

AUSGABE FRÜHJAHR 2022

WEAR@WORK

HOTSPOT HANDEL BERUFSBEKLEIDUNG UND PSA

UNTERNEHMEN

**CROSSOVER: IMMER
GUT ANGEZOGEN**

IM GESPRÄCH

**IMMER NAH
AM KUNDEN**

MESSEN

**DIE NOTWENDIGKEIT
VON PRÄSENZMESSEN**

uvex



MEHR FARBE WAGEN

Farbe wirkt, das haben aktuelle Untersuchungen nachgewiesen, bei denen Servicekräfte mit Kleidung in verschiedenen Farben ausgestattet und die Reaktionen und das Verhalten des Gegenübers ausgewertet wurden. Dagegen ist das einheitliche Aussehen, auch Corporate Design genannt, wirklich ein schwaches Argument. Denn wenn alle Mitarbeitenden die gleiche, nicht gut angesehene Farbe tragen, hilft das auch nichts. Rosa kam übrigens in den wissenschaftlichen Untersuchungen gut weg, die Servicekräfte wurden, wenn sie Kleidung dieser Farbe trugen, durchweg freundlich behandelt. Man sollte also über Farben noch einmal nachdenken.



Nicht lange nachzudenken braucht man über die Bedeutung von Präsenzmessen für das Branchen-Netzwerken und unmittelbare Erfahrung von Produkten und Sortimenten. Das hat einmal mehr die A+A im letzten Oktober gezeigt, die, wenn auch unter anderen Bedingungen und Größenordnungen als üblich, ihrer Funktion als Branchenplattform nachkam. Denn: Zahlreiche Marken präsentierten in den Messehallen und viele, die als Aussteller fehlten, waren als Besucher vor Ort und trugen so dazu bei, den notwendigen Austausch in der Branche am Laufen zu halten.

Das Thema Workwear – mit den pandemiebedingten Verwerfungen in Bereichen wie Catering oder Corporate Fashion auf Messen und Veranstaltungen – sowie PSA verzeichnet einen anhaltenden Aufwärtstrend. Dem liegen verschiedene Faktoren vom neuen Bewusstsein für Hygiene bis hin zur Etablierung der Crossover Styles zugrunde. Ein paar davon finden Sie in dieser Ausgabe. Und vielleicht denken wir vor diesem Hintergrund alle noch einmal über Farben nach.

In diesem Sinne, herzlichst

HARTMUT KAMPHAUSEN

INHALT

MAGAZIN	
Branchen-News.....	3
MESSEN	
A+A ist die notwendige Plattform.....	4
IM GESPRÄCH	
Die Vertriebsstrategie von Uvex.....	6
Kundennähe von Skylotec.....	8
Wachstum bei FHB original.....	11
UNTERNEHMEN	
Crossover Styles von Daiber.....	14
KOLLEKTIONEN PSA	
Werkzeugsicherungen gegen den freien Fall.....	17
Elektrikerhandschutz für entspanntes Arbeiten..	17
Flexibler Seilschutz.....	18
Handschutz aus Recyclingmaterial.....	18
Gegen Lärm.....	19
Intelligente Airbag-Weste.....	19
KOLLEKTIONEN WORKWEAR	
Bekleidungskollektion für Job und Freizeit.....	20
Komfortabler Allrounder.....	20
Warnschutz-Sortiment erweitert.....	21
Sicherheitsschuhe – leicht und flexibel.....	21
Neue Sicherheits- und Arbeitstiefel.....	22
Stylisches für den ganzen Tag.....	22
Lösungen mit Frauenpower.....	23
RUBRIKEN	
Editorial.....	2
Impressum.....	2
Vorschau.....	23



TITEL

Strong, sporty, functional – die uvex suxceed ist eine sportliche Schutzbrille mit dynamischem Design. Die Schutzbrille verfügt über eine robuste Polycarbonat-Scheibe mit bewährter uvex supra-vision Beschichtungstechnologie, einer dauerhaft beschlagfreien und kratzfesten Scheibe.

IMPRESSUM

WEAR@WORK

HOTSPOT HANDEL BERUFSBEKLEIDUNG UND PSA

Herausgeber und Verleger:

Media & Service Büro Bernd Lochmüller
Bleichstr. 77a, 33607 Bielefeld
Tel. (05 21) 400 21-0
E-Mail: verlag@wearatwork.de
Internet: www.wearatwork.de

Erscheinungsweise:

2 x pro Jahr im Februar und im Oktober als Supplement der Fachzeitschrift ProfiBörse – etabliertes Fachmedium für den Produktionsverbundhandel (PVH)

Redaktion:

Bernd Lochmüller (verantwortlich)
Hartmut Kamphausen

Redaktionsanschrift:

Redaktionsbüro H. Kamphausen
Kreuzgartenstraße 1, 79238 Ehrenkirchen
Tel. (0 76 33) 9 33 12 62
E-Mail: redaktion@wearatwork.de

Gezeichnete Artikel decken sich nicht unbedingt mit der Meinung der Redaktion. Der Verlag haftet nicht für unverlangt eingesandte Manuskripte.

Anzeigen Service-Stelle:

Tel. (05 21) 4 00 21-0
E-Mail: verlag@wearatwork.de

Vertrieb/Abonnementsservice: Nicole Strotherm
Tel. (05 21) 4 00 21-0

Anzeigenverkauf

Nielsen 1, 2, 3 a, 5-7 (Alle Bundesländer außer Baden-Württemberg und Bayern)
Ausland (Dänemark, Schweden, Finnland)
Media- und Servicebüro Bernd Lochmüller
Bleichstr. 77a, 33607 Bielefeld
Tel. (0171) 610 26 78

Nielsen 3 b+4 (Baden-Württemberg, Bayern)
Ausland (Schweiz, Österreich, Italien)
MMS Marrenbach Medien-Service
Tucherpark 6, 85622 Feldkirchen Kr. München
Tel. (0 89) 43 08 85-55, Fax (0 89) 43 08 85-56

Layout: Overländer visuelles..., 47441 Moers

Druck: KLOCKE PrintMedienService,
Am Wittenberg 24, 33619 Bielefeld

KOMPASS-GRUPPE MIT VIRTUELLER MESSE

Statt einer Präsenz auf der A+A hat die Kompass-Gruppe, bestehend aus neun Mitglieds-Handelshäusern bei Nordwest, eine virtuelle Messe mit Eventzentrum und 3D-Pavillons, in denen sich die neun Kompass-Partner individuell präsentieren und mit ihren Kunden in Kontakt treten konnten, durchgeführt. Über 200 Besucher nutzten diese Gelegenheit.

Am 21., 25. und 27. Oktober 2021 öffnete der Online-Messeplatz jeweils von 10 bis 15 Uhr seine Tore. Bestandskunden und Interessenten wurden im Vorfeld eingeladen. Nach der Anmeldung konnte jeder Nutzer in die virtuelle Welt eintauchen, in den Austausch mit den Kompass-Partnern treten und Live-Fachvorträge im Eventzentrum verfolgen, inklusive Live-Chats.

An allen drei Messetagen fand im Eventzentrum ein vielseitiges Rahmenprogramm per Videoübertragung statt. Seien es Vorträge zu Nachhaltigkeit, Handhygiene oder auch zu den Dienstleistungen der Kompass-Gruppe – Referenten der Kompass-Partner, aber auch aus der Industrie ließen die Besucher an ihrem Wissen teilhaben.

Nach dem Abschluss der Messe bleibt das Kompass-Gelände rund um die Uhr an 365 Tagen im Jahr über die Website erreichbar und die Inhalte nutzbar. Den Kompass-Partnern ist es zudem möglich, das Tool unter anderem für ihre Hausmessen zu nutzen.

Die virtuelle Messe besteht aus neun einzelnen Pavillons für jeden Kompass-Partner, einem Infostand als erste Anlaufstelle und dem Eventzentrum. Avatare der Kompass-Mitarbeiter in grünen Shirts auf den Ständen sorgen für Messefeeling und stehen für Gespräche be-



Vor dem Eventzentrum konnte man sich über Dienstleistungen und das Programm auf der Live-Stage informieren. (Foto: NW)

reit. Über anklickbare Kontaktpunkte kann man sich komfortabel in die einzelnen Stände bewegen.

Yvonne Weyerstall, Nordwest-Geschäftsbereichsleiterin Handwerk & Industrie: „Wir werden auch sicherlich wieder mit der Kompass-Gruppe an Präsenzveranstaltungen teilnehmen. Mit der virtuellen Lösung können wir jedoch zukünftig hybride Veranstaltungen anbieten, mit der Zeit gehen und so alle Interessenten erreichen.“

<https://event.kompass-arbeitsschutz.de/v/campus>

GUT ABGESICHERT INS JAHR 2022

Ein Plus an Arbeitssicherheit dank Steigtechnik-Lösungen, die bis ins Detail durchdacht sind: So geht die Munk Günstzburger Steigtechnik ins neue Jahr und stellt in seiner über 50-seitigen Broschüre „Neuheiten 2022“ eine ganze Reihe an neuen Produkten vor – allen voran die neue Montageplattform mit Treppenzustieg oder auch die neuen „Safety Guard“ (SG)-Varianten des Ein-Personen-Gerüsts FlexTower sowie der Roll- und Klappgerüste. Diese können nun mit einem DIN EN 1004 konformen vorlaufenden „Safety Guard“-Sicherheitsgelenker ausgestattet werden. Die Familie der TRBS-konformen Stufenstehlern wird um treppengängige Varianten und vor allem die neue Si-

cherheits-Stufenstehlern mit integrierter Stützblende an den obersten beiden Stufen erweitert.

Mit dieser Neuheit, die in Zusammenarbeit mit der BG Bau entwickelt wurde, bietet die Munk Günstzburger Steigtechnik als erster Hersteller überhaupt eine Sicherheits-Stufenleiter mit integrierter Blende zum Schutz vor unsachgemäßer Handhabung an. Ebenfalls neu ist die von der BG Bau geförderte Stufen-Baugrubenleiter oder die Geschossleiter mit vormontierten Leiterkopfsicherungen. Die Neuheitenbroschüre der Munk Günstzburger Steigtechnik steht auf www.steigtechnik.de zum Download bereit oder kann per E-Mail bei vertrieb@munk-group.com angefordert werden. Alle Neuheiten finden sich auch im Steigtechnik-Ratgeber 2022 wieder, der ab März 2022 verfügbar sein wird.

www.steigtechnik.de



Die Munk Günstzburger Steigtechnik macht es ihren Kunden im Jahr 2022 besonders einfach, bestehende Steigtechniklösungen aufzuwerten und zu ändern. Dafür stellt das Unternehmen spezielle Zubehöropakete zur Verfügung, die als praktische Helfer für den Alltag dienen. (Foto: Munk Günstzburger Steigtechnik)



1.204 Aussteller aus 56 Nationen und mehr als 25.000 Fachbesucher kamen zur A+A 2021. (Fotos: Messe Düsseldorf)

NOTWENDIGE PLATTFORM

Die Themen Pandemie und Hygiene spielten neben den aktuellen Entwicklungen rund um innovative Schutzausrüstungen eine zentrale Rolle auf der A+A 2021. Aber auch Megatrends wie Digitalisierung und Nachhaltigkeit gehörten zu den Schwerpunktthemen. Insgesamt kamen 1.204 Aussteller aus 56 Nationen und mehr als 25.000 Fachbesucher zur wichtigsten Branchenmesse nach Düsseldorf.

Die Aussteller waren sehr zufrieden mit dem Verlauf der A+A 2021, die vom 26. bis 29. Oktober 2021 stattfand. 94 Prozent bestätigen jetzt bereits, dass sie zur A+A 2023 wieder vertreten sein werden. Mehr als 25.000 Fachbesucherinnen und Fachbesucher aus Deutschland und dem europäischen Ausland besuchten die internationale Fachmesse sowie den 37. Internationalen Kongress für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin. Sie informierten sich über die neuesten Trends in den Bereichen des Arbeitsschutzes, der betrieblichen Gesundheitsförderung und des Sicherheitsmanagements im Betrieb. Deutlich über 90 Prozent gaben an, dass sie ihre Messebesuchsziele erreicht haben und gaben eine sehr gute Gesamtbeurteilung ab.

„Dem Wunsch unserer Aussteller nach einer Plattform für den persönlichen Austausch und Produktpräsentationen, die alle Sinne ansprechen, sind wir sehr gerne nachgekommen. Wir sind mehr als zufrieden mit dem Ausgang der Messe und bedanken uns herzlich für das uns entgegengebrachte Vertrauen“, resümiert Erhard Wienkamp, Geschäftsführer der Messe Düsseldorf GmbH. „Wir freuen uns über den erfolgreichen Verlauf der A+A und das damit verbundene, positive Signal an alle Branchen, die bei unseren Messen am Standort Düsseldorf vertreten sind.“

In der Start-Up Zone wurde dem persönlichen Ausprobieren viel Raum gewidmet.

Der A+A Kongress wurde von der Bundesarbeitsgemeinschaft für Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit (Basi) ausgerichtet und in diesem Jahr auch in Teilen ins Netz gestreamt. Dr. Christian Felten, Geschäftsführer der Basi, zeigte sich zufrieden mit dem Ergebnis des hybriden Kongressangebotes: „Wir sind froh, dass wir unsere Gäste und Referierenden bei einem Präsenzkongress begrüßen konnten,



der seinen Namen verdiente: Eine vierstellige Zahl von Teilnehmenden (rund 1500) erlebte beim 37. A+A Kongress eine Vielzahl qualitativ hochwertiger Beiträge und tauschte sich endlich wieder vor Ort aus. Im Rahmen der aktuellen Pandemie-Bedingungen haben wir uns auf wesentliche Themen konzentriert. Wichtig waren klassische Bereiche wie die Belastung durch krebserzeugende Gefahrstoffe oder Muskel-Skelett-Erkrankungen, die durch die Arbeit bedingt sind. Im Zentrum des Publikumsinteresses standen aber ebenso Themen wie das sichere und gesunde Arbeiten in internationalen Lieferketten, New Work, mobiles Arbeiten und Probleme durch die Digitalisierung am Arbeitsplatz.“ Dazu zählen nach Worten von Dr. Felten etwa psychische Belastungen im Homeoffice. In diesem Zusammenhang wurden im Kongress hilfreiche Lösungen präsentiert. Dank der digitalen Möglichkeiten konnten erstmalig Referierende aus aller Welt zugeschaltet werden. Sie stellten ihre wissenschaftlichen Beiträge zum Thema Arbeitsschutz via Bildschirm in Düsseldorf vor und diskutierten diese mit den Anwesenden.

A+A zeigte Trends der Zukunft

Von der Innovationsfähigkeit der anwesenden Aussteller und deren Lösungen für die Zukunft konnten sich die Fachbesucher unter anderem in der Start-Up Zone überzeugen. Ob Gesundheits-App, innovative Dienstleistungen oder Hightech-Textilien und Wearables: Die Start-ups auf der A+A 2021 bereicherten das Angebot der Leitmesse durch neue Ideen. Wie die Zukunft der Arbeit und der Prävention mittels Exoskeletten aussehen wird, vermittelten zahlreiche Aussteller sowie das Fraunhofer IPA in und um den Robotics Park. An den Mitmach-Stationen konnten die Fachbesucher die unterstützende Funktion der Exoskelette in verschiedensten Arbeitssituationen hautnah erleben. Dazu gehörten rückenbelastende Arbeitsprozesse aus der Logistik, Montagetätigkeiten in Überkopffpositionen und Arbeitsabläufe aus dem Schweißer-Beruf in Zwangspositionen. Zudem fand mit dem Exoworkathlon eine Live-Studie während der A+A 2021 statt, bei der wissenschaftlich untersucht wurde, inwieweit Exoskelette die Muskel- und Skelettbelastungen verringern und die Leistungsfähigkeit erhöhen.

Von Birgit Horn, Project Director der A+A, wollten wir noch ein paar Details zum Messeverlauf und zur Resonanz auf die Veranstaltung wissen.

Die A+A 2021 hatte eine deutlich verringerte Aussteller- wie Besucherzahl. War es trotzdem richtig, diese „Rumpfveranstaltung“ durchzuführen?

Für die Branche war die A+A 2021 eine enorm wichtige Plattform. Das haben uns unsere Kunden zahlreich bestätigt. Auch wenn wir aufgrund der pandemischen Situation eine etwas andere Messe erleben durften, waren die Ergebnisse doch hervorragend. 95 Prozent der Teilnehmer waren zufrieden bis sehr zufrieden mit der Messe. Wir



Verschiedenste Schutzmaßnahmen auf der A+A.



Birgit Horn, Project Director der A+A.

konnten dem Wunsch unserer Aussteller und Besucher nachkommen und ein Live-Erlebnis bieten, das persönliche Begegnungen und qualifizierte Gespräche über die Zukunft der Arbeit ermöglichte.

Die Deckelung der Besucherzahl im Rahmen des Hygienekonzeptes war im Vorfeld kommuniziert und akzeptiert. Beim Besuch haben wir die Rückmeldung von Ausstellern erhalten, dass die Kapazitätswerte „gefühlte“ doch niedrig waren. Wie war die Resonanz der Aussteller auf die Besucherfrequenz insgesamt?

Es war sicherlich eine Messe unter besonderen Umständen. Jedoch - wir alle empfinden Enge heute weniger angenehm. Die Hallensituation war gut und bot den passenden Rahmen für intensive Geschäftskontakte. Die Gespräche dauerten oft länger und gingen in die Tiefe, die Qualität der Besucher war sehr hoch und die Atmosphäre positiv. Es war einfach gut und wichtig für die Aussteller und

Kunden, sich wieder persönlich zu treffen.

Aus welchen Ländern/Regionen kamen die Besucher, ist eine Internationalität derzeit gegeben?

Auch unter Pandemiebedingungen konnten wir internationale Besucher bei uns in Düsseldorf begrüßen. 50 Prozent der Besucher kamen aus Deutschland. 44 Prozent aus dem Rest von Europa. Die restlichen sechs Prozent der Besucher kamen aus Übersee. Das ist ein klares Signal für die internationale Relevanz der A+A.

Wie intensiv wurden die digitalen Angebote der A+A genutzt, wie international war der Nutzerkreis und konnten, wie geplant, auch neue Zielgruppen damit erschlossen werden?

Unser Streaming-Angebot aus der Konferenz und den Foren wurde gut angenommen. Die Teilnehmer in den Streams kamen überwiegend aus dem Ausland. Das Feedback der Messe-Teilnehmer spricht jedoch eine deutliche Sprache. Wenn Live-Erfahrung und persönlicher Kontakt möglich sind, ziehen alle Teilnehmer das Präsenz-Angebot vor. Mit den digitalen Zusatzangeboten erreichen wir und unsere Kunden vor allem Branchenteilnehmer, denen es aufgrund von Reisebeschränkungen nicht möglich ist, auch in normalen Messejahren, die A+A zu besuchen. Daher macht es Sinn auch weiterhin diese Inhalte zusätzlich auf den digitalen Kanälen bereitzustellen.

Führt die Situation zu einer Stärkung der internationalen Veranstaltungen wie die CIOSSH, die TOS+H oder die OS+H?

Die Durchführung der A+A 2021 stärkt die Marke der gesamten A+A Messefamilie. Aber sicherlich werden einzelne Aussteller aus Übersee nun verstärkt die Möglichkeit nutzen, zusätzlich eine Präsenz auf ihrem Heimatmarkt sicherzustellen. Was wiederum für den Erfolg der Tochter-Veranstaltungen sehr gut ist. Ich sehe hier keinen negativen Effekt für die A+A.

www.AplusA.de

»WIR HELFEN DEM HANDEL MIT DER MARKENARBEIT.«

Im Frühjahr des letzten Jahres hat die Uvex Group als „Weiterentwicklung der digitalen Geschäftsmodelle“ einen Online-Markenshop eröffnet. Damit ist ein schneller, einfacher und direkter digitaler Zugang zu allen Marken der Uvex Group und deren B2C-tauglichen Sortimenten gegeben. Über das Konzept und die sich daraus ergebende Win-win-Situation für den Handel sprachen wir mit Martin Leusmann, Geschäftsführer der Uvex Safety Group GmbH & Co. KG.

Wear@Work: Im letzten Frühjahr haben Sie einen neuen Online-Markenshop eröffnet und bieten dort Ihr gesamtes Sortiment an. Welche Reaktionen kamen aus dem (Fach-)Handel auf die Eröffnung?

Leusmann: Wir haben unseren Markenshop für Privatpersonen eröffnet. Aus dem PSA-Sortiment der Safety Group wird dort nur der Teil angeboten, der vor allem für die Zielgruppe der Heim- und Hobbywerker geeignet und interessant ist. Der Fachhandel bedient vorrangig B2B-Kunden und daher unterstützt der Online-Markenshop die Markenposition von Uvex bei Fachhändlern.

An welche Zielgruppen richtet sich der Markenshop?

Wir konzentrieren uns mit dem Markenshop, der bei Uvex als 4. Teilkonzern in der Uvex Holding angesiedelt ist, ausschließlich auf den B2C-Kunden. Diese finden im Markenshop Produkte aller Uvex Marken, vorrangig Sportprodukte von Uvex Sports und Alpina.



Martin Leusmann, Geschäftsführer der Uvex Safety Group GmbH & Co. KG.
(Fotos: Uvex)

Wird damit eine Vorstufe des Direktvertriebs im B2B-Segment geschaffen?

Nein, überhaupt nicht. Im Übrigen haben wir in der Uvex Safety Group bereits seit vielen Jahren ein dual ausgerichtetes Marktbearbeitungssystem, welches die Zusammenarbeit mit Handelspartnern und das Direktgeschäft im B2B beinhaltet. Das ist für den Markt nichts Neues. Wir helfen dem Handel mit der Markenarbeit. Der Kunde entscheidet, wo er kaufen möchte.

Sind alle Uvex-Produkte digital zu verkaufen - reichen die Online-Produktberater aus, um im gewissen Rahmen erklärungsbedürftige Produkte beratend zu verkaufen?

Wie schon gesagt, es sind nicht alle Produkte enthalten, sondern vorrangig die Produktkategorien, die nicht zu beratungsintensiv sind. Wir sind aber auch schon im B2B-Bereich dabei, die vertriebliche Arbeit mit Online-Produktberatungen zu unterstützen. Das wird heutzutage von den Kunden erwartet.



Der Bamboo TwinFlex D xg bietet ein seidiges, weiches Gefühl auf der Haut, das durch den Einsatz von Bambusfasern auf der Innenseite des Handschuhs zustande kommt. Vor allem aber überzeugen sie durch eine schnelle Aufnahme von Feuchtigkeit und können eine sehr hohe Menge davon speichern, sogar mehr als Baumwolle. Für einen Schutzhandschuh mit Schnittschutzlevel D ist der Bamboo TwinFlex D xg erstaunlich leicht, flexibel, dünn und feinfühlig. Er ist im Handschutz-Kompetenzzentrum der Uvex Safety Group in Lüneburg entwickelt worden und wird dort auch produziert.



Unter dem Motto „Hard work. Easy going“ präsentierte Uvex auf der A+A in Düsseldorf den Uvex 3. Entwickelt für die extremen Ansprüche innerhalb der schweren Anwendungsbereiche. Er verbindet die notwendige Robustheit mit sportlich-dynamischem Design und ist mit den neuesten Uvex Technologien ausgestattet. Somit vereint der neue Uvex 3 Sicherheit und Komfort mit Leichtigkeit.

Wie stellen Sie zukünftig Fachhandelsorientierung und eigene D2C- Aktivitäten im Konzept des „hochwertigen, lösungsorientierten Multi-Channel-Anbieters“ nebeneinander, welche Attraktivität hat die Marke dann (noch) für den Handel? Ich sehe dort keinen Konflikt, sondern eher eine Win-win-Situation. Der Fachhandel kann immer mehr Serviceleistungen anbieten und hat somit mit seiner Lösungsorientierung einen Vorteil.

Wie stark dient eine Marke aus dem Bereich der Berufsbe- kleidung, die ausschließlich mit Direktvertrieb arbeitet, als Anreiz und Orientierung für die Aktivitäten?

Sie spielen hier auf einen Wettbewerber an, der in den letzten Jahren mit großen Marketinganstrengungen viel dafür getan hat, den Bereich Berufsbe- kleidung auch für den Consumer attraktiv zu machen. Uvex Safety verfolgt mit seiner Mission protecting people hier jedoch einen komplett anderen Ansatz. Zusammen mit den Produkten der anderen Teilkonzer- ne wie Uvex Sports, Alpina und Filtral bieten wir im Markenshop ein umfassendes Sortiment an Schutzprodukten für Sport, Freizeit und Ar- beit. Jeder Bereich zahlt mit seinen Produkten auf dieses Ziel ein und unterstützt somit den Schutz des Menschen in allen Lebenslagen.

www.uvex.de

Milwaukee

WERKZEUG- SICHERUNGEN

MILWAUKEE® WERKZEUGSICHERUNGEN



WERKZEUGSICHERUNGEN

HANDGELENKWERK- ZEUGSICHERUNG



4,5 KG WERKZEUG- SICHERUNGSGURT DYNAMISCH

4,5 KG QUICK CONNECT WERKZEUG- SICHERUNGSGURT

6,8 KG WERKZEUG- SICHERUNGSGURT DYNAMISCH

15,8 KG WERKZEUG- SICHERUNGSGURT DYNAMISCH

HANDGELENK- WERKZEUG- SICHERUNG

ANWENDUNGS- BEISPIELE



@MILWAUKEETOOLDACH

www.milwaukeetool.de



MIT SICHERHEIT NAH AM KUNDEN

Skylotec verfolgt eine klare Wachstumsstrategie und erschließt dabei auch neue Sortimentsbereiche. Dabei bleibt der PSA-Spezialist seiner Philosophie der Fachhandelsausrichtung und der Produktion in Europa treu. Über die Entwicklung sprachen wir mit Alexander Merl, Vertriebsleiter und Prokurist bei Skylotec.



Wear@Work: Der Auftritt auf der A+A stand im Zeichen der Wachstumsstrategie. Welche konkreten Entwicklungen stecken hinter der Strategie, und gehen damit Veränderungen im Vertrieb einher?

Merl: Wir bei Skylotec haben durch verschiedene Unternehmenskäufe unser Know-how und unsere Fertigungskompetenzen im Sinne unserer Kunden erweitert. Das steigert zum einen die Markenbekanntheit, verbreitert zum anderen aber das Produktprogramm und ermöglicht es, unseren Kunden Komplettlösungen im Bereich der Absturzsicherungen und seilunterstützten Arbeiten anbieten zu können.

Hinzu kommt, dass wir Anfang 2020 mit der Fertigung von medizinischen Gesichtsmasken und FFP2-Masken begonnen und seitdem diesen Bereich konsequent weiterentwickelt haben. Unser Zielmarkt war hier von Anfang an nicht der Corona-Bedarf, sondern langfristig der professionelle Anwendermarkt für Persönliche Schutzausrüstungen und Medizinprodukte. Hier werden Masken für Anwendungsbereiche benötigt, bei denen eine Schutzwirkung grundsätzlich sinnvoll ist. Diesen Markt gab es vor der Pandemie, es wird ihn auch danach geben.

Mit Blick auf den Vertrieb haben wir die Personalstärke auch durch die Zukäufe bestmöglich ausbauen können, sodass wir in einem beratungsintensiven Segment sehr flexibel und weiterhin sehr nah am Kunden agieren können. Im Bereich Atemschutz haben wir unsere Kompetenzen an unserem Stammsitz in Neuwied gebündelt, indem wir eine eigene Qualitätssicherung und ein Prüflabor eröffnet und zudem ein Produktmanagement aufgestellt haben, das ausschließlich für den Atemschutz verantwortlich ist.

Für den Vertrieb bedeutet das, sich mit einem neuen Produkt in einem bekannten Markt zu bewegen. Gleichzeitig haben wir mit dem Gesundheitswesen ein neues Segment betreten. Hierzu haben wir Kompetenzen im gesamten Vertriebsteam aufgebaut, um dicht am Kunden zu sein. Die Kunden dürfen von uns die gleiche Professionalität erwarten wie im Bereich Absturzsicherung.

Sie verkaufen die Produkte alle auch über die eigene Website. Wie geht der Handel damit um und ebnet das den Weg zum D2C?

Unsere Website dient dem Handel und dem Kunden sehr stark als Plattform zur Informationsbeschaffung. Die Preise, die dort benannt

Seit Anfang 2020 produziert Skylotec medizinische Gesichtsmasken und FFP2-Masken für den professionellen Anwendermarkt, also auch für das Gesundheitswesen. (Fotos: Skylotec GmbH)



Mit der ‚Homebase‘, einer von Skylootec entwickelten Software, können revisionspflichtige Artikel unkompliziert erfasst werden. Das ist auch für den Handel ein Vorteil.



Alexander Merl, Vertriebsleiter und Prokurist bei Skylootec

sind, sind unsere Listenpreise, um eine Indikation zu geben. Das wichtigste Detail ist aber, dass Verkäufe über die Website auch über den Handel ausgeliefert werden können.

Wie stark ist der Handel in die Beratung und die Service- und Schulungsangebote von Skylootec eingebunden? Welche Möglichkeiten zur Kundenbindung eröffnen sich hier für Handelspartner?

Es ist wichtig, nicht allein Lieferant von Produkten zu sein. Vielmehr ist es entscheidend, neben einem breiten Produktprogramm auch intensive Beratung, Service und Schulungen anbieten zu können. Hinzu kommt, dass nicht mehr allein der Händler Kontakt zu seinem Kunden und der Hersteller wiederum Kontakt zum Händler hält. Vielmehr arbeiten die drei Seiten inzwischen zusammen, um für den Anwender eine optimale Beratung und Lösung sicherzustellen. Das funktioniert auch deshalb, weil wir dem Handel in jedem Bereich einen kompetenten Ansprechpartner zur Seite stellen können. Zudem bieten wir Schulungen für die Mitarbeiter der Händler an. Die Wege zu uns sind daher kurz. Insgesamt haben wir die Erfahrung gemacht, dass ein Hersteller nicht nur mit Qualität bei seinen Produkten überzeugen muss, sondern auch im Bereich der Beratung. Das dient letztendlich auch der Kundenbindung für den einzelnen Händler, weil er durch seine Beratungskompetenz näher am Kunden ist als andere.

Welche Vertriebsunterstützung bieten Sie den Handelspartnern darüber hinaus – für den stationären und den digitalen Vertriebsweg?

Wir bieten unseren Handelspartnern verschiedene Kampagnen für ein digitales Marketing an, die sich leicht adaptieren lassen. Zudem ist eine ausgezeichnete Datenqualität von großer Bedeutung. Im stationären Bereich helfen wir bei der Einrichtung von Verkaufsflächen

**In Sachen
Workwear,
PSA und sicheres
Arbeiten in der
Höhe immer auf
dem Laufenden
bleiben!**



Melden Sie sich jetzt zum neuen Branchen-Newsletter von Wear@Work an unter:

wearatwork.de

So erhalten Sie alle vier Wochen Neuigkeiten und Relevantes aus der und für die Branche.



Schulungen rund um das Thema Absturz-sicherung führt Skylotec auch für die Mitarbeiter von Händlern durch.

ACX“, die einen einfachen Auf- und Abstieg am Seil ermöglicht. Ein weiterer Punkt ist, dass wir bei der Erstellung von Risikoanalysen und Gefährdungsbeurteilungen mit speziellem Fokus auf die Absturz-sicherung ebenso unterstützen wie bei der Entwicklung von Rettungs- und Schulungskonzepten, die der Handelspartner seinem Endkunden durch uns anbieten kann. Dadurch wird er zu einem Komplettanbieter von Produkten und Dienstleistungen. Diese lassen sich durch die „Homebase“ als digitales Revisionsbuch für alle prüfpflichtigen Produkte mit einer von uns entwickelten Software abrufen.

Ihre Produktionsstätten liegen alle in Europa. Hat sich dies in den zurückliegenden Monaten als Vorteil erwiesen oder sehen Sie dies

grundsätzlich als Vorteil? Erschwert das derzeit die Präsenz auf dem asiatischen Markt?

Grundsätzlich ist die Versorgungssicherheit unserer Kunden für uns ein entscheidendes Kriterium. Die Corona-Pandemie hat gezeigt, dass lange Lieferketten anfällig sind. Zudem sind sowohl die Kosten für Material und Logistik als auch die Lieferzeiten wesentlich gestiegen. Daher haben wir es als Vorteil wahrgenommen, dass unsere Produktionsstätten in Europa liegen. Es wird auch langfristig Vorteile bringen. Die Unternehmenszukäufe zuletzt verstehen wir daher als klares Bekenntnis zum Standort Europa. Dadurch werden wir gleichzeitig unabhängiger von den Lieferketten aus Fernost. Das steigert langfristig die Versorgungssicherheit unserer Kunden.

Die Präsenz auf dem asiatischen Markt ist dadurch nicht erschwert, dass wir ausschließlich in Deutschland und Europa produzieren. Sie hat sich sogar verbessert, weil auch unsere Kunden in Asien von der Versorgungssicherheit in Europa profitieren. Wir haben im Wesentlichen die Erfahrung gemacht, dass der Absatzmarkt in Asien Qualität „made in EU“ sehr schätzt. Wir kennen die Situation nicht anders und sind in Asien groß geworden, obwohl wir industrielle Absturz-sicherung nie dort produziert haben.

www.skylotec.com

und führen gemeinsam mit Händlern und Endkunden Webinare durch. Darüber hinaus ergänzen wir mit der „Homebase“, einer Software zur Erfassung revisionspflichtiger Artikel, den Bereich After Sales in digitaler Form.

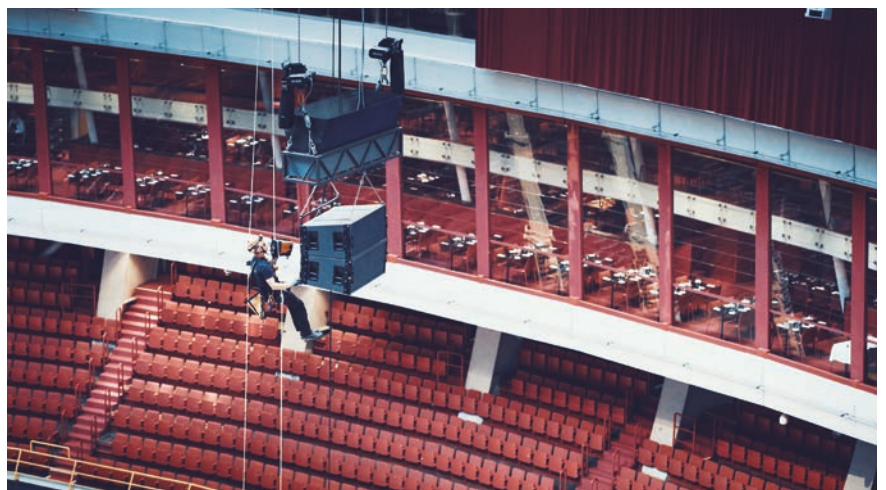
Wie stark ist die Einflussnahme unterschiedlicher Angebotsbereiche im Unternehmen aufeinander – sowohl in der Produktentwicklung als auch in den Bereichen Vertrieb und Services?

Als Hersteller von Schutzausrüstungen verfügen wir über eine fast 75-jährige Erfahrung und entsprechende Systeme zur Qualitätssicherung in der Produktion. Dieses Know-how und die Fertigungskompetenzen haben wir auch durch die Übernahme verschiedener Unternehmen sinnvoll erweitert, und auch das Produktprogramm ist dadurch zum Vorteil der Kunden stetig gewachsen.

Wir profitieren zudem davon, dass wir unsere Wurzeln im industriellen Umfeld haben und gleichzeitig in der Welt des Sportkletterns zu Hause sind. Die Kombination der Expertise aus der Industrie mit dem Fachwissen aus dem Einsatz in der Praxis führt zu immer neuen Innovationen, von denen die Anwender profitieren – ob bei der Arbeit oder in ihrer Freizeit. Viele Trends aus dem Freizeitbereich werden mittlerweile auch für Schutzausrüstung übernommen und umgekehrt. Das hat auch damit zu tun, dass Menschen Dinge in ihrer Freizeit als Standard empfinden und diese daher ebenso im Job erwarten. Ein cooles Design, geringes Gewicht und hoher Tragekomfort – das wird auch bei Absturz-sicherung immer wichtiger.

Wenn es um Vertrieb und Services geht, hat die Bedeutung des Verleihgeschäfts zugenommen. Das gilt insbesondere für Produkte, die von Kunden eher selten benötigt werden, jedoch mit hohen Investitionskosten verbunden sind. Hierzu gehört vor allem unsere motorbetriebene Seilwinde „ActSafe

Mit der motorbetriebenen Seilwinde „ActSafe ACX“ ist ein Auf- und Abstieg am Seil einfach möglich.



DAS WACHSTUM IM GRIFF BEHALTEN

In den letzten beiden Jahren konnte FHB original ein deutliches Wachstum verzeichnen, trotz pandemischer Zeiten und den vielen Widrigkeiten, die damit im Zusammenhang stehen. Für Peter Hoffmann, Geschäftsführer und Inhaber der FHB original GmbH & Co. KG, stellt sich die Aufgabe, neben den vorhandenen Unwägbarkeiten auch das Wachstum des Unternehmens zu managen – ein Ausblick mit vorhergehendem Rückblick.

Wear@Work: Welche Erwartungen haben Sie an das Jahr 2022?

Hoffmann: Bevor ich diese Frage beantworte, lassen Sie mich nicht zuletzt zum besseren Verständnis meiner Erwartungen die Entwicklung des letzten Jahres bzw. der letzten beiden Jahre aufzeigen, denn die ist letztendlich die Grundlage für unsere Sicht auf das laufende Jahr.

Ich bin in der glücklichen Lage, sagen zu können, dass wir als FHB bisher gut durch die Krise gekommen sind – um nicht zu sagen sehr gut. Nach dem ersten Schock im Frühjahr 2020 und einem allgemeinen neuen Zurechtfinden hat sich unser Konzept sehr ausgezeichnet. Dadurch sind wir in den letzten beiden Jahren, insbesondere aber in 2021 deutlich gewachsen. Ich führe das zum einen darauf zurück, dass wir uns sehr stark auf den Erhalt der Lieferfähigkeit konzentriert und uns zum anderen intensiv mit dem Aufbau weiterer Shop-in-Shop-Systeme im Handel gekümmert haben.

Das deutliche Wachstum, das sich dadurch entwickelt hat, führte uns, um ehrlich zu sein, zwischenzeitlich immer wieder an unsere Grenzen. Letztendlich aber konnten wir immer adäquat reagieren und agieren, was unsere Kunden sehr zufriedengestellt hat. Und dann sind wir natürlich auch zufrieden.

Was verbirgt sich denn hinter dem erfolgreichen Konzept – wenn Sie das verraten mögen?

Über allem stehen natürlich unsere guten Produkte in Verbindung mit unserem transparenten Sortimentsaufbau mit der Idee: Wähle Deine Farbe! Dazu gehört beispielsweise aber, dass wir langfristige, ausgesprochen vertrauensvolle Beziehungen sowohl zu Lieferanten als auch zu unseren Handelspartnern pflegen. Nur dadurch war es möglich, die Lieferketten und die Verfügbarkeit der Ware weitgehend stabil zu halten. Wir mussten, das führe ich auch auf den Einsatz der Partner vor Ort zurück, zum Beispiel nicht Monate auf einen Container aus Asien warten. Und das ist bei einem Anteil von etwa 40 Prozent der Produkte in unserem Sortiment, die dort produziert werden, ein wichtiger Faktor.

Vater & Sohn: traditionelle Zunftbekleidung, die für Kinder ab Größe 92 –und natürlich wie die Zunft für die Großen- in Spenge ab Größe 92 produziert wird. Der Sohn trägt die Kinder-Zunftweste aus Zwirn-Feincord David und die Kinder-Zunftthose August, auch aus Zwirn-Feincord. Der Vater trägt Zunftweste Fritz aus Trenkercord mit Echtledereinfassung und dazu passend die Trenkercord Zunfthose Paul.

Ähnliches auf der Handelsseite: Wir haben im letzten Jahr so viele Shop-in-Shop-Systeme aufgebaut wie noch nie zuvor. Unsere Handelspartner haben unter anderem mit uns gemeinsam die Zeit des Lockdowns oder der geringeren Kundenfrequenz genutzt, die Auf- und Umbauarbeiten durchzuführen. Und wir haben die Präsentation von Neuheiten nach hinten geschoben, weil wir uns auf die Produktion des bestehenden Sortimentes und dessen Verfügbarkeit konzentrieren wollten.

Statt Homeoffice Shop-in Shop-Systeme aufbauen, wie war das möglich?

Unter Einhaltung der entsprechenden Vorgaben war dies sehr wohl möglich, die Geschäfte waren ja, wenn sie geschlossen werden mussten, nur für Kundinnen und Kunden geschlossen. Für uns war dabei von großem Vorteil, dass wir die Shopelemente in großen



Stückzahlen auf Lager haben. Was zunächst kostenverursachend ist, war in diesem Fall – wie auch bei der Ware – sehr nützlich. Deshalb konnten wir unser dreiköpfiges Aufbauteam durch Europa schicken, um unsere Markenpräsenz noch weiter auszubauen.

Die Shop-in-Shop-Systeme wirken selbstverständlich als Umsatztreiber, denn sie müssen zunächst bestückt und dann kontinuierlich wieder aufgefüllt werden. Sicherlich steckt hier, wie schon gesagt, ein wesentlicher Faktor der Entwicklung der letzten Monate. Andererseits muss die Ware, um die Shops zu befüllen, ja auch vorhanden sein.

Das heißt, Sie waren bei den Handelspartnern vor Ort. Hat sich denn in der Kommunikation mit den Handelspartnern oder auch mit den Endkunden in den letzten Monaten etwas verändert?

Wie eigentlich alles ist auch der Kontakt zu unseren Händlern mit mehr Aufwand und Unsicherheiten verbunden. Bei größeren Handelshäusern gab es zum Beispiel zeitweise keine Besuchserlaubnis, Deshalb haben wir uns an Videokonferenzen gewöhnt, aber selbstverständlich hat unser Außendienst jede Möglichkeit genutzt, mit den Kunden persönlich zu sprechen. Durch die bereits erwähnten oft langjährigen guten Beziehungen haben wir diese Herausforderungen alle meistern können. Parallel hatten wir den Eindruck, dass sich unter den Händlern herumgesprachen hat, welcher Lieferant lieferfähig war. Das hat uns natürlich auch geholfen. Aber alle Aktivitäten sind



Peter Hoffmann, Geschäftsführer und Inhaber der FHB original GmbH & Co. KG.

eben mit mehr Aufwand verbunden, für den es sich immer zu motivieren gilt.

Den Kontakt zu den Endkunden übernehmen für uns immer unsere Handelspartner. Und die haben gerade auf den Social Media-Kanälen und im E-Commerce gute Arbeit geleistet. Dies werden wir zukünftig sicherlich mehr begleiten und unterstützen.

Ein Teil der Kommunikation ist auch die Präsenz auf Messen. Im letzten Oktober hat die A+A stattgefunden – ohne FHB.

Das stimmt, wir haben aufgrund der gegebenen Reisebedingungen und der bei uns verschobenen Neuheiten entscheiden, an dieser Ausgabe der A+A nicht teilzunehmen und halten die Entscheidung nach wie vor für richtig. Denn die Messe dient im wesentlichen dazu, Neuheiten anzuteasern und unsere Marke darzustellen. Die Umsetzung der Gespräche in Aufträge erfolgt dann doch in den meisten Fällen bei den Händlern vor Ort. Trotzdem freuen wir uns sehr darauf, bald unser Sortiment auch wieder auf Messen präsentieren zu können.

Nun aber noch einmal zur Frage nach der aktuellen Situation und den Erwartungen für das laufende Jahr. Gehen Sie weiter von einer positiven Entwicklung aus?

Auch wenn sich die Basis für eine weitere Umsatzsteigerung in den letzten Jahren deutlich erhöht hat, planen wir auch für 2022 eine Fortsetzung der Aufwärtsentwicklung. Dafür haben wir in allen Berei-



FHB Zunft für Frauen. Kombination aus Arbeitskleidung mit T-Shirt Jeans und Zunftweste aus Genuacord Hilde



Perfekte Kombination: mit Polo-Shirt Daniel und Zunft-Shorts aus Genuacord Hans

Eine Auswahl der FHB Arbeitsbekleidung für Frauen. Leo, die neue FHB Arbeitshose elastisch, ist eine Kombination aus robustem, festem Oberstoff für höhere Langlebigkeit und einem elastischen 4-Wege-Stretch für mehr Komfort. Oberteile (von links nach rechts) Strick-Fleece-Jacke Damen Marieke T-Shirt Jens, Strick-Fleece-Jacke Damen Marieke. (Fotos: FHB)

chen die Zahl der Mitarbeitenden erhöht, um den allein quantitativ gestiegenen Anforderungen gerecht werden zu können.

Die weitere Steigerung sehen wir vor allem durch die bereits erwähnte größere Zahl der Shop-in-Shop-Systeme, daneben haben wir in angrenzenden europäischen Ländern unseren Außendienst verstärkt, was bereits in 2021 zu einer spürbaren Verstärkung des Exportgeschäftes geführt hat, die sich in diesem Jahr ebenfalls fortsetzen wird.

Insgesamt gehen wir also sehr positiv in das Jahr, zumal das Thema Workwear weiter sehr erfolgreich ist. Sicherlich gibt es Teilbereiche wie die Corporate Fashion für Messen oder Veranstaltungen oder auch den Gastronomiebereich, der momentan mit deutlich weniger Nachfrage zu kämpfen hat. Aber mehr noch als bei unserem Zunft-Sortiment wächst die Nachfrage bei der Workwear kontinuierlich.

Zudem werden wir noch im Frühjahr unsere Neuheiten präsentieren, die sicherlich noch einmal für eine weitere Nachfrage sorgen.

Gibt es denn auch Risikofaktoren und Unwägbarkeiten für das laufende Jahr, die letzte Zeit war ja sehr von Unvorhersehbarem geprägt?

Die Unwägbarkeiten sind selbstverständlich nach wie vor vorhanden. Vor allem zwei Faktoren sehe ich hier ganz vorne: die Material- und Warenverfügbarkeit zum einen, die Möglichkeit, weitere qualifizierte Mitarbeitende zu gewinnen zum anderen. Die Problematik, Rohmaterialien zu bekommen, ist ja keineswegs vom Tisch, eben-

sowenig wie die Gefahr von Werksschließungen nicht nur in asiatischen Ländern. Solche Ereignisse treffen Marken, die in Asien konzentriert an einem Standort produzieren sicherlich noch stärker als uns. Trotzdem bleibt immer die Gefahr von Produktionsunterbrechungen auch bei unseren Lieferpartnern gegeben, ebenso wie die Unsicherheiten in der Logistik.

Die Problematik des Fachkräftemangels spüren wir hautnah, da wir, wie berichtet, unsere Kapazitäten kontinuierlich ausweiten wollen. Wir stellen fest, dass es zunehmend schwieriger wird, überhaupt Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu finden und zu gewinnen.

Wir stehen auch in diesem Jahr vor spannenden Herausforderungen. Aber wir haben in den letzten beiden Jahren eine tolle Basis geschaffen, auf der wir solide aufbauen können.

www.fhb.de

Am Standort in Bünde wurde in eine Erweiterung des Firmengebäudes investiert, um dem Wachstum des Unternehmens Raum zu geben.



CROSSOVER STYLES: DAS BESTE AUS ZWEI WELTEN

Funktional, bequem, modisch: Crossover Styles vereinen das Beste aus Arbeits- und Freizeitbekleidung. Ein in den Vorjahren wachsender Trend, der sich weiter fortsetzen wird, ist Kai Gminder, Geschäftsführer der Gustav Daiber GmbH, überzeugt. Die Eigenmarken James & Nicholson und Myrtle Beach setzen dabei auf nachhaltige Materialien, arbeitsspezifische Details und stylische Looks. Dies spiegelt sich auch in den Produktneuheiten 2022 wider: Highlights sind etwa das praktische Regenset und die Stretch-Bermuda-Jeans im Bereich Workwear sowie der Business Parka und die trendige Loungewear für den Freizeitbereich.

Egal, ob Homeoffice oder eng getaktete Tagesplanung von Job zu Freizeit – die Nachfrage nach kombinierter Kleidung, die sowohl auf der Arbeit als auch nach Feierabend getragen werden kann, wird immer größer. Praktikabilität und Komfort stehen im Fokus. Die Konsumenten wünschen sich Funktion vereint mit bequemen, pflegeleichten Materialien, praktische Details und dennoch modische Looks. Marken wie James & Nicholson und Myrtle Beach reagieren darauf und lösen die Grenzen zwischen Arbeit und Freizeit weiter auf. Dies eröffnet neue Möglichkeiten: Crossover Styles für Work und After-

work. Sie sind funktional, bequem und modern. Sie lassen sich vielseitig kombinieren, machen Kleidung um ein Vielfaches flexibler und sparen Zeit in einem schnelllebigen Alltag.

„Der Trend zur Kombination von Arbeits- und Freizeitbekleidung ist bereits seit Jahren zu beobachten – auch vor Pandemiezeiten“, sagt Bärbel Krohmer, Vertriebsleiterin bei der Gustav Daiber GmbH. „Was

Gut gegen Regen geschützt: das neue Regenset.





Im neuen Business Parka ist man auch nach Feierabend bestens gekleidet. (Fotos: Daiber)

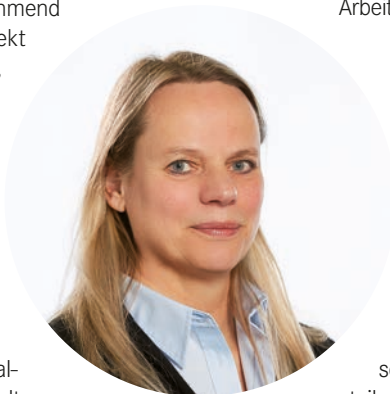
früher der Blaumann war, sind heute modische Jacken und Hosen. Funktionalität und Komfort sind mehr und mehr sowohl in der Freizeit als auch auf der Arbeit gefragt. Ebenso wie ein gutes Auftreten, erzeugt durch einen modernen und individuellen Look, der auch nach Feierabend überzeugt. So entstehen zunehmend Crossover-Produkte, die in beiden ‚Welten‘ perfekt eingesetzt werden können. Wir gehen davon aus, dass sich dieser Trend auch in den kommenden Jahren national und international fortsetzen wird.“

Diese Entwicklung machen Crossover Styles zu einem echten Fokusthema, das auch weiterhin in den Kollektionen der Daiber-Marken James & Nicholson und Myrtle Beach aufgegriffen und neu interpretiert wird. Dabei legt Daiber besonderen Wert auf die Verwendung von nachhaltigen Materialien wie Bio-Baumwolle und recyceltem Polyester und geht mit modischen, praktischen und vielseitig kombinierbaren Essential-Produkten gezielt auf die Wünsche der Konsumenten ein.

Crossover Highlights 2022

Perfekte Beispiele für Crossover Styles bieten die Produktneuheiten 2022 von James & Nicholson und Myrtle Beach. Ein Kollektionshighlight im Bereich Workwear ist etwa das neue Unisex-Regenset. Die Worker Rain-Pants (JN1845) und die passende Worker Rain-Jacket

(JN1846) sind dank ihrer verschweißten Nähte wind- und wasserdicht (10.000 Millimeter Wassersäule), zudem elastisch und weitenregulierbar. Das macht sie zu funktionsfähigen Begleitern für regnerische Arbeitstage oder Freizeitaktivitäten bei nassem Wetter. Dank klassischen Farben sind sie perfekt mit allen vier Workwear-Linien kombinierbar – ein idealer Crossover-Artikel also. Das Rain-Jacket kann zudem problemlos mit Schutzhelm, die Rain-Pants bequem über normale Arbeitshosen und Schuhe getragen werden.



Bärbel Krohmer, Vertriebsleiterin bei der Gustav Daiber GmbH.

Ein weiteres Highlight ist die Workwear Stretch-Bermuda-Jeans (JN871), die kurze Variante der ersten Jeans von James & Nicholson aus der Kollektion des Vorjahres (JN875). Sie punktet mit robuster Denim-Qualität aus Bio-Baumwolle und recyceltem Polyester, diversen Werkzeug- und stichfesten Seitentaschen sowie einer bequemen Passform dank Elasthan-Anteil. Somit ist die Stretch-Jeans in Unisex-Größen auch nach Feierabend ein praktischer Begleiter. Gleiches gilt für die kurze Workwear Stretch-Bermuda Slim Line (JN1811) mit elastischen Einsätzen und funktionalen Details, die als Variante der Workwear Stretch-Pants Slim Line (JN1812) entwickelt wurde.

Um an kälteren Tagen optimal gekleidet zu sein, eignen sich die neuen Ladies'/Men's Padded Hybrid Vests (JN1847/JN1848) und Jackets (JN1843/JN1844). Die Strickfleece Westen und Jacken bieten eine wärmende, nachhaltige DuPont Sorona-Wattierung, sind innen



Lässiger Chis: die neue Loungewear der Marke James & Nicholson.

Kapuze und zahlreiche Taschen verleihen ihm einen hohen Tragekomfort.

Neue Loungewear

Diesen bietet auch das nächste Kollektionshighlight: die neue Loungewear aus Bio-Baumwolle von James & Nicholson. In sanften Farbtönen überzeugen sowohl die stylischen Ladies'/Men's Lounge Hoodys (8033/8034) mit leichtem Oversized Look und angerauter, gemütlicher Innenseite als auch die modischen Ladies'/Men's Lounge Pants (8035/8036) mit hochwertiger French-Terry-Qualität, elastischem Bund und bei der Männervariante mit cooler Cargotasche am Bein. Ideal zum Entspannen oder als bequemer Look im Homeoffice. Die Lounge Pants für Herren ist zudem als Shorts (8038) erhältlich.



Zudem wird die Business-Kollektion um die Ladies'/Men's Business Blazer (JN1177/JN1178) erweitert, die aus weicher Sweat-Qualität bestehen und mit einem klassischen Revers-Kragen und formgebenden Teilungsnähten für eine modische Passform sorgen. In den neutralen Farbtönen black und navy passen die Blazer zu jedem Business Outfit, unterstreichen durch die Möglichkeit zur personalisierten Veredelung das Corporate Design und eignen sich auch Afterwork für elegante Looks.

Kopfbedeckungen mit Stil und Funktion

Funktional, stylish und bequem sind auch die Kopfbedeckungen der Headwear- und Accessory-Marke Myrtle Beach. Insbesondere der Function Hat (MB6242) und die 6 Panel Cap (MB6243) aus der Kollektion des Vorjahres überzeugen mit ihrem extra langen Nackenschutz, der praktisch vor Sonne schützt. Während der Hut zudem mit wind- und wasserabweisender Mikrofaserqualität, weichem Netzfutter und einer elastischen Kordel zur Weitenregulierung punktet, ist die Cap dank strapazierfähigem Gewebe und einem wattierten Schweißband der ideale Freizeitbegleiter. So auch die 6 Panel Mesh Cap (MB6244) in moderner Melange-Optik, die mit gestickten Luftlöchern und einer Größenregulierung durch „click&snap“-Verschluss für maximalen Tragekomfort sorgt. Damit sind sie die richtige Wahl für Aktivitäten an der frischen Luft und bieten zudem vielseitige Möglichkeiten zur Veredelung.

Jetzt auch in kurz: die Stretch-Bermuda-Jeans.

gestept und durch elastische Bündchen maximal bequem. Damit halten sie nicht nur auf dem Weg zur Arbeit, sondern auch nach Feierabend angenehm warm. Weitere Neuheiten sind die Ladies'/Men's Workwear-Longsleeve-Ts (JN1839/JN1840) und Polos (JN1841/JN1842), die aus einem strapazierfähigen und besonders pflegeleichten Fifty-Fifty-Materialmix aus Bio-Baumwolle und Polyester bestehen. Dank UPF 50+ können sie sorgenfrei bei sonnigem Wetter getragen werden und sind echte Allrounder für Arbeit und Freizeit, die genug Platz für individuelle Veredelung bieten.

Zu den absoluten Highlights im Sortiment der Freizeitbekleidung zählt der Business Parka (JN1175/JN1176) aus recyceltem Polyester, der – dem Namen entsprechend – auch Business Outfits ideal ergänzt. Der Parka besticht mit wärmender DuPont Sorona-Wattierung, wind- und wasserdichtem sowie atmungsaktivem Außenmaterial (5.000 Millimeter Wassersäule). Der durchgehende Zwei-Wege-Reißverschluss, der sich zudem zur Veredelung eignet, die regulierbare

Nackenschutz, der praktisch vor Sonne schützt. Während der Hut zudem mit wind- und wasserabweisender Mikrofaserqualität, weichem Netzfutter und einer elastischen Kordel zur Weitenregulierung punktet, ist die Cap dank strapazierfähigem Gewebe und einem wattierten Schweißband der ideale Freizeitbegleiter. So auch die 6 Panel Mesh Cap (MB6244) in moderner Melange-Optik, die mit gestickten Luftlöchern und einer Größenregulierung durch „click&snap“-Verschluss für maximalen Tragekomfort sorgt. Damit sind sie die richtige Wahl für Aktivitäten an der frischen Luft und bieten zudem vielseitige Möglichkeiten zur Veredelung.

www.daiber.de



Mehr Informationen zu allen Produkten gibt es unter www.daiber.de/de/catalog/



Werkzeugsicherungsgurte mit dynamischer Fallsicherung, werden für Lasten bis 15 kg angeboten. Damit können auch größere Maschinen zuverlässig gegen einen Sturz gesichert werden. (Fotos: Milwaukee)



Karabiner mit Quick-Connect und Zwei-Wege-Öffnung, Sicherungsbänder und Ringe erlauben einen schnellen und zuverlässigen Wechsel zwischen verschiedenen Werkzeugen.

STOPPT DEN FREIEN FALL

Die neuen Werkzeugsicherungen von Milwaukee sind durchdachte Lösungen für mehr Produktivität, Sicherheit und Komfort. Denn das Gesetz der Schwerkraft kennen Handwerker aller Branchen: Werkzeug fällt immer von oben nach unten und es passiert stets im ungünstigsten Moment. Im besten Fall ist es nur ein Schraubenschlüssel, der aus der Hand rutscht und zwei Stockwerke tiefer landet. Deutlich teuer wird es bei einem Akkuschauber und anderen Geräten. Die Gefahr, dass dabei nicht nur Technik beschädigt, sondern auch Menschen verletzt werden, ist in jedem Fall groß. Die verlorene Zeit, um das Werkzeug wieder zurück zum Einsatzort zu bringen, ist dabei noch nicht mitgerechnet.



Ein Drehgelenk am Karabiner verhindert ein Verdrehen und Verhaken des Gurtes.

Als Anbieter von Produkten und Systemlösungen für anspruchsvolle Anwendungen in Industrieumgebungen und auf Baustellen weiß Milwaukee, worauf es bei der Sicherung von Werkzeug ankommt. Mit neuen Werkzeugsicherungsgurten stellt Milwaukee eine Reihe von Lösungen vor, mit denen die Arbeit auf Leitern und Baugerüsten sicherer, produktiver und auch komfortabler wird.

Werkzeugsicherungsgurte mit dynamischer Fallsicherung, die den Sturz langsam abbremsen und den Aufprall abdämpfen, werden in drei Gewichtsklassen angeboten – für Lasten bis 4,5 kg, bis 6,8 und bis 15 kg. Damit können auch größere Maschinen zuverlässig gegen einen Sturz gesichert werden. Ein Farbsystem erleichtert die Unterscheidung der Gurte je nach Gewichtsklasse. Ergänzt wird das Programm mit einer Handgelenk-Sicherung für leichtere Werkzeuge bis 2,2 kg.

Vielseitig einsetzbares Zubehör wie Ringe, Sicherungstape und Sicherungsbänder ermöglicht es, Produkte auch ohne spezielle Vorbereitung, also ohne Schlüsselbandlochung, für den Einsatz mit Werkzeugsicherungsgurten anzupassen. Karabinerhaken mit Zwei-Wege-Öffnung – wahlweise mit Quick-Connect-System – erlauben einen schnellen und zuverlässigen Wechsel zwischen verschiedenen Werkzeugen. Ein Drehgelenk am Karabiner verhindert dabei, dass sich der Gurt verdrehen kann.

www.milwaukeetool.de

ELEKTRIKERHANDSCHUTZ FÜR ENTSPANNTES ARBEITEN

Speziell als Handschutz gegen elektrische Schläge entwickelt, schützen die Elektrikerhandschuhe 703 (Klasse 0) und 704 (Klasse 1) von Fitzner in Arbeitsspannungsbereichen von bis zu 1.000 V (Klasse 0) bzw. 7.500 V (Klasse 1). Die Elektrikerschutzhandschuhe werden aus speziellen Naturkautschukmischungen hergestellt. Diese tragen nicht nur zur hohen Schutzwirkung bei, sondern gewährleisten eine anatomische Passform und hohe Flexibilität. Beide Modelle sind beständig gegen Säure und gegen extreme Kälte. Das Modell 703 schützt zudem vor Störlichtbögen der Klasse 2.

Die Anforderungen an Arbeitshandschuhe verändern sich wie die diversen Arbeitsumgebungen in Industrie und Handwerk. Gerade im Bereich der E-Mobilität werden mehr und mehr Arbeitsplätze geschaffen, an denen Arbeitsschutz gepaart mit Produktschutz (ESD) gefragt ist. Genau für diese Einsätze ist der PRO-E Nitrilschaum-Feinstrickhandschuh 702 von PRO FIT entwickelt worden. „Der Schutzhandschuh eignet sich durch seine ESD-Ausstattung nach EN 16350 und seine Feinfähigkeit optimal für feine Montagearbeiten im Bereich der Mikro-

Der Schutzhandschuh 702 von Fitzner paart Arbeitsschutz mit Produktschutz. (Foto: Fitzner)

elektronik und bietet darüber hinaus bestmöglichen Tragekomfort“, erklärt Ge-

schäftsführer Nils Fitzner. „Der 702 ist aufgrund seiner vielseitigen Schutzeigenschaften und dem angenehmen Tragegefühl ein echter Allrounder in Sachen Handschutz.“ Der Nylon/Spandex/Carbon-Liner ist Oeko-Tex-zertifiziert und besonders atmungsaktiv. Der Handschuh ist darüberhinaus Touchscreen-kompatibel und ermöglicht problemlos das Bedienen von Monitoren am Arbeitsplatz.

www.fitzner.de





Für den Schutz von Fixseilen bietet Petzl den flexiblen Seilschutz Protec

... und Protec Plus an.
(Fotos: Petzl)

FLEXIBEL SICHERN

Für alle, die zu ihrer Sicherheit im Arbeitsalltag auf Seile angewiesen sind, hat Petzl das Sortiment um verschiedene Varianten des Seilschutzes erweitert. Mit Protec, Protec Plus und Roller Coaster stehen für unterschiedliche Einsatzbereiche und -belastungen verschiedene sichere Lösungen bereit.

Der flexible Protec-Seilschutz schützt Fixseile bei Höhenarbeiten oder Rettungssituationen vor Abrieb. Er ist einfach zu installieren, langlebig und für den regelmäßigen bis intensiven Gebrauch konzipiert. Der vielseitige Protec ist für alle Durchmesser von Seilen für den professionellen Einsatz sowie für Anschlagmittel geeignet. Handelt es sich um besonders abrasive oder warme Oberflächen, bietet der flexible Protec Plus-Seilschutz aus Aramidfaser die Problemlösung.

Der Seilschutz Roller Coaster schützt bewegliche Seile vor Abrieb. Durch zwei unterschiedlich geformte Seiten ist der Seilschutz beidseitig verwendbar. Er passt sich sowohl ebenen wie verwinkelten Flächen an. Die zahlreichen Verbindungsösen ermöglichen die Verwendung mit unterschiedlichen Befestigungssystemen. Es ist möglich, mehrere Module zu verbinden, um sich den unterschiedlichen Einsatzbedingungen anzupassen.

www.petzl.com



Der Seilschutz Roller Coaster schützt bewegliche Seile vor Abrieb.



Durch ihre Touchscreen-Fähigkeit lassen sich mit den Handschuhen auch Maschinen-Displays bedienen. (Foto: Seiz Industriehandschuhe GmbH/Nataliya Hora – stock.adobe.com)



Die Modelle EFL 900 PU (im Bild) und EFL 910 NIT bestehen zu 50 Prozent aus recycelten PET-Flaschen. (Foto: Seiz Industriehandschuhe GmbH)

HANDSCHUTZ AUS RECYCELTEN PET-FLASCHEN

Dass sich der Handschutzhersteller Seiz als klimaneutrales Unternehmen bezeichnen darf, ist das Ergebnis zahlreicher Umweltschutz- und Nachhaltigkeitsmaßnahmen. Mit den Montagehandschuhen EFL 900 PU und EFL 910 NIT präsentiert Seiz zwei nachhaltig produzierte Modelle, die zu 50 Prozent aus recycelten PET-Flaschen bestehen.

Dank ihrer hohen Abriebfestigkeit und Robustheit sind sie ideale Begleiter für Beschäftigte in der Montageindustrie. Materialien wie Nitrilschaum oder Polyurethan machen die Handschuhe griffsicher, flexibel und bequem. Durch ihre Touchscreen-Fähigkeit lassen sich mit den Handschuhen zudem Maschinen-Displays bedienen.

Die neuen Seiz-Modelle werden nicht nur dem Anspruch an eine nachhaltige Produktion gerecht; sie erfüllen auch die Anforderungen an zuverlässigen und robusten Schutz, der besonders bei Tätigkeiten wie Montagearbeiten von Bedeutung ist. Diesen Schutz bieten die 5-Finger-Schutzhandschuhe aus dem Seiz-Sortiment, die gemäß der Persönlichen Schutzausrüstung (PSA)-Verordnung der EU zur PSA der Kategorie II zählen, und die nach der Norm EN 388:2016 für Schutzhandschuhe gegen mechanische Risiken zertifiziert sind. Das Ergebnis: Bei den mechanischen Schutzeigenschaften der EN 388 bezüglich Abriebfestigkeit, Schnitffestigkeit, Weiterreißfestigkeit und Durchstichfestigkeit erzielt der EFL 910 NIT die Werte 4-1-2-1, das Modell EFL 900 PU die Werte 3-1-3-1. Durch ihre hohe Abrieb- und Weiterreißfestigkeit sind die Handschuhe robust und lange haltbar.

Viele Arbeiten im Bereich der Montage erfordern neben zuverlässigem Schutz zugleich ein besonderes Maß an Griffsicherheit, etwa beim Umgang mit kleinsten Bauelementen. Dafür sorgt beim EFL 900 PU eine Innenhandtauchung aus Polyurethan; die Beschichtung ist besonders feinfühlig und elastisch. Ein weiterer Vorteil: Da die Tauchform der menschlichen Handform entspricht, optimiert sie Tragekomfort, Griffsicherheit und Tastgefühl – und begünstigt filigrane Tätigkeiten. Für guten und sicheren Grip besteht die Beschichtung des Modells EFL 910 NIT aus flüssigkeitsabweisendem und ölbeständigem Nitrilschaum. Sie ist zudem atmungsaktiv und verhindert damit ein vorzeitiges Schwitzen der Hände.

www.seiz.de

LÄRMBEDINGTEN GEHÖRVERLUST VERHINDERN

Lärmbedingter Gehörverlust im Beruf ist seit Langem ein ernstes Risiko für Arbeitnehmer und eine erhebliche Herausforderung für Sicherheitsfachkräfte. Im Gegensatz zu den meisten anderen berufsbedingten Gesundheits- und Sicherheitsvorfällen bleibt der lärmbedingte Gehörverlust oft un bemerkt, bis es zu spät ist. Das Tragen von Gehörschutz, der alle Lärmbelastungen reduziert, kann zur Isolierung der Arbeitnehmer führen, die sich so ihrer Umgebung und Situation weniger bewusst sind. Daher entfernen sie häufig den Gehörschutz und riskieren dadurch dauerhaften Hörverlust.

Die Honeywell VeriShield Smart Hearing Solution (VSHS) ist eine Lösung zur ständigen Überwachung der persönlichen Lärmbelastung und schützt das Gehör, bietet aber vor allem sofortige Einblicke in das Schutzniveau und die Lärmbelastung der einzelnen Mitarbeiter. Dank der drahtlosen Verbindung von Web- und App-Datendiensten mit den intelligenten Headsets bietet VSHS sofortigen Zugriff auf durchgehende Belastungsdaten. Durch diese Verbindung ist es Vorgesetzten und Sicherheitsfachkräften möglich, die Lärmpegel und die Lärmbelastung der Mitarbeiter für mehrere Teams gleichzeitig über



Mit der App können nicht nur Vorgesetzte und Sicherheitsfachkräfte die Lärmbelastung ihrer Teams oder einzelner Mitarbeiter überwachen, sondern auch die Mitarbeiter selbst können jederzeit ihre Lärmbelastung über das Smartphone einsehen. (Foto: Honeywell)

ein visuelles Dashboard aus der Ferne zu überwachen. Außerdem können automatisch Datensätze generiert werden, die Unternehmen dabei unterstützen, Vorschriften einzuhalten, die Effizienz zu steigern und die Verwaltungskosten zu senken. Die generierten Daten können Sicherheitsfachkräften helfen, die Gehörschutz-Programme ihrer Unternehmen zu verbessern, indem sie einen individuellen Ansatz für die Sicherheit ihrer Mitarbeiter entwickeln.

Daten zur Lärmbelastung haben nur dann einen Wert, wenn sie analysiert, gemeldet, geteilt und dann Maßnahmen ergriffen werden. Das Safety Suite Software-Webportal ist die zentrale Komponente der VSHS-Lösung, in der Daten gesammelt und analysiert werden, um Sicherheitsfachkräften verwertbare Erkenntnisse zu liefern. Es verarbeitet die in der Cloud gespeicherten Daten für eine einfache Interpretation und Ana-

lyse. VeriShield Smart Hearing Solution erfasst beständig Daten direkt über den Gehörschutz des einzelnen Trägers und überträgt sie in das Webportal der Safety Suite Software.

www.honeywell.com

INTELLIGENTE AIRBAG-WESTE

Skylotec präsentiert mit der Airbag-Westen Skyvest eine Lösung, die gravierende Verletzungen bei Stürzen aus geringer Höhe verhindern soll. Die Skyvest ist mit einem intelligenten System ausgestattet, das alle relevanten Körperstellen schützt und kabellos funktioniert. Optimal eignet sie sich in einer Höhe zwischen 1,70 und 3,20 Metern. Die Weste kann damit beispielsweise von Elektrikern oder Beschäftigten im Gebäudemanagement, von Lkw-Fahrern, Hafenarbeitern, Servicetechnikern, Garagenbauern, Beschäftigten in der Maschinenwartung und -instandhaltung oder auch Privatpersonen verwendet werden, die etwa auf einer Leiter Tätigkeiten verrichten.

Die Skyvest wurde durch das Forschungszentrum BMW für Crash-Tests getestet und vom TÜV als Persönliche Schutzausrüstung (PSA) zertifiziert. Nutzer sollten zwischen 1,70 und 1,90 Meter groß und maximal 100 Kilogramm schwer sein. Das patentierte System lässt sich zudem mit einem Gurt kombinieren, der als Teil der PSA gegen Absturz ohnehin getragen wird. Die Airbag-Westen eignen sich immer dann, wenn zwar eine potenzielle Gefährdung vorliegt, aber kein Auffangsystem nach EN 363 erforderlich ist. Wenn es um die Arbeitssicherheit geht, bietet die Skyvest einen weiteren Vorteil: Sie ist mit Reflexmaterialien ausgestattet, die eine 360°-Sichtbarkeit erzeugen.

Kernstück des intelligenten Schutzsystems ist ein sensorgesteuerter Airbag, der die im Falle eines Absturzes auf den Rücken einwirkenden Kräfte um mindestens 40 Prozent reduziert und das Verletzungsrisiko lebenswichtiger Körperstellen wesentlich vermindert. Mit einer Wahrscheinlichkeit von 95 Prozent treten bei einem Sturz keine irreversiblen Verletzungen auf. In die Weste wird eine recycelbare Gaskartusche eingesetzt, die den Airbag im Ernstfall auslöst.

www.skylotec.com



Bei einem Absturz löst der Airbag der Skyvest aus und reduziert beim Aufprall die auf den Rücken wirkenden Kräfte um mindestens 40 Prozent. (Foto: Skylotec GmbH)

HAIX STELLT BEKLEIDUNGSKOLLEKTION WORKLIFE21 VOR



Mit der neuen Bekleidungskollektion kann die bewährte Haix-Qualität jetzt am ganzen Körper getragen werden.

Die neue Haix Wear-Kollektion gliedert sich in die Bereiche Work21 und Life21. Egal, ob im Job oder in der Freizeit – alle Kleidungsstücke zeichnen sich durch höchste Funktionalität, maximalen Tragekomfort und hochwertige Qualität „Made in Europe“ aus.

Work21 steht für Berufskleidung, die sich nicht wie solche anfühlt. Denn die Kleidungsstücke überzeugen nicht nur durch durchdachte Funktionen, sondern auch durch eine Passform, die sich an moderner Freizeitkleidung orientiert – für hohen Tragekomfort und volle Bewegungsfreiheit. Die Work21-Berufskleidung umfasst Arbeitsjacke, Weste, kurze und lange Arbeitshose sowie Latzhose – jeweils in den drei Farben Black, Navy und Brown. Alle Teile bestehen aus 65 Prozent Polyester und 35 Prozent Baumwolle

und sind waschbar bei 60 Grad Celsius. Mit einer Grammatur von nur 245 Gramm sind sie sehr leicht, aufgrund einer extra dichten Webung aber äußerst strapazierfähig. Die Berufskleidung ist bis in das kleinste Detail auf die hohen Anforderungen ihrer Träger abgestimmt.

Life21 steht für praktische Alleskönner und Wohlfühlteile für den Alltag – die auch hervorragend mit der Work21-Berufskleidung kombinierbar sind. Die Life21-Kollektion umfasst T-Shirts und Polo-Shirts sowie Softshell- und Fleecejacken. Die Life21 Shirts und Polos bestehen aus 92 Prozent Lyocell, das aus nachhaltig angebaute Eukalyptus gewonnen wird. Dieses Material ist besonders hautfreundlich, atmungsaktiv und formstabil und sorgt für einen natürlichen Cooling-Effekt auf der Haut. Die Shirts sind in den vier Farben Black, Blue, Navy und Red erhältlich.

Wie alle Produkte von Haix wird auch die neue Haix Wear WorkLife21-Kollektion zu 100 Prozent in Europa gefertigt. Produziert wird sie von der Gustav Wahler GmbH & Co KG, einem der führenden Hersteller von Uniformen, Dienst- und Schutzkleidung in Deutschland und seit Dezember 2020 Teil der Haix Group. Die verwendeten Materialien sind zertifiziert nach Oeko-Tex Standard 100 und stammen ausschließlich von namhaften europäischen Herstellern.

www.haix.de



Die Life21 Fleece Jacket ist ein innovativer Begleiter für Job und Freizeit. Das wärmeisolierende Fleece besitzt, anders als herkömmliches Fleece, eine glatte Oberfläche mit moderner Optik. Die lange Arbeitshose Work21 Pants besitzt eine Cordura-Verstärkung an den Knien. Kniepolster sind von außen einsetzbar und mit einem Gummizug fixierbar, damit sie nicht verrutschen. (Fotos: Haix)

EIN KOMFORTABLER ALLROUNDER

Die 6051 AllroundWork Stretch-Latzhose von Snickers Workwear, eine Marke der Hultafors Group, macht ihrem Namen alle Ehre. Dieses hochflexible Multitalent besticht durch seine ausgeprägte Strapazierfähigkeit, damit ist die dehnbare Latzhose für den täglichen Gebrauch bestens geeignet.

Die Hose ist aus Vollstretch-Material gefertigt und verfügt über atmungsaktive 4-Wege-Stretch-Einsätze im Rückenbereich – für mehr Flexibilität und Bewegungsfreiheit. Vor Verschleiß an den Knien schützen Cordura-verstärkte KneeGuard-Taschen, die zusätzlichen Schutz bieten. Und auch der Schritt ist durch Cordura-Stretch vor Verschleiß geschützt.

Verstärkte Zollstock- und Cargotaschen bieten einen einfachen Zugriff auf das Werkzeug, die Brusttasche mit Reißverschluss ist ein weiteres Komfortelement, das die Latzhose zu einem echten Allrounder macht. Die 6051 AllroundWork Stretch-Latzhose ist in drei Farben verfügbar.

www.snickersworkwear.de

Klassiker mit vielen Vorzügen: die neue 6051 AllroundWork Stretch-Latzhose von Snickers Workwear. (Foto: Snickers)



WARNSCHUTZ- SICHERHEITSHOSEN

Ob bei der Arbeit im Wald, an Bahnanlagen oder auf der Baustelle: Sichtbarkeit und Bewegungsfreiheit sind unerlässlich. Die neuen Mascot Accelerate Safe-Hosen sind leichte, strapazierfähige und dehnbare Hosen in Warnschutzfarben – und genau für diesen Einsatz ideal.

Die Hosen 19179-511 in Herrenpassform und 19178-511 in Damenpassform erfüllen mit ihren Reflexstreifen und fluoreszierenden Kontrastfarben nicht nur die Anforderungen der EN ISO 20471 Klasse 1 an sichtbare Arbeitskleidung, sondern bieten darüber hinaus einen hohen Komfort.

Bei einem langen Arbeitstag ist es wichtig, dass die Hose richtig sitzt und nicht behindert. Deshalb dehnt sich der Stretchstoff der neuen Hosen in alle Richtungen. In Verbindung mit der ergonomischen Passform und dem geringen Gewicht sorgt dies für ultimativen Komfort. Für die perfekte durchgehende Bewegungsfreiheit sind sogar die

Reflexstreifen dehnbare. Strapazierfähigkeit ist ebenso wichtig. Deshalb bestehen die Sicherheitshosen 19179-511 und 19178-511 aus einem strapazierfähigen Stoff, der für längere Haltbarkeit sorgt. Trotzdem sind die Hosen leicht und bieten ein unbeschwertes Tragegefühl.

Zudem verfügen die Hosen über Knietaschen, in die bei Bedarf Kniepolster eingesetzt werden können. Da der Kniebereich oftmals stärkerem Verschleiß ausgesetzt ist, sind die Knietaschen aus Cordura gefertigt. Die Hosen sind zusammen mit den Mascot-Kniepolstertypen Short und Long nach EN 14404 zertifiziert und können mit den Hängetaschen 19450-126 kombiniert werden.

Die Mascot Accelerate Safe-Kollektion bietet zertifizierte Warnschutzkleidung für alle, die Sichtbarkeit, funktionale Details und maximale Bewegungsfreiheit benötigen. Mit dem kompletten Produktsortiment im modernen Design kann man sich von Kopf bis Fuß in Warnschutzfarben kleiden.

www.mascot.dk

Die neuen Mascot Accelerate Safe-Hosen sind leichte, strapazierfähige und dehnbare Hosen in Warnschutzfarben. (Foto: Mascot)

LEICHT UND FLEXIBEL

Die Sicherheitsschuhe der Serie Pro Black von Fitzner überzeugen mit zahlreichen Features, die die Schuhe zum idealen Begleiter für jeden Arbeitsalltag machen: Besonderheiten der Pro Black-Serie sind zum einen die sehr weiche Einlegesohle „Cloud“ sowie zum anderen die XL Extralight EVA-Sohle, die dank ihres geringen Gewichts einen besonderen Gehkomfort, ein ultraleichtes Tragegefühl und dennoch optimierte Stoßdämpfung garantiert. Die neuartige Gewebezwichensole „FormBAR“ macht den Pro Black-Arbeitsschuh durchtrittssicher und ist dabei um 55 Prozent leichter als jedes andere Schutzgewebe. Durch den speziellen Ziehharmonika-Effekt ist die Zwischensole wesentlich flexibler als andere nichtmetallische Stoffe, was zusätzlich zum optimalen Gehkomfort beiträgt.

Die Schuhlinie besteht derzeit aus zwei Schuhmodellen: Die S1P-Variante überzeugt mit ihrer sportlichen und modernen Optik in schwarz-weiß. Als Sicherheitsschuh der Klasse S1P handelt es sich um einen antistatischen Fußschutz mit kraftstoffbeständiger Sohle. Der Schuh ermöglicht zudem eine Energieaufnahme im Fersenbereich. Ergänzt wird die Pro Black-Schuhserie mit dem entsprechenden S3-Modell. Auch wenn sich die Produktvariante aufgrund der schwarz-blauen Farbgebung von der S1P-Variante unterscheidet, überzeugt sie ebenso mit den entsprechenden Features wie der FormBAR-Gewebezwichensole, der XL Extralight EVA Sohle sowie der Cloud-Einlegesohle. Auch der S3 Sicherheitsschuh Pro Black ist nach EN ISO 20345:2011 zertifiziert sowie ESD-geprüft. Ebenso wie der S1P-Schuh ist die S3-Variante antistatisch, verfügt über eine kraftstoffbeständige Sohle, Durchtrittswiderstand und nimmt Energie über den Fersenbereich auf. Aufgrund des zusätzlichen Schutzes vor Wasserdurchtritt und -aufnahme wird dieses Modell in die Klasse S3 eingestuft.

www.fitzner.de



Fitzner erweitert das Angebot von Sicherheitsschuhen um die Modelle S1P Pro Black und S3 Pro Black (im Bild). (Foto: Fitzner)

AUF SCHRITT UND TRITT GUT BEGLEITET

Überall, wo es nass, matschig und dreckig ist, sorgen die neuen Sicherheits- und Arbeitstiefel von Kübler für trockene, saubere Füße. Rutschfeste Sohlen gewährleisten sicheren Stand. Das antibakterielle Polyester-Innenfutter garantiert ein angenehmes Tragegefühl und das robuste, schmutzabweisende Außenmaterial lässt sich leicht reinigen. Für die Produktion der Stiefel werden ausschließlich phthalatfreie Weichmacher verwendet, die gesundheitlich unbedenklich sind. Alle Produkte sind REACH-konform und entsprechen der Richtlinie 91/338/EWG bezüglich des Verbotes zur Verwendung von schädlichen Substanzen wie Nickel, Blei und Cadmium.

Der nach EN ISO 20345 zertifizierte S5-Sicherheitsstiefel ist für den Einsatz in Gefährdungsbereichen, wie beispielsweise Baustellen, konzipiert. Neben der Zehenschutzkappe verfügt er u. a. über ein wasserdichtes Material und eine durchtrittsichere sowie antistatische Sohle. Es gibt ihn in Gelb und Schwarz.

Speziell für Landwirte hat Kübler den Agrarstiefel in sein Sortiment aufgenommen. Er erfüllt die internationale Norm EN ISO 20347. Sie definiert die Anforderungen an Berufsschuhe, die bei Tätigkeiten ohne mechanische Risiken getragen werden. Der Agrarstiefel bietet Ausziehhilfe, Knöchelschutz und ein hochwertiges Synthetikfutter. Durch seine Materialzusammensetzung ist er beständig gegen Gülle, Düngemittel und Laugen und weitgehend beständig gegen Säuren und außerdem kälteflexibel bis -30 °C.

Das Programm wird ergänzt durch Arbeitstiefel mit hoher und niedriger Schafthöhe als echte Allrounder sowie den Winterstiefel mit festem Warmfutter, Thermo-Einlegesohle und Schnürkragen mit Aluminium-Isolierung.

www.kuebler.eu



Dank ihrer Materialzusammensetzung sind die Sicherheitsstiefel extrem leicht, weich und flexibel – auch bei niedrigen Temperaturen. (Fotos: Kübler)



Der Winterstiefel hält die Füße mit seinem feuchtigkeitsabsorbierenden Synthetic-Wool-Innenfutter warm und trocken.

Die aktuellen X-treme Jacken von Engel Workwear punkten mit denselben Attributen wie die Hosen: sie sind dauerelastisch, stylisch, funktionell, leicht und atmungsaktiv. (Foto: Engel Workwear)

X-TREME STYLISCH

Die für aktive Handwerker entworfene Kollektion X-treme von Engel Workwear gab anlässlich der A+A 2017 ihr Debüt und hat sich seither zum Bestseller entwickelt. Jetzt erweitert das Unternehmen die sportliche Linie, die im Beruf und bis weit nach Feierabend ein vortrefflicher Begleiter ist.

Die stylischen Neuheiten umfassen mehrere Jacken, die durch ihren puristischen Look und ihre hohe Funktionalität herausstechen. So verzichtet Engel Workwear auf sichtbare Nähte, was die klare Designsprache der jüngsten X-treme Generation betont. Riesige Taschen, wasserdichte Reißverschlüsse und eine in Trendtönen gehaltene Farbpalette unterstreichen die aufs Wesentliche reduzierte Optik der Oberteile zusätzlich. Trotz ihrer modernen, schlanken Silhouette überzeugen die Shell-, Stepp- und Bomberjacken durch optimale Trageeigenschaften: Ein cleveres Zusammenspiel ausgesuchter, dauerelastischer Materialien verleiht ihnen einen maximalen Bewegungskomfort und Formstabilität. Zugleich beeindruckt die Jacken durch eine hohe Atmungsaktivität und Leichtigkeit, was die Leistungsfähigkeit der Träger über den ganzen Tag erhält. Ein weiterer Pluspunkt der X-treme-Kollektion ist ihre Robustheit – der Garant für die geforderte Langlebigkeit von Workwear fürs Handwerk.

Mit der Präsentation der brandaktuellen Jacken, in denen sich Frauen ebenso wohl fühlen wie ihre männlichen Kollegen, erweitert Engel Workwear die gestalterische Vielfalt seiner Kollektion und verwirklicht damit, was sich viele Menschen bei der Arbeit wünschen: Einen X-treme stylischen Look.

www.f-engel.com

LÖSUNGEN MIT FRAUENPOWER VON HB PROTECTIVE WEAR

Viele Frauen arbeiten heute in klassischen Männerberufen – ein Trend, der sich weiter fortsetzen dürfte. Die Frauenpower macht auch nicht vor Berufen Halt, in denen PSA zum Einsatz kommt. Deshalb ist Schutzbekleidung für HB selbstverständlich auch weiblich.

Um die Frauen dabei richtig auszustatten, sind bei HB viele Kollektionen auch in der Damenausführung erhältlich, die nicht nur den allgemeinen PSA-Anforderungen entsprechen, sondern unter anderem auch die weiblichen Körperformen berücksichtigen. Dazu gehören ein femininer, leicht taillierter Schnitt und praktische Details wie beispielsweise ein bequemer Gummizug am rückwärtigen Hosenbund.

Die speziell für Frauen entwickelten PSA-Lösungen von HB Protective Wear eignen sich für viele verschiedene Berufsfelder und Einsatzbereiche. Denn HB ist der Ansicht, dass unabhängig von dem eigentlichen Frauenanteil in den Berufen keine Frau in Herrenbekleidung arbeiten sollte. Deswegen hat HB schon jetzt eine umfangreiche Auswahl an Damenmodellen im Angebot: Insgesamt 25 Kollektionen für die Produktsegmente Störlichtbogenschutz, Hitze-, Flamm- und Schweißerschutz, Tagesdienstbekleidung für Feuerwehren, Kälteschutz, Chemikalienschutz sowie ESD Produktschutz.

Alle Damenmodelle sind in den Größen 32-60 sowie auch in kleinen Stückzahlen erhältlich.

www.hb-online.com



Die Damenmodelle wie hier der HB Flammgard-Linie entsprechen selbstverständlich höchsten Standards und den PSA-Anforderungen.

HB bietet Damenmodelle für 25 Kollektionen aus sechs Produktsegmenten. (Fotos: HB Protective Wear)

Die Herbst-Ausgabe von **WEAR@WORK** erscheint am 21. September 2022:

DIENSTLEISTUNGEN wie die Veredelung, die Lagerhaltung für Kunden, die Vermietung oder die Pflege der Workwear und der PSA sind für viele Händler **ZENTRALE BESTANDTEILE DES ANGEBOTES**. Wie wichtig sind diese **SERVICES IM WETTBEWERB** und welche weiteren Möglichkeiten stehen dem Handel offen. Fragen, denen wir in der nächsten Ausgabe der Wear@Work nachgehen.



Und in der Zwischenzeit erhalten Sie, wie gewohnt, aktuelle Informationen über die Website und den **REGELMÄSSIGEN NEWSLETTER** unter wearatwork.de. Einfach hier anmelden: <https://wearatwork.de/newsletter-anmeldung/>

JETZT PADDED HARDSHELL WORKWEAR JACKET ENTDECKEN! JN1815



NACHHALTIGE CROSSOVER STYLES

daiber

HOTLINE 07432 7016-800 WWW.DAIBER.DE

myrtle
beach

JAMES &
NICHOLSON