten kommt, die letztendlich auf den Textildienstleister zurückfallen.

Marketing entscheidet oft über die Auswahl

Große Unternehmen haben in der Regel starke Marketing-Abteilungen, die häufig über die Auswahl der Berufskleidung entscheiden und eine exakte Umsetzung ihres Corporate Designs auf der Kleidung wiederfinden möchten. Es fehlt ihnen andererseits jedoch oft an Fachkenntnis, was zum Beispiel Materialeigenschaften, Waschbeständigkeit, Langlebigkeit, Sicherheitsanforderungen, Normen und Hygienestandards angeht. So muss unbedingt vermieden werden, dass der Kunde zwar eine optisch sehr ansprechende Berufsbekleidung erhält, sich dann aber im täglichen Gebrauch herausstellt, dass diese für ihren Einsatzbereich oder für eine hohe Zahl von Pflegezyklen nur bedingt geeignet ist. Die so genannte Leasing-Tauglichkeit ist daher, neben der optischen Attraktivität, das entscheidende Kriterium.

Nicht jeder Wunsch kann erfüllt werden

Hier ist zum Teil erhebliche Überzeugungsarbeit zu leisten – und das heißt auch, dass nicht jeder ausgefallene Wunsch berücksichtigt werden kann. So ist zum Beispiel die Kombination von roten und hellen Farben ungünstig, da hierbei (das nicht überall am Markt vorhandene) Spinddüsenfärben erforderlich ist. Für robuste Berufskleidung, die stark beansprucht wird und intensiv aufbereitet werden muss wie etwa Chemikalienschutzbekleidung, muss eine gewisse Fadenzahl erreicht werden, damit das Gewebe die erforderliche Dichte erhält. Wenn einzuhaltende Normen nicht beachtet werden, kann es sogar dazu kommen, dass in Gefahrenbereichen in der falschen Kleidung gearbeitet wird.

Eigene Konfektionäre können fast jeden Wunsch erfüllen

Die fachliche Beratung muss daher gerade bei firmenspezifischen Sonderlösungen ganz klar im Vordergrund stehen. Wer mit erfahrenen eigenen Konfektionären arbeitet, kann im Prinzip fast jeden Wunsch erfüllen. Doch nicht immer ist alles, was möglich ist und was von Kundenseite aus gewünscht wird, auch sinnvoll. Für den Vertrieb ist dies bisweilen eine besondere Herausforderung, läuft der Außendienstmitarbeiter doch unter Umständen Gefahr, sich beim Kunden unbeliebt zu machen, wenn er von eher ungeeigneten Vorstellungen abrät. Weniger fachkompetent zu beraten, wäre jedoch auch keine ernsthafte Alternative. Sollte sich die Mietbekleidung beim Einsatz als nicht völlig geeignet erweisen, bleibt der Schwarze Peter beim Leasing-Unternehmen.

Weitere Akteure im Kundenunternehmen als „Verbündete“

Ziel ist es daher, CI-gerechte Berufsbekleidung im Einklang mit Funktionalität und voller Leasing-Tauglichkeit zu erreichen. Hier können weitere Akteure im Kundenunternehmen zu wertvollen Unterstützern des Außendienstmitarbeiters werden. So haben zum Beispiel die Einkaufsabteilung des Kunden und der Betriebsrat sowie Sicherheits- und Hygienebeauftragte größerer Unternehmen häufig eine recht gute Kenntnis über die zu erfüllenden Anforderungen und können die fachlichen Empfehlungen des Textildienstleisters wirksam unterstützen.

Individuelle Beratungsleistung macht den Unterschied

Außendienstler sollten daher bei der gemeinsamen Entwicklung von CI-gerechter Berufsbekleidung mit dem Kunden schon frühzeitig darauf achten, dass nicht nur das Marketing des Kunden, sondern auch Akteure mit entsprechenden fachlichen Kenntnissen bei der Entscheidung hinzugezogen werden. Dies kann manch unliebsames Nachspiel verhindern. Denn letztlich ist es nicht nur die perfekte Textildienstleistung (die der Kunde ohnehin erwartet), sondern die große Erfahrung mit firmenspezifischen Lösungen sowie die individuelle und kompetente Beratungsleistung, die den Unterschied ausmacht.

Autor:

Henrik Lauridsen

Managing Director

Berendsen Textilservice GmbH

info@berendsen.de

www.berendsen.de

ca. 5.580 Zeichen