

03 / 2017

WWW.TECHNISCHERHANDEL.COM // H 6649 // 104. JAHRGANG

# TH

DAS BRANCHENMAGAZIN

# TECHNISCHER HANDEL



NACHHALTIGKEIT  
**Fair für alle**

SCHUTZBEKLEIDUNG  
**PRINZIP ZWIEBEL**

DIGITALISIERUNG  
**BRANCHE  
IM WANDEL**



VERBAND  
TECHNISCHER  
HANDEL



VINCENTZ

# Damenpassformen sind große Erleichterung für die Trägerinnen

**In vielen männlich dominierten Berufen war es für Frauen lange Zeit üblich, dass sie bei der Arbeit Männerkleidung tragen mussten. Dabei haben Frauen eine andere Anatomie als Männer und stellen auch sonst völlig andere Anforderungen an ihre Kleidung. Kein Wunder, dass die Berufsbekleidung schlecht saß und sich die Frauen häufig unwohl fühlten. Das konnte sich im Extremfall auch negativ auf die Leistungsfähigkeit auswirken. Führende Hersteller von Berufsbekleidung und PSA bieten heute Lösungen mit spezieller Damenpassform an. Für den Technischen Handel bietet dieser Trend eine große Chance.**



Quelle: Bilder: Bierbaum-Proenen

**D**ie alten Rollenmuster sind dabei, sich aufzulösen. Handwerkliche und industrielle Berufe, die früher als Männerdomäne galten, haben immer mehr weiblichen Zulauf. Das gilt etwa für die boomende Logistikbranche, aber auch für die Energieversorgung oder Abfallwirtschaft. In einer Studie zur „Entwicklung des Frauenanteils in männlich dominierten Berufen 2004 bis 2015“ haben die Autoren des Bundesinstituts für Berufsbildung herausgefunden, dass der Anteil junger Frauen in den männerdominierten Berufen – das sind Berufe, deren Männeranteil über 80 % liegt – durchschnittlich um über 2 % im Jahr wächst.

„In den großen Unternehmen, mit denen wir zusammenarbeiten, liegt der Frauenanteil über den Daumen gepilt bei mittlerweile etwa 10 %“, schätzt Carla Cacitti. Sie ist Leiterin des Produktmanagements beim Kölner Familienunternehmen Bierbaum-Proenen (BP). Berufsbekleidung bietet BP schon seit längerem in Damenpassform an. Jetzt machen sich die Kölner Experten daran, als einer der ersten Hersteller auch PSA – also Schutzkleidung, die bestimmte Normen erfüllen muss – in Damenpassform zu entwickeln und auf den Markt zu bringen. „Der Bedarf ist einfach da und die Frauen erwarten zurecht, dass wir

ihnen Bekleidungs­lösungen anbieten, die ihre Bedürfnisse erfüllen. Frauen und Männern sind in so vielen Punkten unterschiedlich. Warum sollten dann beide eine identisch geschnittene Arbeitshose tragen?“, fragt Carla Cacitti.

### **Anforderungen an Berufsbekleidung steigen**

So berechtigt sich diese Frage anhört, so ungewöhnlich war es lange Zeit, dass es eigene Bekleidungs­lösungen für Frauen in männlich dominierten Berufen gab. Die Realität sah vielmehr so aus, dass auch die Mitarbeiterinnen Arbeitskleidung für Männer tragen mussten. Unberücksichtigt blieb dabei, dass die weibliche Anatomie eine völlig andere ist als die männliche. So tragen beispielsweise die wenigsten Frauen ihr Werkzeug in der Brusttasche, was bei vielen Männern hingegen üblich ist. Die Bewegungsabläufe von Männern und Frauen sind ebenfalls unterschiedlich. Und es ist zudem kein Klischee, sondern wissenschaftlich erwiesen, dass Frauen ganz anders auf klimatische Einflüsse reagieren als ihre männlichen Kollegen: Sie frieren schneller, schwitzen dafür später und weniger intensiv als Männer.

Diese weiblichen Eigenheiten führen dazu, dass Frauen ganz andere Anforderungen an ihre Kleidung stellen als Männer. Doch diesen wurde die Berufsbekleidung früher in keiner Weise gerecht: Sie zwickte hier und drückte dort, das Werkzeug saß ständig an der falschen Stelle, die Frauen froren und schwitzten. Ein bequemes, konzentriertes und sicheres Arbeiten war so nur sehr eingeschränkt möglich. „Die Frauen haben diesen Zustand lange Zeit klaglos hingenommen“, sagt Carla Cacitti. „Zum einen, weil sie es nicht anders kannten und hart im Nehmen waren. Und zum anderen, weil Arbeitskleidung in der Vergangenheit einen anderen Stellenwert hatte als heute: Man trug sie, weil man sie eben tragen musste.“

### **Unisex reicht nicht mehr**

Doch diese Zeiten sind endgültig vorbei. „Berufsbekleidung hat heute eine ganz andere Bedeutung als früher“, bestätigt auch Christian Coenen. „Die Träger wollen sich mit ihrer Berufsbekleidung identifizieren und legen dieselben hohen Maßstäbe an, die sie von ihrer Freizeit- und Outdoorkleidung gewohnt sind.“ Als Geschäftsführer des gleichnamigen Technischen Händlers aus Neuss beobachtet er den Markt für Berufsbekleidung seit Jahrzehnten. Christian Coenen führt das traditionsreiche Familienunternehmen in vierter Generation. Seit der Gründung 1882 hat sich Coenen vom klassischen Technischen Händler zu einem modernen Dienstleistungsunternehmen entwickelt, das seine Kunden mit Produkten, Services und Speziallösungen aus den Bereichen Arbeitsschutz, Betriebseinrichtung und Industrietechnik versorgt. „Bei der Berufsbekleidung hat sich so viel getan in den vergangenen Jahren. Die Qualität der Kleidung hat sich stets verbessert, die Materialien und Schnitte sind mit dem klassischen Blau­mann überhaupt nicht mehr vergleichbar“, sagt Coenen. „Natürlich steigt da die Erwartungshaltung und die Frauen fordern völlig zurecht,



**Der Sitz der Taschen wurde - wie bei dieser Arbeitshose - speziell auf die Bedürfnisse und Gewohnheiten der Frauen angepasst**

dass auch sie sich bei der Arbeit in ihrer Kleidung wohlfühlen möchten.“ Da sei es kein Wunder, dass sich Frauen nicht mehr damit begnügten, im Beruf Männer- oder Unisexkleidung zu tragen.

Der Stellenwert der Workwear wächst aber nicht nur bei den Trägern, sondern auch bei den Arbeitgebern. Die erkennen nämlich zunehmend das Potenzial moderner Berufsbekleidung als Motivationsfaktor für ihre Mitarbeiter. Über Kleidung im unternehmenseigenen Corporate Design wollen sie das Teamgefühl innerhalb der Belegschaft stärken und zugleich Wertschätzung gegenüber den Mitarbeitern ausdrücken. Das wird in Zeiten des Fachkräftemangels immer wichtiger. Deswegen kann es sich kein Unternehmen leisten, seine Mitarbeiter mit Kleidung auszustatten, die diese nicht gerne tragen. Und erst recht kann kein Arbeitgeber Kleidung stellen, in der die Beschäftigten sich eingeschränkt fühlen und nicht so effizient arbeiten können. Das gilt auch und gerade für die weibliche Belegschaft. Christian Coenen führt einen weiteren Grund für die gestiegene Bedeutung von Damenpassformen an: „Wir bemerken, dass immer mehr Frauen in Führungspositionen sitzen. Die wissen natürlich aus eigener Erfahrung, wie unangenehm es für Frauen ist, Männerkleidung zu tragen. Deswegen fordern sie Damenpassformen offensiv ein. Wer da als Technischer Händler nichts anbieten kann, hat keine Chance, den Auftrag zu bekommen.“

### **„Das Feedback ist positiv“**

Der Druck auf Händler und Hersteller nimmt also aus verschiedenen Richtungen zu. Deswegen müssen die Produzenten reagieren und sich der neuen Zielgruppe



öffnen. Im Workwearbereich hat BP bereit seit langer Zeit sehr gute Erfahrungen mit solchen speziellen Damenpassformen gemacht. „Das Feedback ist überaus positiv“, berichtet Carla Cacitti. Auffällig sei, dass die Reaktionen von Frauen noch viel enthusiastischer ausfallen als die der Männer. „Bei den Frauen spüren wir eine riesige Erleichterung, dass es endlich Berufsbekleidung gibt, die auf ihre Bedürfnisse abgestimmt ist. Männer können sich häufig gar nicht vorstellen, welche Belastung das vorher für die Frauen war.“ Mit dem Rückenwind aus der Workwear bringt BP nun auch PSA in Damenpassform und Outdoorbekleidung für Frauen heraus. Im Bereich der PSA konzentrieren sich die Kölner zunächst auf die Warnschutzkleidung, weil der Frauenanteil in den Branchen, in denen Warnschutzkleidung Pflicht ist, vergleichsweise groß ist. Weitere Schutzkleidung soll folgen. „Natürlich muss man immer schauen, ob ein Bedarf da ist“, sagt Carla Cacitti. Schweißerschutzkleidung für Frauen beispielsweise sei wenig sinnvoll, weil es nur sehr wenige weibliche Schweißer gebe. „Grundsätzlich haben wir uns aber sehr bewusst entschieden, spezielle Schutzkleidung für Frauen zu entwickeln, weil es unser Anspruch ist, eben für jeden Träger die perfekte Lösung zu bieten“, betont Cacitti. Trotz der vergleichsweise geringen Volumina soll auch die Damen-PSA ständig vorrätig und lieferbar sein.

Dass die Absatzzahlen von PSA in Damenpassform wesentlich geringer sind, bestätigt auch Christian Coenen. Aber: „Als Vollsortimenter wollen und müssen wir Damenpassformen anbieten, sonst können wir keine großen Unternehmen beliefern. Das gehört einfach zu einer runden Produktpalette.“ Coenen prognostiziert jedoch, dass die Nachfrage weiter steigen wird. „Dieser Trend wird sich weiter fortsetzen.“ Wachstumspotenzial sieht er vor allem in den Branchen Chemie und Logistik und bei Unternehmen, die viel Wert auf Corporate Design legen. „Die Kleidung muss einfach gut passen und den spezifischen Anforderungen des Trägers entsprechen. Schließlich soll sich der Anwender, egal ob Frau oder Mann, in seiner Kleidung wohlfühlen.“

### Professionelles Design ist wichtig

Das führt zur Frage, wie sich Workwear und PSA in Damenpassform eigentlich von Männerkleidung unterscheiden? „In vielen Punkten. Das betrifft die Schnitte genauso wie die Materialien und Funktionalitäten“, führt Carla Cacitti aus. „Wir haben mit den Grundschnitten angefangen und die Kleidung dann Schritt für Schritt weiterentwickelt“, beschreibt sie den Entstehungsprozess. Funktionen wie etwa der Sitz der Taschen wurden dabei nicht einfach von der Männerkleidung übernommen, sondern speziell auf das Verhalten der Frauen angepasst. So haben Brusttaschen für Frauen keine Funktion, aber auch die klassischen Seitentaschen nutzen Frauen kaum, um ihr Werkzeug zu verstauen. „Da haben wir gemeinsam mit den Trägerinnen spezielle Lösungen entwickelt“, sagt die Produktmanagerin. Wer weiß besser als die Anwenderinnen selber, welche Lösungen sinnvoll sind und welche nicht?



### Westen sind bei Frauen sehr beliebt, weil sie sich problemlos mit anderer Kleidung kombinieren lassen

Einige Erkenntnisse haben dabei überrascht. So tragen Frauen sehr gerne Latzhosen, vor allem, wenn sie sich bei der Arbeit viel bewegen. Und auch Westen sind ein riesiges Thema, weil sie sich leicht mit anderer Kleidung kombinieren lassen. Auffällig war auch, dass Trägerinnen sehr viel empfindlicher auf Materialien reagieren als Männer, was besonders im Kragenbereich deutlich wird. Das liegt daran, dass ihre Haut sensibler ist als die der Männer. Frauen sind zudem wesentlich kälteempfindlicher als Männer. Deswegen sind die Jacken in Damenpassform im Rücken länger geschnitten, weil sie so besser warmhalten. Und was das Design betrifft, legen Frauen noch mehr Wert auf ein professionelles Auftreten als ihre Kollegen.

Für den Technischen Handel ist der Trend zu Damenpassformen eine große Chance, da sind sich die Produktmanagerin und der Technische Händler einig. „Das Rad lässt sich nicht zurückdrehen. Von den Damenpassformen profitieren letztlich alle“, ist Carla Cacitti sicher. Die Trägerinnen, weil sie sich endlich wohl in ihrer Kleidung fühlen. Die Arbeitgeber, weil sie zufriedene und motivierte Mitarbeiter haben. Und nicht zuletzt die Technischen Händler, weil sie sich deutlich positionieren und die Bedürfnisse ihrer Kunden bedienen können. ■

### Quelle

**Bierbaum-Proenen GmbH & Co. KG, Köln,**  
**info@bierbaum-proenen.de, T +49 221-1656-306,**  
**[www.bp-online.com](http://www.bp-online.com)**