

„Die Branche muss das textile Know-how pflegen“

WRP: *Frau Rechtsteiner, was waren aus Ihrer Sicht in den vergangenen fünf Jahren die interessantesten Innovationen für die Berufsbekleidung von der Faser bis zum Fertigteil?*

Andrea Rechtsteiner: Ich sehe vor allem zwei Bereiche als prägend an: den Einsatz von innovativen Fasermischungen in Berufsbekleidungsweben und das erfolgreiche Marketing von Berufsbekleidung als coole, trendige Workwear für den beruflichen Alltag. Das Marketing von Engelbert Strauss zusammen mit ihren funktional und stilistisch attraktiven Outfits hat die Berufsbekleidungsbranche umgekrempelt. Davor war Berufsbekleidung zwar nützlich, aber langweilig. Sie wurde nach Dienstschluss oder Schichtende schnell ausgezogen. Das hat sich mit den attraktiveren Produkten verändert. Workwear ist zum Trendbegriff geworden und wird oft sogar zu Hause noch getragen.

Wesentlich für die marktweite Durchsetzung war eine neue Optik nach dem Vorbild der Sportswear und der Einsatz neuer Gewebe, sodass notwendige Eigenschaften professioneller Berufsbekleidung

realisiert werden konnten. Engelbert Strauss hatte zum Beispiel die Eignung für Industriewäsche nicht im Fokus ihrer Entwicklungsbemühungen. Auch der Einsatz als PSA war nicht vorgesehen. Mit neuen Fasern und deren Kombination, die in der textilen Kette entwickelt wurden, konnten viele wichtige Eigenschaften verbessert werden: Multinormschutz in der PSA trotz leichter, optisch ansprechenderer und mit höherem Tragekomfort verbundener Bekleidung, und die Tauglichkeit für die Industriewäsche, um die zwei in meinen Augen wichtigsten Punkte zu nennen.

WRP: *Und wo sehen Sie die spannendsten Zukunftsentwicklungen?*

Rechtsteiner: Auf jeden Fall im Bereich der Smart Textiles. Wir können uns noch gar nicht vorstellen, was da alles möglich sein wird. Permanente Temperaturmessung, die Alarm auslöst, sobald die Körpertemperatur zu stark ansteigt, Licht- und Wärmequellen in der Bekleidung und vieles mehr. Wie viel sich die gesamte Textil- und Bekleidungsbranche davon

verspricht und wie breit die Anwendungsgebiete sein werden, zeigt sich auch daran, dass es heute bei CEN, dem europäischen Komitee für Normung, eine Arbeitsgruppe Smart Textiles CEN/TC 248 WG 31 gibt, die mit anderen Arbeitsgruppen der CEN/TC 162 (PSA) im Dialog steht. Abendkleider, die blinzen, Übertragungsscreens auf T-Shirts, Life Vests, die Körperdaten sammeln und vernetzen, um in Echtzeit die Sicherheit und Gesundheit von Kranken oder Feuerwehrleuten im Einsatz zu verbessern – diese Dinge gibt es heute schon. Sie werden zwar noch nicht breit genutzt, aber das kommt. Auch der Textilservice wird sich darauf einstellen müssen.

WRP: *Was ist für den Textilservice besonders wichtig und was wird wichtig werden?*

Rechtsteiner: Generell ist zu beobachten, dass sich die einen Textilserviceanbieter in Richtung Flexibilisierung entwickeln, andere bewusst ihren Standard anbieten. Dies ist nicht zu kritisieren, denn die Unternehmen verfolgen unterschiedliche Strategien. Bedenklich ist allerdings, dass sowohl bei der einen, als auch



bei der anderen Strategie das spezifische textile Know-how nicht gepflegt wird und damit die Kernkompetenz der Branche sukzessive aus der Hand gegeben wird. Hinzu kommt, dass das Marketing sträflich vernachlässigt wird. Diese Faktoren ermöglichen es Unternehmen wie Engelbert Strauss erst, derartigen wirtschaftlichen Erfolg zu haben. Die Branche täte gut daran, ihr verloren gegangenes Know-how wieder aufzubauen und ihr Fachwissen zu pflegen. Dauerhaft schadet es dem Erfolg, das Fachwissen an Branchenfremde zu verlieren. RECHTSTEINER beteiligt sich gegenwärtig intensiv an Bestrebungen, Instrumente und Lösungen zu etablieren, um die Firmen zu ertüchtigen, einschlägiges Know-how für ihre Mitarbeiter zu erwerben und zu pflegen.