



Heute Nostalgie pur. Adrett und modisch – schon in den 1950/60er-Jahren. Mode in der Arbeitswelt ist ein ganz wichtiges Thema ...

Arbeit in Mode

Trends bei der Arbeitsbekleidung schaffen neuen Kult

ARBEITSKLEIDUNG IST NICHT NUR MEHR ZWECKDIENLICH, sondern schon oft ein modischer Ausdruck von Identität und Produktivität.

Unzählige Faktoren wirken sich auf unser Wohlbefinden aus. Neben der Umgebung, in der wir uns aufhalten, und den Menschen, die uns umgeben, zählt vor allem die zweite Haut, in der wir stecken: die Kleidung. Bekleidung war schon immer Ausdruck von Persönlichkeit und Spiegel der Zeit. Selten passiert die Wahl von Farbe, Form und Material aus reiner Zufälligkeit. Denn der Griff zum Kleidungsstück ist auch immer ein Griff zur Individualität und zur Befindlichkeit. Was wir tragen bestimmt wiederum unser Empfinden. Mit der passenden Garderobe können wir uns wohl fühlen und uns ausdrücken.

Erkenntnis mit Konsequenzen.

Eine Erfahrung, die sich in den letzten zehn Jahren auch im Bereich der Berufs- und Arbeitsbekleidung etabliert hat. Anhand von etlichen Studien wurde festgestellt, dass sich etwa die Gestaltung der Räumlichkeiten, der Farbgebung oder der Geräuschkulisse nachhaltig auf die Leistung auswirkt. Was heute selbstverständlich erscheint, ist also noch gar nicht so alt: Wohlfühlen wirkt

sich auf die Produktivität aus. Viele Unternehmen tragen dieser Erkenntnis auch Rechnung und schaffen ihren Mitarbeitern ein freundlich gestaltetes Umfeld. Denn ein Platz, an dem man sich gerne aufhält, lädt bekanntlich zum Verweilen ein ...

Dieser Veränderungsprozess ist auch in Sachen Arbeitsbekleidung zu erkennen. Früher hatte Bekleidung – ähnlich den Räumen – in erster Linie zweckdienlich zu sein. Form und Farbe spielten keine Rolle. Alltagstauglichkeit war das Credo, dem man sich verschrieben hatte. Fallen einem im Gedächtnis dazu schlecht sitzende Kittel, graue Arbeitsmäntel und ebenso grau wirkende Menschen ein, liegt man mit seinem Erinnerungsvermögen nicht so falsch.

Offene Türen für den täglichen Optimismus.

Es gab nur wenige, die sich dieses Umstands annahmen, einer von ihnen war Andreas Malak, der sich schon seit Jahren daran stieß, dass Menschen in schlechter Kleidung ihre Arbeit verrichten mussten, das wollte er ändern: „Ich wollte dafür sorgen, dass Menschen schöne, bequeme und passende Ar-



Erste Veränderungen auch beim weißen „Ärtekittel“.

BERUFSOUTFITS SIND EIN FIXER BESTANDTEIL EINES EINHEITLICHEN UNTERNEHMENSAUFTRITTS GEWORDEN.

> beitskleidung tragen können“, blickt er zurück. Mit seinem 1987 gegründeten Unternehmen Workline entwickelte er Designs, kreierte Outfits und beriet Unternehmen in der gesamten Ausstattung. Sein Ziel war, ansprechende Berufs- und Arbeitsschutzkleidung zu entwerfen und zu vertreiben. Damit hatte er ein gutes Gespür für den Zeitgeist und trieb mit einigen anderen die Entwicklung voran, die zu einer Modernisierung führen sollte.

Ansprüche an die Arbeitskleidung wie Strapazierfähigkeit, Schutzfunktion, Robustheit und Beständigkeit verloren nicht an Bedeutung, wurden aber um zusätzliche Kriterien wie Materialbeschaffenheit, Form, Schnitt und Farbe sukzessive erweitert. Der farbenfrohe Optimismus der Mode hielt Einzug in den Bereich der Arbeits- und Berufsbeleidung. Anfangs noch zögerlich, ist der modische Einfluss heute nicht mehr wegzudenken. Weg mit grauen Kitteln und schlecht sitzenden Uniformen, der moderne Zeitgeist prägt auch die Berufsmontur.

Purer Luxus? Hochbezahlte Spezialisten in lässigen Monturen, gut gekleidetes Verkaufspersonal hinter der Kühltheke, auch im Winter topp angezogene Lieferanten und Handwerker – ein unnötiger Luxus für Firmen mit zu viel Budget? „Nein“, so Andreas Malak über die neuen Trends, „wir haben es mit einer neuen Generation zu tun, die auch über die Arbeitskleidung ihren Stil und ihre Individualität ausdrücken will. War dies bis jetzt auf den Privatbe-

reich beschränkt, gibt es nun diese Möglichkeit durch die jüngsten Entwicklungen auch im Berufsbereich. Junge, modische und lässige Arbeitskleidung als Alternative zur traditionellen Variante ist ein deutliches Signal der Wertschätzung an die Mitarbeiter. Wenn sie sich wohl fühlen, auch über die Kleidung ihre Individualität zeigen dürfen und ihr Selbstwertgefühl besser definieren können, steigt der Spaßfaktor bei der Arbeit nachweislich“.

Arbeitschase mit Lifestyle. Eine Erkenntnis – so simpel und doch so revolutionär. Wie sehr, zeigt das legendäre Beispiel des Herrn Levis Strauss aus den USA, der mit dem Entwurf einer modischen Arbeitschase ein begehrtes Kleidungsstück schuf. Generationen weltweit und quer durch alle Schichten und Altersklassen frönen mit einer nicht endenwollenden Euphorie dieser Arbeitschase, die Ausdruck von Lifestyle geworden ist und mittlerweile längst zum internationalen Kultlabel Levi's avancierte.

Wertigkeit und Wertschätzung. Der Wohlfühlfaktor, der Ausdruck von gutem Lebensgefühl und Wertschätzung schafft Identifikation und Stolz bei den Menschen, die sie tragen. Vor allem diese positiven Emotionen, die man nicht per Knopfdruck erzeugen kann, stellen einen unschätzbaren Wert für die Wertigkeit einer Arbeit und eines Unternehmens dar.

Ausdruck von Arbeits- und Lebensgefühl und die damit verbun-



dene Identifikation ist mittlerweile Thema für Spezialisten. Unternehmen haben dies erkannt. Berufsfits sind ein fixer Bestandteil eines einheitlichen Unternehmensauftritts geworden: Sie punkten als Ausdruck der Unternehmensphilosophie, Markenzeichen, Qualitätsmerkmal und Indikator für den Umgang mit den Mitarbeitern. Experten in Sachen Berufs- und Arbeitsbekleidung wie Andreas Malak beraten heute in der Gesamtkonzeption sowie im Detail. Neben den berufsspezifischen gehören auch die ästhetischen Anforderungen zum durchdachten Auftritt sowie die Berücksichtigung von Sicherheits- und Arbeitsrichtlinien und Erkenntnissen aus der Farb- und Arbeitspsychologie.

Eroberung der letzten Bastion.

Diese Entwicklung scheint umfassend zu sein, schleichen sich doch auch die ersten Veränderungen bei einer Berufsbekleidung ein, die sich seit den Anfängen kaum bis gar nicht verändert hat: beim weißen Ärztekittel. Er blieb über all die Jahrzehnte im Wesentlichen unverändert. Im beruflichen Alltag ist er der bekannte weiße Medizinermantel, der viel über die Arbeit, aber wenig über die Persönlichkeit verrät. Kein Wunder also, wenn nun auch so manche mo-

debewusste Ärztin vom uniformen Dresscode genug hat und nicht nur nach Feierabend eine individuelle Note erkennen lassen will. Die neuen Kollektionen am Markt legen von diesem jüngsten Trend Zeugnis ab: Berufsbekleidung für Mediziner, die nicht nur funktional, sondern auch schick ist.

Neuer Kult: Arbeit und Ästhetik.

War die Arbeitsbekleidung vor Jahren noch rein zweckdienlich, ist sie heute zum wesentlichen Persönlichkeits- und Imagefaktor geworden. Was sich Personen und Firmen zunutze machen, ist letztendlich die Konsequenz aus der Erkenntnis, dass Menschen sich bei ihrer tagtäglichen Arbeit wohl fühlen sollen. „Ästhetische Ansprüche und Arbeitsplatzanforderungen – heute wird man beidem auf höchstem Standard gerecht,“ so Andreas Malak.

Wer sich gut fühlt, wirkt selbstsicherer, authentischer und kompetenter. Wer die Wertschätzung für sich und seinen Beruf auch bei der Kleidung demonstriert, erzeugt mehr Vertrauen. Wer eine individuelle Note zeigt, schafft den persönlichen Bezug. Mit dem emotionalen Naheverhältnis wächst nicht nur die Wertigkeit der Arbeitsbekleidung, sondern auch ihr Kultfaktor. □

Wer richtig gekleidet ist, leistet auch mehr und hat Spaß an der Arbeit.



info

www.workline.at
www.mascot.dk
www.arbeitspsychologie.at