

AUSGABE FRÜHJAHR 2023

WEAR@WORK

HOTSPOT HANDEL BERUFSBEKLEIDUNG UND PSA

IM GESPRÄCH
ANSPRUCHSVOLLE
NACHHALTIGKEITS-
ZIELE

HANDEL
DIE PERFEKTE
KOMBINATION



BLÅKLÄDER[®]
WORKWEAR

DER UNTERSCHIED MACHT'S



Eigene Besonderheiten herauszustellen und zu pflegen, gehört schon einige Zeit zu einem der großen Trends. Was im persönlichen Bereich, vielleicht auch mit der Unterstützung modischer Workwear, an individuellen Vorlieben und kreativen Kombinationen gezeigt wird, hat an anderer Stelle die Funktion einer Wettbewerbs-Notwendigkeit.

So gelingt es dem Fachhandel, sich beispielsweise mit hoher Beratungskompetenz von anderen Handelsformen abzusetzen, sich durch zusätzliche Services im Onlinesegment zu behaupten, ein außergewöhnliches Einkaufserlebnis zu bieten oder auch durch das Angebot nachhaltiger Produkte den wachsenden Anwenderwünschen zu entsprechen.

Dass dafür oft eine enge Zusammenarbeit mit Markenlieferanten eine gute Grundlage liefern, zeigen einige Beispiele in den Berichten in dieser Ausgabe. So geht es um den Green Calculator von Fristads, die Markenpräsentationen im Workwear-Zentrum von GS Workfashion oder die Informationsplattform von JSP sowie die Schulungen von Elten – jeweils wirksame Mittel, um einen Vorsprung zu generieren. Und selbstverständlich sind auch Produktneuheiten ein probates Mittel, für Aufmerksamkeit und Aktualität zu sorgen.

Letztendlich geht es aber darum, nicht allein über die Maßnahmen und Tools zu verfügen, die den Unterschied ausmachen, sondern diese auch effektiv und wirksam einzusetzen.

In diesem Sinne, herzlichst

H. Kamphausen

HARTMUT KAMPHAUSEN

INHALT

IM GESPRÄCH

Fristads mit anspruchsvollen Zielen	3
JSP mit DigiHUB	6

MESSEN

Erster Ausblick auf die A+A	8
-----------------------------------	---

HANDEL

GS Workfashion in Böblingen	10
-----------------------------------	----

UNTERNEHMEN

Festool mit einer Extraportion Kraft	13
Elten mit umfangreichem Schulungsangebot	14

KOLLEKTIONEN

Daiber: Farbenfroh und ausdrucksstark	17
Neuheiten aus den Bereichen Workwear und PSA	18

RUBRIKEN

Editorial	2
Impressum	2
Vorschau	23

TITEL

Unter dem Statement „Real People, Real Workwear“ ist der neue Katalog von Bläkläder vollgepackt mit dem Know-how aus 60 Jahren innovativer Workwear-Entwicklung. Dabei auch: die neue Kollektion Fear No Element (s. S. 22).



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 Produktionsverbindungshandel (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

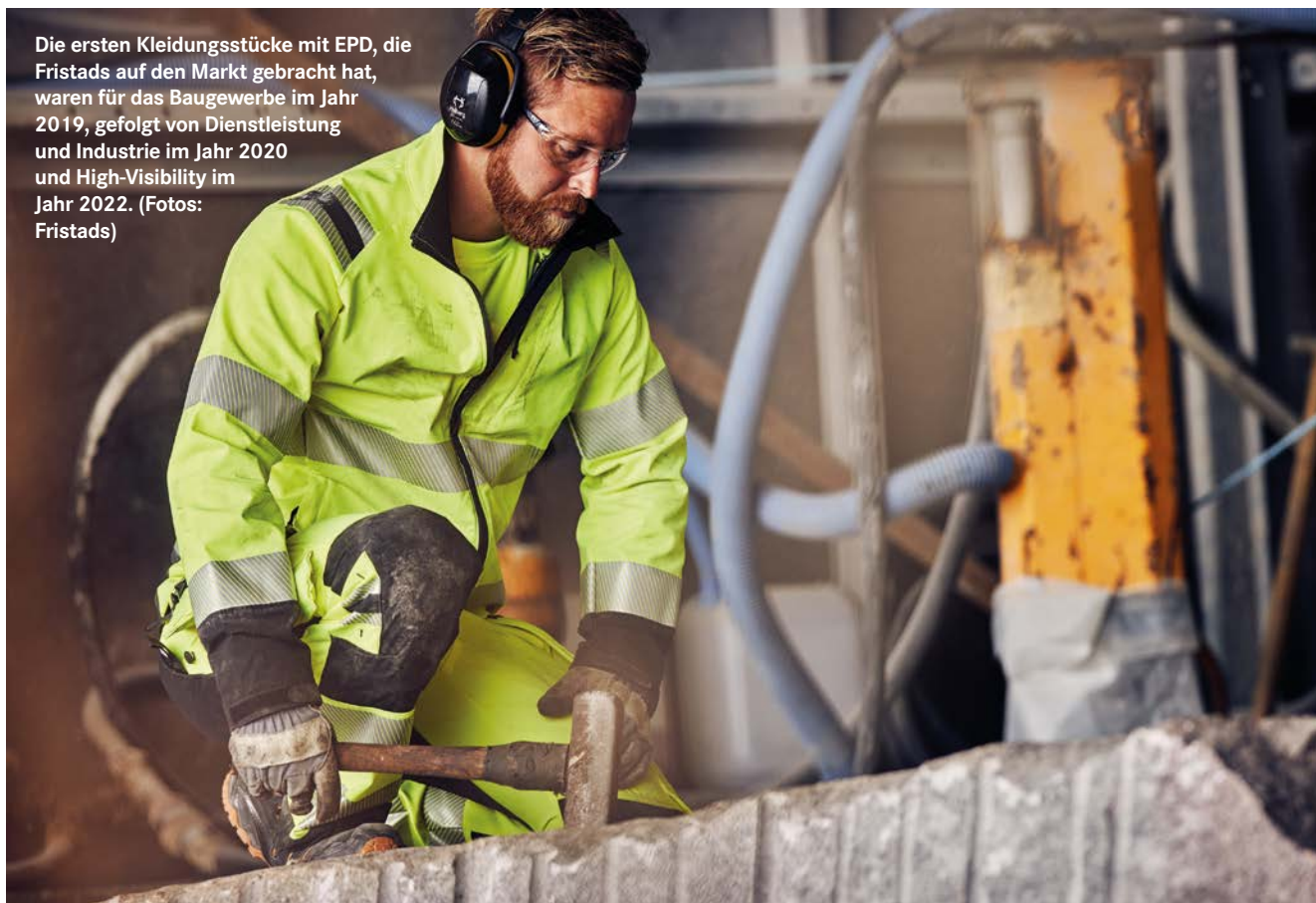
Nielsen 1, 2, 3 a, 5-7 (Alle Bundesländer außer Baden-Württemberg und Bayern)
Ausland (Dänemark, Schweden, Finnland)
Media- und Servicebüro Bernd Lochmüller
Bleichstr. 77a, 33607 Bielefeld
Tel. (01 71) 610 26 78

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

Die ersten Kleidungsstücke mit EPD, die Fristads auf den Markt gebracht hat, waren für das Baugewerbe im Jahr 2019, gefolgt von Dienstleistung und Industrie im Jahr 2020 und High-Visibility im Jahr 2022. (Fotos: Fristads)



ANSPRUCHSVOLLE ZIELE

Auf Basis konkreter Daten will Fristads in den nächsten Jahren die Bereiche identifizieren, in denen das meiste Potenzial zur Reduzierung von Emissionen besteht, integriert in eine Strategie, insgesamt nachhaltiger zu werden. Um die Emissionen auch für Kunden transparent zu machen, hat das Unternehmen unter anderem den Green Calculator entwickelt, der konkret unterschiedliche Bekleidungslinien vergleicht und so zu Kaufentscheidungen beiträgt. Über die Maßnahmen sprachen wir mit Anne Nilsson, Director of Marketing and Sustainability, und Lisa Rosengren, Head of R&D Raw Material.

Wear@Work: In der Textilindustrie und darüber hinaus gibt es inzwischen eine Vielzahl von Labels, die sich auf Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung konzentrieren. Bei welchen Labels sind Sie dabei und warum oder warum nicht?

LISA ROSENGREN: Es gibt viele Organisationen, Qualitätskooperationen und Zertifizierungen, mit denen wir zusammenarbeiten. Zum Beispiel sind wir seit 1999 nach ISO 9001 und seit 2002 nach ISO 14001 zertifiziert. In unserer Lieferkette arbeiten wir mit Amfori BSCI zusammen, um die Sozial- und Umweltstandards zu bewerten und zu verbessern. Bei den Rohstoffen arbeiten wir mit dem SGS-Programm für die Einhaltung chemischer Standards sowie mit Chemsec und PFAS Movement zusammen. Auf Bekleidungsebene sind 94 Prozent unserer Katalogprodukte nach Oeko-Tex Standard 100 zertifiziert. Das bedeutet, dass jeder Bestandteil des Kleidungsstücks frei von schädlichen Chemikalien und sicher für den menschlichen Gebrauch in engem Kontakt mit der Haut ist.

Wir wählen Kooperationen aus, von denen wir glauben, dass sie unsere Tätigkeit weiterentwickeln, Teil neuer Innovationen sind oder unseren Kunden einen Mehrwert bieten. Für uns ist es von großem Wert, dass unsere Kunden und Anwender unseren Produkten und deren Herstellung vertrauen können. Wir prüfen ständig, wo wir uns engagieren können, da es regelmäßig neue Kooperationen und Zertifizierungen gibt.

Seit 2019 arbeiten wir als erstes Unternehmen in der Bekleidungsbranche auch mit Umweltproduktdeklarationen für einen Teil unseres Sortiments. Die Umweltproduktdeklaration (EPD) ist ein unabhängiges, verifiziertes und registriertes Dokument, das transparente und vergleichbare Informationen darüber liefert, wie sich ein Produkt während seines Lebenszyklus auf die Umwelt auswirkt. Alle EPDs sind im internationalen EPD-System registriert. Durch die Verwendung der EPDs auf unseren Kleidungsstücken können unsere Kunden, Einkäufer und die Verantwortlichen für das öffentliche Beschaf-



Lisa Rosengren, Head of R&D Raw Material



Anne Nilsson, Director of Marketing and Sustainability

fungswesen dazu angeleitet werden, bewusstere Entscheidungen zu treffen, um ihre Umweltauswirkungen zu minimieren.

Was unterscheidet die Schwedische Textilinitiative von anderen Initiativen?

LISA ROSENGREN: Stica ist eine Initiative mit hohen Anforderungen an die Teilnehmer. Sie müssen die Bereiche 1, 2 und 3 berechnen und jährlich einen Bericht für eine öffentliche Publikation erstellen. Es wird auch verlangt, dass man sich Ziele setzt und diese transparent macht. Stica ist auch eine Kooperation zwischen Textilherstellern, was bedeutet, dass die Zusammenarbeit über den geschäftlichen Wettbewerb innerhalb der Branche hinausgeht, da wir alle zusammenarbeiten müssen, um den Wandel in der Textilindustrie voranzutreiben. Gemeinsam können wir den Herstellern helfen, sich ihrer Auswirkungen bewusster zu werden und nachhaltigere Entscheidungen zu treffen. Dieser Wandel wäre allein kaum zu schaffen, da wir nur ein kleiner Abnehmer in den Fabriken sind und es uns schwer fallen würde, allein Forderungen zu stellen und Veränderungen zu bewirken. Aber mit der Unterstützung anderer Akteure, die mit denselben Herausforderungen konfrontiert sind, glauben wir, dass wir den Wandel vorantreiben und wirklich etwas bewirken können.

Welche zentralen Ansatzpunkte wählen Sie für das Ziel, das Sie sich gesetzt haben, den Wandel zu beschleunigen?

ANNE NILSSON: Nachhaltigkeit und Qualität waren schon immer wichtige Bereiche für uns und ein Teil dessen, was wir sind. Aber in den letzten fünf Jahren haben wir unsere Ambitionen und Initiativen beschleunigt. Seit 2018 und 2019 messen wir unsere Emissionen in den Bereichen 1, 2 und 3, was bedeutet, dass wir gute Erkenntnisse darüber haben, wo wir unsere größten Herausforderungen und Chancen haben. Wir wollten auch sicherstellen, dass unsere Ziele mit den UN-Zielen für nachhaltige Entwicklung übereinstimmen, die besagen, dass alle Unternehmen ihre Emissionen bis 2030 um 50 Prozent reduzieren müssen. Dieses Ziel war die Grundlage für alle Maßnahmen, die wir ergriffen haben, um sicherzustellen, dass wir es erreichen. Das Ziel ist in unsere Unternehmensstrategie integriert, und alle Abteilungen haben ihre eigenen KPIs und Aktivitäten, um zum Erreichen des Ziels beizutragen.

Sie haben sich zum Ziel gesetzt, Ihre eigenen Treibhausgase bis 2030 um 50 Prozent zu reduzieren - können Sie nicht mehr tun?

ANNE NILSSON: Eine Reduzierung um 50 Prozent ist ein sehr ehrgeiziges Ziel. In den Bereichen 1 und 2 haben wir große Fortschritte gemacht und wir arbeiten kontinuierlich an weiteren Maßnahmen in allen Bereichen unserer Tätigkeit, um das Ziel zu erreichen. Im Bereich 3 jedoch haben wir die größten negativen Auswirkungen auf die Umwelt, da er die Emissionen umfasst, die wir über unsere Zulieferer verursachen. Das 50-Prozent-Ziel ist auch in absoluten Zahlen festgelegt, was bedeutet, dass wir in Wirklichkeit eine viel größere Reduzierung als 50 Prozent vornehmen müssen, da wir große Ambitionen haben, unser Geschäft in den kommenden Jahren auszubauen. Außerdem ist es für ein kleines Unternehmen nicht einfach, diesen Wandel voranzutreiben. Es gibt nicht immer Lösungen für Verbesserungen, und deshalb arbeiten wir mit vielen anderen Unternehmen zusammen, um den Wandel voranzutreiben und die Hersteller in die Pflicht zu nehmen. Viele Maßnahmen brauchen auch viel Zeit, um umgesetzt zu werden und die Ergebnisse zu sehen. In einigen Bereichen gibt es keine vorgegebenen Wege zur Verbesserung, und wir

müssen neue Verfahren und Lösungen definieren. Die Umweltproduktdeklaration ist ein gutes Beispiel dafür, da es in diesem Bereich noch keine europäische Verordnung gibt, die wir auf unseren Betrieb anwenden könnten.

Sie stellen objektive Daten zur Messung der Nachhaltigkeit in Aussicht, was wird gemessen und wie?

LISA ROSENGREN: Wir messen alle Teile des Produktlebenszyklus von der Wiege bis zum Eingang in das Lager, einschließlich der Rohstoffe, der Produktion der Kleidungsstücke und des Transports. Wir sammeln sowohl Daten von Lieferanten als auch unsere eigenen Daten. Alle Zahlen und Berechnungen werden dann von Dritten bestätigt und genehmigt, um sicherzustellen, dass sie korrekt und vergleichbar sind. Wir sind der Meinung, dass Einblicke und harte Fakten wichtig sind, um uns zu



Die EDP Workwear erfüllt alle ergonomischen und funktionalen Anforderungen.

Green Products bietet der Hersteller für unterschiedlichste Einsatzbereiche an.

verbessern, da sie zeigen, wo wir unsere Bemühungen priorisieren sollten, um die größte Wirkung zu erzielen.

Welche Produkte werden bereits mit der Umweltproduktdeklaration (EPD) geliefert, wie wird die Palette erweitert?

LISA ROSENGREN: Als wir unsere Arbeit mit EPDs begannen, hatten wir den Ehrgeiz, eine grüne Alternative in allen unseren Hauptsegmenten anbieten zu können, unabhängig von den Berufen. Die ersten Kleidungsstücke mit EPD, die wir auf den Markt gebracht haben, waren für das Baugewerbe im Jahr 2019, gefolgt von Dienstleistung und Industrie im Jahr 2020 und High-Visibility im Jahr 2022. Unser nächster Schritt ist die Ausweitung unseres Multinorm-Segments. Heute haben wir 64 Produkte mit einer EPD, darunter eine Mischung aus konventionell hergestellten Kleidungsstücken und Kleidungsstücken, die als Fristads Green gekennzeichnet sind. Darüber hinaus haben wir ein großes Sortiment an Produkten, die seit vielen Jahren verkauft

werden und die wir ebenfalls umweltverträglicher machen, indem wir die Materialien durch nachhaltigere Alternativen wie recycelte Materialien und biobasierte Materialien ersetzen. Unser Ziel ist es, dass bis 2025 50 Prozent des Sortiments aus nachhaltigeren Materialien hergestellt werden.

Mit dem Green Calculator bieten Sie ein Tool an, mit dem man die Wasser- und CO2-Reduktion der Green Collection im Vergleich zu konventioneller Kleidung direkt ablesen kann. Wie stark wird diese Informationsquelle genutzt?

ANNE NILSSON: Wir haben den Green Calculator Ende 2021 eingeführt und seitdem wird er sowohl von unseren Vertriebsmitarbeitern als auch von unseren Kunden rege genutzt. Der Rechner hilft unseren Kunden zu verstehen, wie groß die Umwelteinsparungen sind, zu denen ihre Kaufentscheidungen beitragen können. Da auch unsere Kunden Ansprüche und Ambitionen haben, ihre Emissionen zu reduzieren, liefert ihnen das Tool Daten, die sie auch in ihren Berichten verwenden können. Wir glauben auch, dass der Green Calculator dazu beiträgt, den Wert der Produkte zu erhöhen, indem sie so lange wie möglich und sicher verwendet werden, indem die Kleidungsstücke richtig gepflegt und repariert werden. Um die Umwelt wirklich zu verändern, können wir einfach nicht mehr so konsumieren wie bisher.

Wie können Fachhändler den Green Calculator aktiv in ihrer Kommunikation mit Käufern einsetzen, um die Vorteile der Green Collection oder anderer Produkte hervorzuheben?

ANNE NILSSON: Der Green Calculator ist sehr wertvoll, um das Bewusstsein dafür zu schärfen, wie viel Wasser für die Herstellung von Kleidungsstücken verbraucht wird und welche Emissionen dadurch auf allgemeiner Ebene entstehen. Er kann aber auch als Verkaufsinstrument für die Fachhändler dienen, indem sie den Green Calculator nutzen, um ökologische Fakten für die Optionen zu präsentieren, die der Käufer in Betracht zieht, und so ihren Kunden helfen, nachhaltigere Entscheidungen zu treffen.



Welche anderen Maßnahmen setzen Sie ein, um Ihre Handelspartner bei der Kommunikation von Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung zu unterstützen?

ANNE NILSSON: Die wichtigste Messgröße sollte immer die Qualität unserer Produkte sein, um zu zeigen, dass der Kauf von höherer Qualität auf lange Sicht nicht teurer ist, sowohl aus finanzieller als auch aus ökologischer Sicht. Wir messen auch die Anzahl der Reklamationen. Im Jahr 2021 hatten wir 0,001 Prozent Reklamationen bei allen verkauften Produkten. Wir glauben, dass dies ein gutes Argument für Fachhändler ist, um die Qualität zu sichern.

www.fristads.com
www.kansasworkwear.com



Der Green Calculator kann ganz einfach gehandhabt und auch ins Beratungsgespräch mit einbezogen werden.

PRAKTISCH: ALLES ONLINE

Mit dem DigiHUB hat JSP, Anbieter von PSA rund um den Kopf und PSaGA, für die deutschen Handelspartner ein Werkzeug geschaffen, das den Verkaufsalltag wirksam unterstützt. Denn hier finden sich neben den spezifischen Informationen zu den einzelnen JSP-Produkten auch allgemeine Vorschriften und viele Hintergrundinformationen. Wir wollten mehr dazu erfahren und fragten Niko Luckhart, Key Account Manager DACH bei JSP.

Wear@Work: Was verbirgt sich hinter dem DigiHUB von JSP?

Niko Luckhart: DigiHUB ist eine multimediale und autodidaktische Internetplattform, die es dem Anwender erlaubt, benötigte Informationen in Sekundenschnelle griffbereit zu haben, sowohl zum Thema allgemeingültige Regularien als auch bezogen auf unsere Produkte von JSP.

Welchen Mehrwert bieten Sie damit Ihren Handelspartnern?

Da wir ausschließlich über unsere Handelspartner verkaufen, ist es uns wichtig, Tools zum barrierefreien Vertrieb an die Hand zu geben. Mit wenigen Handgriffen beziehungsweise Klicks kann man, um nur mal auszugsweise ein paar Vorteile zu nennen, Normen nachschlagen, Produkte für eine konkrete Anwendung korrekt auswählen, Lehrvideos zur korrekten Verwendung der PSA anschauen, Datenblätter direkt herunterladen oder auch die Produktvorauswahl für definierte Industriezweige zusammenstellen. Dabei ist die Steuerung des HUB sehr intuitiv gestaltet und benötigt keine lange Einarbeitung.

Wie ist eine Einbindung des DigiHUB in die tägliche Verkaufspraxis möglich?

Die Bedienung ist weitgehend intuitiv, das Tool umfasst allgemeine Informationen ebenso wie Produktinformationen zu den JSP-Produkten. (Fotos: JSP)

Da es sich um ein Onlinetool handelt, kann man den Link einfach aus der Favoritenleiste heraus aufrufen und schon geht es los. So kann man bei einer telefonischen Beratung das Tool einfach mitlaufen lassen, um für den Kunden die beste Auswahl zu treffen, oder vor Ort beim Kunden die Produkte perfekt in Szene setzen.

Welche weiteren unterstützenden Tools und Maßnahmen bieten Sie den Handelspartnern?

Neben dem breit aufgestellten und fundierten Tool des DigiHUB bieten wir einen Webshop mit kundenindividuellen Preis- und Lieferkonditionen. Wir nennen es Netalogue, dahinter verbirgt sich ein sehr komfortables Online-Bestellsystem. Jede Bestellung, die über diesen Weg zu uns kommt, wird zusätzlich bonifiziert.

Es gibt viele weitere Gimmicks und Gadgets abseits von Softwarelösungen, die uns interessant machen, aber deren Aufzählung hier den Rahmen sprengen dürften. Gerne gehen wir bei Interesse vor Ort weiter in die Tiefe.

Neben der PSaGA kümmern Sie sich vor allem um den Schutz des Kopfes, des Gehörs, der Augen und der Atemwege, wie würden Sie Ihre Kernkompetenz beschreiben?

Unsere absolute Kernkompetenz liegt in der PSA „above the neck“, also oberhalb des Nackens, wie wir sagen. Hier sind wir Innovationstreiber im Bereich Helme, Anstoßkappen, Gehör- und Atemschutz. Besonders flexibel und unkompliziert sind wir im Bereich der Individu-

The screenshot shows the DigiHUB interface with a search for hearing protection. On the left, a chart plots noise levels (dB(A) level of average tasks) against hours of use per day (1 to 8). Various tasks are categorized into color-coded zones: red (highest noise), orange, yellow, and green (lowest noise). Tasks include:

- Red zone: Precision Work, Chisellers, Coarse Turn, Wood Chipping, General Factory Work.
- Orange zone: Hammer Drill, Leaf Blower.
- Yellow zone: Nail Gun, Concrete Paving, General Factory Work.
- Green zone: Motorcycle Engine, Farm Work, Road Drill, Road Paving, Road Sweeper, Road Traffic, Laser Blower, Blood Chasers.

 On the right, search results for 'Sonsbe Comms Bluetooth Ear Defenders' are shown. Below the chart, there is explanatory text in German:

Dieses Diagramm verwendet Durchschnittswerte von Arbeitsplatzumgebungen und hat Überpaßaufgaben, um eine Verdichtung von realen Schallpegeln zu geben. Es enthält die Zeit, die Sie möglicherweise in einer bestimmten Umgebung verbringen könnten. Dieses Diagramm dient nur der allgemeinen Orientierung und sollte nicht als Ersatz für eine vollständige Risikobewertung angesehen werden.





Niko Luckhart
ist Key Account
Manager DACH
beim Düssel-
dorfer Unter-
nehmen JSP.

alisierung von Produkten, so kann man Helme, Gehörschutzkapseln und Brillen sehr einfach mit dem eigenen Logo versehen lassen und sich bereits auf dem DigiHUB virtuell ansehen, wie das Resultat aussehen wird.

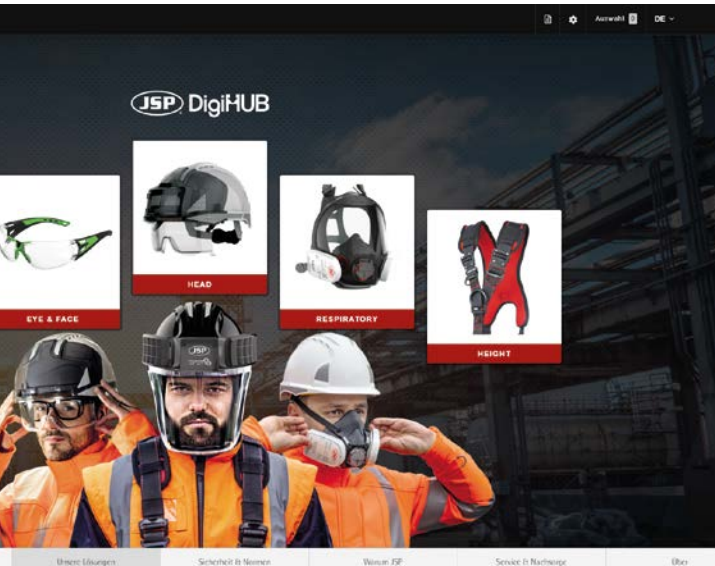
Kopfschutz ist zumeist PSA der Kategorie III, also Schutz vor Gefahren, die tödlich sein oder irreversible Schäden nach sich ziehen können. Es ist wichtig, in diesem Bereich PSA zu verwenden, die perfekt aufeinander abgestimmt ist, was JSP zum idealen Partner macht.

Sie werden in diesem Jahr die Kompetenz im Bereich Kopfschutz mit einer innovativen Neuheit weiter stärken, können Sie bereits einen ersten Ausblick geben?

Wir werden in diesem Jahr auf jeden Fall interessante Neuerungen in den Markt einfließen lassen und ich freue mich schon sehr darauf. Auch im Atemschutzkontext wird sich etwas bewegen. Der Fertigstellungs- und somit auch Enthüllungszeitpunkt wird jedoch voraussichtlich die große A+A Messe in Düsseldorf sein, zu der wir herzlich zu einem Besuch bei uns am Stand einladen. Wer uns auf den sozialen Medien wie LinkedIn folgt, weiß bald, wo wir hier zu finden sein werden.

www.jspsafety.com

Der Einstieg in den DigiHUB von JSP.



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.

HOHER STELLENWERT IN DER BRANCHE

Die A+A hat einen neuen Director und die A+A steht quasi vor der Tür. Ende Oktober soll die Veranstaltung an das Niveau der Vor-Corona-Zeit anknüpfen. Wie der aktuelle Status ist, welche Themen von zentraler Bedeutung sind und ob die Pandemie die Messe verändert hat, das wollten wir vom neuen Director Lars Wismer wissen.

Wear@Work: Wie ist der Anmeldestand, findet die A+A zu alter Größe zurück?

Lars Wismer: Wir sind aktuell auf einem sehr erfreulichen Weg und sind fest davon überzeugt, dass die A+A sich auch weiterhin gut entwickeln wird. Mit dem Zuspruch unserer Aussteller sind wir sehr zufrieden. Ziel für die A+A 2023 ist es natürlich, die Aussteller zurück zu gewinnen, die 2021 ausgesetzt haben, neue Wachstumspotenziale zu erschließen und eine starke A+A zu präsentieren.

Wie international ist das Ausstellerfeld, wie international erwarten Sie das Besucherfeld?

Die Schwerpunktländer der A+A sind nach wie vor DACH und Europa. Wir erwarten aber auch Zuwachs auf Aussteller- und Besucherseite aus strategischen Ländern wie der USA sowie aus dem asiatischen Raum. In China kooperieren wir sehr eng mit dem einflussreichsten nationalen Branchenverband für Arbeitsschutz CTCA, der die China International Occupational Safety & Health Goods Expo (CIOSH) organisiert und in Zusammenarbeit mit der Messe Düsseldorf die A+A strategisch weiterentwickelt. Darüber hinaus erwarten wir auch aus der Türkei durch die enge Zusammenarbeit mit der Industrie und Handelskammer im Rahmen der TOS+H Expo 2022 neue Besucher- und Ausstellerzuwächse.

Wie groß ist die Rückkehrer-Quote, gibt es Marken, die die Pandemie als Auslöser für eine weitere Messeabstinez sehen?

Es ist uns gelungen, einen großen Teil der Aussteller, die bei der letzten Ausgabe nicht teilnehmen konnten, für die diesjährige A+A wieder zu begeistern. Das zeigt nicht nur, dass sich unsere Ausstellerinnen und Aussteller sowie Besucherinnen und Besucher wieder live in Düsseldorf treffen möchten, sondern auch, welchen Stellenwert die A+A in der Branche hat.

Hat die Pandemie die Ausstellerstruktur und die Themen der A+A verändert?

Der Fokus der A+A ist nach wie vor der persönliche Schutz, betriebliche Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit. Auf der A+A 2023 präsentieren unter dem Motto „Der Mensch zählt“ zahlreiche Aussteller innovative Lösungen und Konzepte rund um das sichere und gesunde Arbeiten.

Die COVID-19-Pandemie hat gezeigt, wie wichtig der Arbeitsschutz für die Gesundheit der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, das Funktionieren unserer Gesellschaft und die Kontinuität kritischer wirtschaftlicher und sozialer Aktivitäten ist. SARS-CoV-2 bewirkt seit März 2020 extreme Einschnitte und einen grundlegenden Wandel in der Arbeitswelt. Beschäftigte unterliegen permanenten Change-Prozessen. Dadurch ergeben sich tiefgreifende Veränderungen in der gesamten Arbeitssituation durch Neu-/Umgestaltungen von Arbeitsplätzen und Arbeitsabläufen. Dadurch nehmen möglicherweise auch psychische Belastungen zu und sind ebenfalls in einer Gefährdungsbeurteilung zu berücksichtigen.

Haben sich bei den zentralen Themen gegenüber der letzten Veranstaltung Änderungen ergeben, gibt es das eine, zentrale Thema der Branche?

Neben den zentralen Themen der A+A im Bereich persönlicher Schutz, betriebliche Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit ergeben sich durch die aktuellen Herausforderungen unserer Zeit neue Handlungsfelder und Fragen für die gesamte Branche. Deswegen bilden in diesem Jahr das thematische Dach der A+A 2023 die beiden Mega-Trends: Nachhaltigkeit und Digitalisierung. Wie wollen wir eine Welt von morgen gestalten, wie wollen wir in dieser Welt leben, arbeiten und wirtschaften und dabei gleichzeitig ökologisch und verantwortungsbewusst mit unseren Mitmenschen und den verfügbaren Ressourcen umgehen?

Die Branche freut sich auf ein persönliches Wiedersehen. Ende Oktober trifft man sich in Düsseldorf.





Lars Wismer, Director A+A bei der Messe Düsseldorf.
(Fotos: Messe Düsseldorf)



Exoskelette waren bereits bei der Veranstaltung 2021 ein Schwerpunkt auf der A+A, in diesem Jahr gewinnt das Thema noch einmal an Bedeutung.

In den vergangenen zwei Jahren hat sich der Wandel in der Arbeitswelt massiv beschleunigt. Humanzentrierte Unterstützungssysteme wie Exoskelette (Wearable Robots) und Wearables können für eine nachhaltige Prävention am Arbeitsplatz sorgen. Digitale Tools und KI ermöglichen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern ein standortunabhängiges und pandemisches Arbeiten und bieten den Unternehmen die Chance, ihre Produktions-, Beschaffungs- und Lieferprozesse nachhaltiger und gleichzeitig effizienter zu gestalten. Durch das neue Hallenkonzept werden die Themen klarer thematisch gegliedert. Der Eingang Ost kann nun zusätzlich durch insgesamt drei Eingänge genutzt werden, so dass sich die Besucher besser verteilen. Das Gelände ist dadurch kompakter und die Wege für die Besucher kürzer.

In 2021 gab es besondere Anmeldeeregeln, insbesondere den ausschließlichen Einlass bei digitaler Voranmeldung. Wird dies in 2023 beibehalten oder geht es zurück zu den vorherigen Verfahrensweisen?

Lars Wismer: Die in 2021 festgelegten Anmeldeeregeln finden in 2023 aufgrund der aktuellen Corona-Situation nicht mehr statt. Die digitale Voranmeldung wird es aber auch in Zukunft geben, sie ist ein wesentlicher Bestandteil unserer digitalen Kunden Services.

Wie digital bzw. hybrid wird die A+A 2023, wird das Angebot aufgrund der in 2021 gemachten Erfahrungen ausgebaut oder rückt die Präsenzmesse wieder stärker in den Vordergrund?

Die Corona-Pandemie hat bewiesen, welche Bedeutung physischen Messe haben. Die Menschen wollen wieder persönlich Business machen und Innovationen und Trends live erleben. Darüber hinaus hat die Krise gezeigt, wie wandelbar Messen sind und welche signifikante Rolle sie im Marketing der Unternehmen darstellen. Dennoch werden wir die wichtigen Errungenschaften im Bereich der Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Flexibilisierung auch in Zukunft integrieren. Neben neuen physischen Kongressformaten und neuen Themenzonen starten wir am 08. Februar 2023 mit einer innovativen Webinar Reihe A+A Expert Talks. Hier diskutieren Branchenexperten aus Wirtschaft und Forschung zu den aktuellen Trendthemen wie Exoskelette, Gefahrenstoffmanagement sowie die europäische Lieferkettenrichtlinie

zur Kreislauffähigkeit von Produkten. Das Webinar ist in Englisch und richtet sich an Entscheiderinnen und Entscheider aus dem Bereich Arbeitssicherheit, Arbeitsplanung und Produktionsplanung sowie an Versicherer, Sicherheitsingenieurinnen und Ingenieure, Betriebsmedizinerinnen und -mediziner aus ganz Europa. Unter der Microsite www.aplusa.de/de/expert-talks-exoskelette können sich die Teilnehmer anmelden.

Zum etablierten A+A Kongress kommt in diesem Jahr die WearRAcon hinzu, was verbirgt sich hinter diesem Kongress?

Die WearRAcon Europe Konferenz 2023, die vom 25.10. bis 26.10. auf der A+A stattfindet, gibt neue Einblicke in die vielversprechende Welt der Exoskelett-Systeme aus verschiedenen Perspektiven und setzt gemeinsam mit dem A+A Kongress zukunftsorientierte Impulse. Sie bietet somit den idealen Rahmen für den wissenschaftlichen und branchenfokussierten Diskurs.

Vorträge von renommierten Exoskelett-Pionieren, kombiniert mit Erfahrungsberichten von Anwendenden aus verschiedenen Branchen, sowie Impulse von Expertinnen und Experten runden das hochkarätige Programm ab. Zum Beispiel wird Prof. Dr. Thomas Alexander von der Bundesanstalt für Arbeitsschutz (BAuA) über die Zukunft der Arbeit berichten.

Das Konferenzangebot wird durch eine breite Produkt- und Lösungsvielfalt im Rahmen der Messe und zwei weitere spannende Bereiche im ExoPark ergänzt: Den Self-Experience Space und die große Live-Studie Exoworkathlon.

www.aplusa.de

DIE PERFEKTE KOMBINATION

In diesem Jahr feiert GS Workfashion in Böblingen sein 15-Jähriges. Was als reiner Onlinehandel gestartet ist, wartet heute zusätzlich mit einem großen Ladengeschäft auf, das Einkaufserlebnisse nicht nur verspricht, sondern auch hält. Denn, das haben die anderthalb Jahrzehnte den beiden Inhabern gezeigt, so richtig optimal ist nur die Verbindung von analoger und digitaler Welt – und in beiden Welten den Kunden Besonderes zu bieten.

„Wir sind kein Onlinehändler mit einer angeschlossenen Ladentheke, dafür sind die Modelle zu unterschiedlich, andererseits profitiert natürlich der eine Vertriebsweg vom anderen“, beschreibt Björn Scherzog die Situation bei GS Workfashion. Nach wie vor macht das 2008 von Björn Scherzog und Michael Gfrörer gegründete Handelsunternehmen den größten Teil seines Umsatzes über den Onlinehandel. Aber der Laden mit angeschlossenem Lager hat in der Gesamtkonstellation wichtige Funktionen übernommen, vom Forum für den Ausbau der Beratungskompetenz bis hin zum Warenpuffer.

Schon früh haben die beiden Inhaber die Rückmeldung von Kundinnen und Kunden erhalten, die Produkte des digitalen Shops auch haptisch erleben und probieren zu können. Deshalb dauerte es nicht ganz ein Jahr, bis ein erstes kleines Geschäft „auf dem Land“ eröffnet wurde. Mit dem Ausbau des Sortiments durch weitere Workwear-Marken und verschiedene Lieferanten von Sicherheitsschuhen wur-

de dieser erste Laden nach und nach zu klein. Im sechsten Unternehmensjahr vergrößerte sich GS Workfashion im stationären Bereich wieder: Im Laden in Weil der Stadt standen jetzt 200 Quadratmeter zur Verfügung. Der Schritt zu einer neuen Größenordnung erfolgte dann vor zwei Jahren, in Böblingen wurden die aktuellen Geschäftsräume, das Workwear-Zentrum Böblingen, bezogen. Die Daten: ca. 1.000 Quadratmeter Ladenfläche, 200 Quadratmeter Lager und 60 Quadratmeter Verwaltung. Die Zahlen zeigen die Gewichtung des Unternehmens: so viel wie möglich präsentieren, im notwendigen Rahmen lagern und so wenig wie möglich Administration.

Parallel sind die Onlineaktivitäten von GS Workfashion ebenso wie die Umsätze kontinuierlich gewachsen, denn, nach wie vor ist das Unternehmen primär Onlinehändler.

Aus der Praxis geboren

Michael Gfrörer und Björn Scherzog bringen für ihr Unternehmen die idealen Voraussetzungen mit. Beide haben eine handwerkliche Ausbildung absolviert, Gfrörer zum Zimmermann, Scherzog zum Bau-

Auch Workwear lässt sich attraktiv gestalten: der FHB-Shop bei GS Workfashion. (Fotos: GS Workfashion)



Der Markenshop von Dassy.

und Möbeltischler, und sind jeweils nach einigen Praxisjahren in den Handel, genauer gesagt in den Baufachhandel gewechselt, wo Scherzog eine weitere Ausbildung zum Groß- und Außenhandelskaufmann machte. Nach weiteren Praxisjahren in diesem beruflichen Umfeld entwickelte sich bei beiden der Wunsch, eigene Ideen umzusetzen und zu gestalten. Das war die Geburtsstunde von GS Workfashion, die sich zunächst als ambulante Geburt im Wohnzimmer von Björn Scherzog vollzog.

Nach 15 Jahren blicken die beiden Gründer heute zurecht mit Stolz auf die Unternehmensentwicklung, ohne dabei einen Moment die Zukunftsausrichtung aus dem Blick zu verlieren. „Auch viele Handelskollegen haben nach wie vor den Eindruck, dass der Onlinehandel ein Selbstläufer ist. Aber davon war die Branche auch vor 15 Jahren schon weit entfernt“, so Scherzog. Das bedeutet eine kontinuierliche Arbeit an den gebotenen Services, an der Sichtbarkeit und den Abläufen.

Von Anfang an war es das Ziel der Inhaber, die Marken, mit denen zusammengearbeitet wird, in der ganzen Breite des Angebotes zu zeigen. Was einerseits ein Vorteil des Onlinevertriebs ist, ein breites Sortiment bieten zu können, stellt auf der anderen Seite hohe Ansprüche an die Lagerhaltung und Logistik. Da nicht alles vor Ort vorgehalten werden kann, ist es für GS Workfashion wichtig, mit Marken zusammenzuarbeiten, die eine verlässliche Lieferfähigkeit aufweisen. „Ideal wäre es natürlich, mittels Schnittstelle zur WaWi die Lagerdaten bei den Herstellern abfragen zu können, was aber in den meisten Fällen heutzutage noch nicht möglich ist“, berichtet Scherzog. Dass die Abfrage eines Lieferdatums in den meisten Fällen möglich ist, sieht er als Fortschritt der letzten Jahre. Ebenso hat sich das Angebot bei den bereitgestellten Bilddaten seiner Meinung nach in den letzten Jahren deutlich verbessert. Bei den Produktbeschreibungen leistet man sich in Böblingen den Luxus, diese weitgehend selber zu erstellen, einerseits, um einheitliche Standards zu gewährleisten, andererseits, weil diese nach wie vor nicht von allen Lieferanten bereitgestellt werden.

Auch bei hoher Bild- und Beschreibungsqualität oder auch Zertifikaten wie das von Trusted Shops, das GS Workfashion schon im ersten Unternehmensjahr erhalten hat, gibt es einen nicht zu vernachlässigenden Kundenanteil, der gerne die Produkte zunächst anprobiert oder eine Auswahl zum Anfassen zur Verfügung hat. Und hier kommt die positive Wechselwirkung mit dem Laden zum Tragen: „Es gibt Kunden, die sich teilweise vorab online informieren und die dann gerne bei einer Anprobe aus dem Vollen schöpfen“, berichtet Björn Scherzog, „das können dann auch Kunden werden, die anschließend regelmäßig online bestellen, weil sie nun wissen, was sie wollen.“ Dagegen gibt es aber auch reine Onlinekäufer oder reine Ladenkäufer. Insbesondere die Großkunden, die eine direkte Anbindung an das System des Handelshauses haben, bestellen ihren Bedarf direkt digital.

Kompetenz on- und offline

Im Sortiment setzt man in Böblingen auf Qualitätsmarken, für den Anfang haben sich Gfrörer und Scherzog sogar nur auf eine Marke, Snickers Workwear, konzentriert. Sukzessive wurde der Bereich der



Berufsbekleidung mit Marken wie Blakläder, FHB, BP, Helly Hansen, Dassy oder Mascot ausgebaut, dazu der Bereich der Sicherheitsschuhe mit Marken wie Solid Gear, Puma, Albatros, Diadora oder U-Power. Neben Fragen wie Produktqualität oder Lieferfähigkeit war den beiden Inhabern bei der Sortimentserweiterung immer auch der Markenauftritt der Lieferanten wichtig: „Die Marken sollten zu uns und zum Gesamtkonzept passen“, kommentiert Scherzog. Das Thema Eigenmarken hat für ihn keine Relevanz, würde eine solche doch erst bei einem entsprechenden Volumen Sinn machen. Zudem seien der Aufwand für die Beschaffung und Lagerung ungleich größer als der damit verbundene Nutzen, sich mit einer eigenen Marke zu profilieren. Hier setzt GS Workfashion lieber auf die Herstellerkompetenz der Marken und die eigene Beratungs- und Servicekompetenz.

Diese ist vor allem bei den Sicherheitsschuhen gefragt, hier kommt es auf die individuelle Betreuung der Kunden an, von denen viele die ersten Anproben im Laden in Böblingen vornehmen. Anproben bei den Kunden vor Ort bietet GS Workfashion derzeit noch nicht an, „dafür ist die Personalressource nicht vorhanden und auch der Standort so gut angebunden, dass die Beratung im Laden von vielen Kunden wahrgenommen wird“, berichtet Scherzog.

Ergänzend zu diesen beiden Sortimentsbereichen bietet GS Workfashion noch die Segmente des Kopfschutzes sowie den Augen- und den Gehörschutz an. Auch hier wird auf etablierte Marken zurückgegriffen.

Begehrte Fläche

Mit dem Bezug des neuen Ladens in einem Böblinger Gewerbegebiet mit hervorragender Verkehrsanbindung konnten die beiden Inhaber den Plan realisieren, hochwertige Markenpräsentationen in die Ladengestaltung zu integrieren. Auch dabei sind sie bewusst wieder selektiv vorgegangen, auch wenn es durchaus von zahlreichen Herstellern den Wunsch gab, einen Markenshop zu platzieren. Der erste und derzeit größte Markenshop stammt von FHB, daneben gibt es Shops unter anderem von Blakläder, Mascot, Snickers, Solid Gear oder Dassy.

„Für uns war neben der bisherigen guten Zusammenarbeit mit einem Lieferanten das Konzept wichtig, in welcher Form der Markenshop umgesetzt werden sollte. Hier haben wir gerade mit FHB



FHB bespielt in Böblingen mit seinem Shop die größte Einzelfläche.

Ebenfalls neu im Team ist eine Mitarbeiterin, die den Bereich der sozialen Medien bearbeitet. Das, was bislang eher nebenbei gemacht wurde, wird jetzt professionalisiert. „Wir können noch nicht sagen, ob dies konkret Kunden einbringt“, so Björn Scherzog, „aber wie mit dem Onlineshop und dem Laden gilt es auch hier, kompetent Präsenz zu zeigen. Das ist sicher notwendig.“

Schwachstelle Logistik

Als eine der großen Herausforderungen der nächsten Zeit sieht Björn Scherzog die Aufrechterhaltung einer so wie von den Kunden gewünschten funktionierenden Logistik an. Erste Anzeichen dafür haben sich seiner Meinung nach bereits vor der Coronazeit gezeigt, durch die noch einmal eine Beschleunigung der Problematik entstanden ist. „Die Fragen beispielsweise der Materialverfüg-

sehr gute und spannende Erfahrungen gemacht“, beschreibt Scherzog das Vorgehen. Entstanden ist ein Laden, der sein Versprechen, ein echtes Einkaufserlebnis in Sachen Workwear und ergänzenden Sortimentsbereichen zu bieten, vollkommen einlöst.

Im Zeichen der Automatisierung

Nach den vom kontinuierlichen weiteren Aufbau geprägten Jahren stand das Jahr 2022 für GS Workfashion im Zeichen der Prozessoptimierung. „Die Kunden haben in der Coronazeit einmal mehr geübt, auch Workwear online zu beschaffen, was es für uns notwendig machte, uns weiter zu optimieren“, so Björn Scherzog. Deshalb wurde die Bestell- und Auftragsabwicklung sowie die Bearbeitung des Zahlungsverkehrs so weit wie möglich automatisiert, so dass Zahlungsverfolgung und -eingänge nicht mehr händisch bearbeitet werden müssen. Auch die Versandhandelssoftware wurde umgestellt, um ein größeres Volumen abwickeln zu können. Bei einem Team von insgesamt neun Mitarbeitenden inklusive der Inhaber sind solche Maßnahmen unerlässlich, um ein weiteres Wachstum generieren zu können.

barkeit sind überwunden beziehungsweise unsere Lieferanten haben diese weitgehend im Griff, bei der Logistik bleiben nach wie vor viele Unwägbarkeiten“, beschreibt er die Situation. Diese reichen von der Verschiffung von Containern bis hin zu den Kurierfahrern vor Ort.

Nicht zuletzt vor diesem Hintergrund rückt beispielsweise die Frage nach dem Preis vermehrt in den Hintergrund, sowohl im stationären wie auch im Onlinevertrieb, der aber nach wie vor stärker preisgetrieben bleibt als das analoge Pendant. „Wir reden heute erfreulicherweise mehr über Themen wie Nachhaltigkeit“, so Scherzog und bezieht dabei auch die Situation vieler Mitarbeitenden in der Logistik mit ein. Dass dies alles einen Preis hat, der auch bei einem Onlinekauf zu zahlen ist, sei inzwischen vielen Kundinnen und Kunden klar. Trotzdem bleibt es die Aufgabe des Händlers, immer etwas mehr zu bieten. „Und das gilt auf allen Kanälen, sowohl stationär als auch online“, resümiert Björn Scherzog.

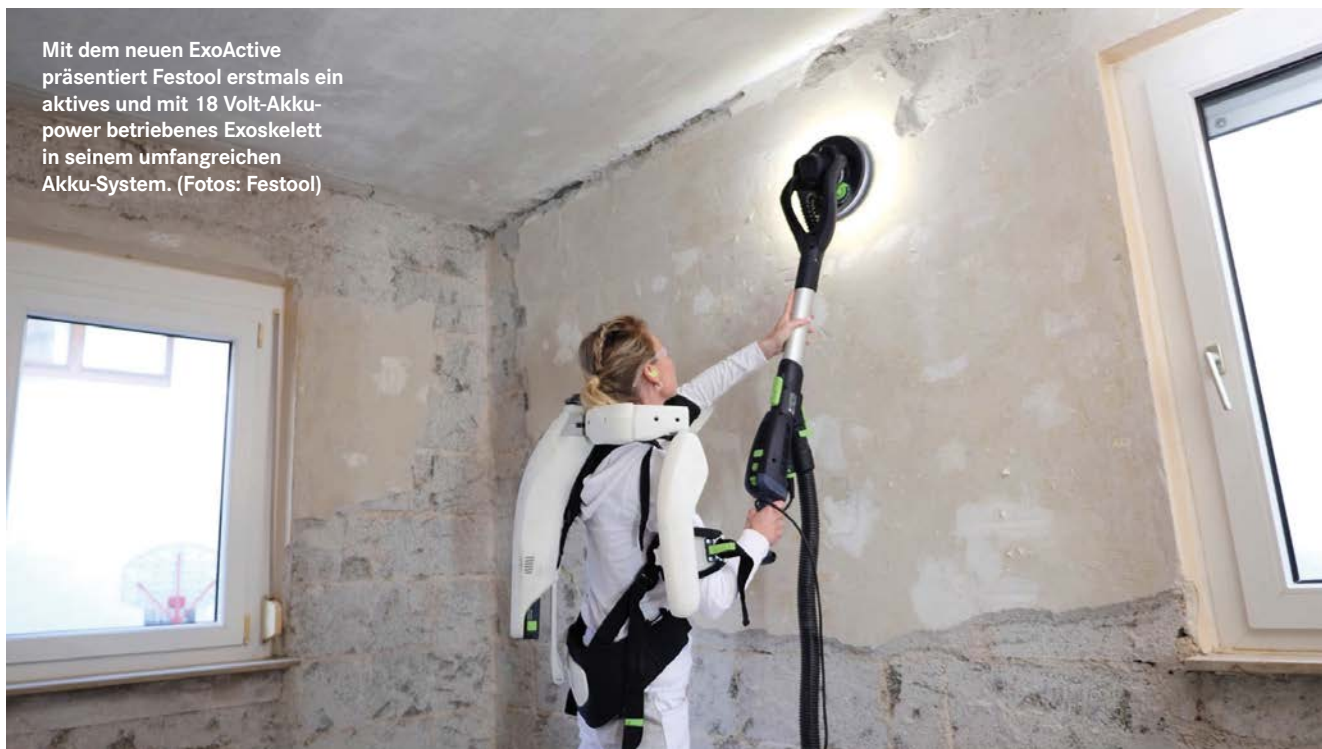
www.gs-workfashion.de

Denn neben dem Verkauf der Ware und der umfassenden Beratung der Kundinnen und Kunden bietet GS Workfashion die Veredelung der Berufsbekleidung in Form einer Bedruckung – eine eigene Näherei gibt es nicht – an und, als zusätzlichen Service, die Gestaltung von Logos und kompletten Corporate Designs inklusive der Umsetzung auf verschiedensten Medien. „Wir entwerfen und drucken die Logos also nicht nur auf die Bekleidung, sondern erstellen vom Briefpapier bis zum Baustellenschild den kompletten Auftritt eines Unternehmens“, beschreibt Scherzog das Angebot, für das im vorletzten Jahr ein Werbetechniker ins Team geholt wurde.



Die beiden Inhaber von GS Workfashion in Böblingen: Michael Gfrörer (re.) und Björn Scherzog.

Mit dem neuen ExoActive präsentiert Festool erstmals ein aktives und mit 18 Volt-Akkupower betriebenes Exoskelett in seinem umfangreichen Akku-System. (Fotos: Festool)



EINE EXTRAPORTION KRAFT

Ob Trockenbau oder Malerarbeit, ob Tapezieren oder Montage, ob an Wänden oder Decken: Das Exoskelett ExoActive von Festool verleiht Anwenderinnen und Anwendern eine Extraportion Kraft, wenn die Arme müde werden und entlastet gleichzeitig den Nacken. Weniger körperliche Belastung bedeutet gleichzeitig mehr Effektivität, mehr Konzentration auf die Arbeitsqualität und mehr Sicherheit bei der Arbeit. Die benötigte Leistung lässt sich einfach am Exoskelett regulieren, damit es gezielt dort unterstützt, wo es soll. Wie ein Rucksack ist das ExoActive leicht und bequem zu tragen und lässt sich zudem schnell auf eine individuelle Körpergröße einstellen.

Das ExoActive ist ein aktives Exoskelett. Die Unterstützungskraft kann daher exakt auf die jeweilige Tätigkeit eingestellt werden. Dank seines leistungsstarken Festool 18 Volt-Akkupacks bringt das ExoActive genau die Extraportion Kraft mit, um ermüdende Arbeiten über Kopf spielend leicht gelingen zu lassen. Ob hüftaufwärts, in Brusthöhe oder über Kopf: Sowohl der Arbeitsbereich als auch die Stärke der Unterstützung sind in Sekundenschnelle eingestellt. Die Leistung kann bei Bedarf auch ganz pausiert werden. Somit unterstützt das ExoActive gezielt dort, wo es soll, und ist dabei so leicht anzuziehen wie ein Rucksack. Es lässt sich zudem schnell und individuell auf unterschiedliche Körpergrößen einstellen und ist somit auch in puncto Ergonomie hervorragend auf sämtliche Körpertypen angepasst.

„Wer einmal mit der Unterstützung eines aktiven Exoskeletts gearbeitet hat, wird es nie wieder ohne unser ExoActive mit einer Wand oder Decke aufnehmen wollen. Vor allem bei Über-Kopf-Arbeiten lassen sich durch das Exoskelett Überlastungen viel leichter ver-

meiden. Unser ExoActive entlastet die vordere Schultermuskulatur um bis zu 30 Prozent (Die Daten wurden durch Anwendungstests ermittelt und können bei abweichenden Bedingungen variieren). Das bedeutet, dass sich Tätigkeiten um bis zu einem Drittel leichter anfühlen. Wir haben zudem – das ist ein Alleinstellungsmerkmal in diesem Produktsegment – ein aktives System. Das heißt, wir führen externe Energie hinzu. Letzteres ermöglicht es, das ExoActive in Sekundenschnelle auf jede Arbeitssituation einstellen zu können. Das ExoActive arbeitet mit einem 18 Volt-Akkupack von Festool, so wie er auch bei unseren anderen Werkzeugen zum Einsatz kommt. Insofern ist es eine perfekte Ergänzung unseres bestehenden Akkusystems“, erklärt Dominic Ender, Produktmanager des neuen ExoActive Exoskeletts.

Bis zu 5 kg Unterstützungsleistung

Mit einer zusätzlichen Kraft von bis zu 50 Newton unterstützt das ExoActive jeden Unterarm. Umgerechnet entspricht dies einer Entlastung von etwa fünf Kilogramm. Zum Vergleich: Der Langhalschlei-

ExoActive verleiht Anwenderinnen und Anwendern eine Extraportion Kraft, wenn die Arme müde werden und entlastet gleichzeitig den Nacken.

Das neue ExoActive von Festool unterstützt gezielt dort, wo es soll.



Das ExoActive ist anzuziehen wie ein Rucksack. Es lässt sich zudem schnell und individuell auf unterschiedliche Körpergrößen einstellen.

fer Planex LHS 2 225 EQI von Festool wiegt 4,7 Kilogramm und fühlt sich dennoch fast federleicht in den Händen an. „Da die Anwendungen im Handwerk so unterschiedlich sind, ist die Unterstützungsleistung beim ExoActive individuell auf die jeweilig auszuführende Tätigkeit einstellbar. Durch das Drehen des Leistungsreglers kann die im Moment benötigte Unterstützung direkt eingestellt werden. Für eine bequeme Steuerung verfügt das Exoskelett über drei vordefinierte Arbeitsbereiche: ab Becken aufwärts, ab Brust aufwärts oder über Kopf“, erklärt Dominic Ender.

Darüber hinaus können mithilfe der Festool Work App (kostenlos erhältlich im App Store oder Google Play Store) weitere Profile für die passende Unterstützung ausgewählt werden. Am ergonomisch geformten und gut erreichbaren Bedienelement kann das ExoActive jederzeit an- und ausgeschaltet, die Unterstützungskraft in fünf Stufen eingestellt und der Arbeitsbereich gewählt werden. Auch kann das System hiermit per Knopfdruck pausiert werden, wenn zwischen durch keine Unterstützung erforderlich ist. Etwa beim Aufheben einer Schraube oder beim Anmischen von Farbe.

Ein Maximum an Bewegungsfreiheit

Das neue Exoskelett bildet eine Einheit mit dem Körper. Kein Bauteil stört, kein Gurt engt ein. Egal, ob beim Aufheben einer Schraube, beim Anmischen von Farbe oder beim Holen von Werkzeugen aus dem Fahrzeug: Das Exoskelett ExoActive bietet maximale Bewegungsfreiheit bei gleichzeitig hohem Tragekomfort. Praktisches Detail: Alle Textil- und Gurteile des ExoActive sind abnehmbar und

waschbar, damit es von verschiedenen Personen getragen werden kann. Auch können alle Anwender mit einem eigenen Gurtsystem ausgestattet werden – so ist der Wechsel noch einfacher und schneller.

Das ExoActive wird mit allen Zubehörteilen in einer robusten Verpackung geliefert, die neben dem Schutz des Produktes auch als erhöhte Ablage dient. Für den Antrieb des ExoActive sorgt ein 18 Volt-Akku, der ebenfalls mit dem gesamten Festool 18 Volt-System kompatibel ist.

www.festool.de

KURZ ERKLÄRT: EXOSKELETTE BEI MENSCHEN UND TIEREN

Die Idee eines Exoskeletts als unterstützende Einheit ist nicht neu: Auch in der Natur kommen Exoskelette als äußere Stützstruktur bei vielen unterschiedlichen Organismen an Land und im Meer vor. Maschinelle Exoskelette sind hingegen vom menschlichen Körper getragene, mechanische Strukturen, die meist relativ leicht entfernbar sind. Aktive Exoskelette unterstützen oder verstärken die Bewegungen des Trägers, indem die verschiedenen Gelenke des Exoskeletts durch eine externe Energiequelle angetrieben werden.

KOMPETENT SICHER BERATEN

Beratungskompetenz ist oft das Mittel für den Fachhandel, sich von anderen Handelsformen abzugrenzen. Gerade beim Thema Sicherheitsschuhe ist ein hohes Maß davon gefragt. Denn die Produkte werden ebenso spezifischer wie die Informationen rund um das Thema Fußgesundheit. Elten bietet als Hersteller dem Fachhandel die Möglichkeit, diese Kompetenz auf- und auszubauen. Mit der hauseigenen Academy am Firmenstandort in Uedem ist dafür extra ein Schulungszentrum aufgebaut worden. Über Beratung und Schulung sprachen wir mit Ralf van Elten.

Wear@Work: Wie stark ist Ihrer Ansicht nach die Beratungskompetenz im Handel ausgeprägt, sollten die Handelshäuser diesen Service als Marktvorteil weiter ausbauen?

Ralf van Elten: Wir stellen fest, dass der Handel schon immer extrem beratungskompetent war. Mit zunehmendem Maße sind die Produkte in den zurückliegenden Jahren immer komplexer geworden und die Zyklen in der Produktentwicklung immer kürzer. Den Mitarbeitenden im Handel wird daher ein viel umfangreicheres Wissen abverlangt, als es noch vor zehn oder 20 Jahren der Fall war. Hinzu kommt, dass sich heutzutage nahezu jeder Kunde vorab im Internet informieren kann. Im besten Fall muss der Handel hier jederzeit mithalten können. Schulungen durch Hersteller sind daher unerlässlich, weil diese über

das spezielle Wissen verfügen, das für eine kompetente und möglichst individuelle Beratung benötigt wird. Bei uns ist das an unserem Standort in Uedem möglich oder durch unsere Kollegen vor Ort. Sie schulen regelmäßig zu neuen Produkten und Technologien. Unserer Erfahrung nach entstehen im Kundeninteresse vor allem dann optimale Lösungen, wenn es ein Zusammenspiel von Hersteller und Händler gibt und sie gemeinsam beraten.

Wie stark kann der Handel die notwendige Beratungs- und beispielsweise Fuß-Vermessungsleistung übernehmen, welche Voraussetzungen müssen dafür gegeben sein?

Der Handel kann die notwendige Beratungsleistung umfangreich übernehmen. Das passiert allein schon dadurch, dass er für viele Kunden

Die Elten Academy bietet eine angenehme Lernatmosphäre in Räumen, die mit modernster Seminartechnik ausgestattet sind.





Ralf van Elten ist bei Elten Ansprechpartner für Seminare und Tagungen.“

Die Fußschutz-Experten von Elten vermitteln in der Elten Academy Basis- und Spezialwissen rund um das Thema Sicherheitsschuhe.

einmal jährlich beim Verband Technischer Handel (VTH) als Referent am Zertifikatslehrgang „Geprüfter Fachberater für Persönliche Schutzausrüstungen“ teil, um dort zum Thema Fußschutz zu schulen. Grundsätzlich gibt es verschiedene Seminarkonzepte an unserer Elten Academy. Schließlich möchten wir unsere drei Zielgruppen auch spezifisch ansprechen können: Mitarbeiter im Handwerker-Fachhandel, Mitarbeiter im Technischen Handel und Mitarbeiter von Orthopädie-Schuhmachern.

Gibt es auch digitale Möglichkeiten der Aus- und Fortbildung für die

Mitarbeitenden des Handels?

Digitale Möglichkeiten, das Thema eigenständig zu erschließen, halten wir nicht vor. Unsere Mitarbeiter im Außendienst bieten an, die Schulungen für Kunden per Videomeeting zu halten. Die digitale Durchführung unsere Seminare kommt seltener vor. Das liegt auch daran, dass wir viel Wert auf den persönlichen Kontakt legen. Das ist auch das, was unsere Seminare ausmacht. Deshalb haben wir in der Hochphase der Corona-Pandemie und den damit verbundenen Einschränkungen Überlegungen verworfen, die Academy-Seminare digital durchzuführen.

www.elten.com/academy/



Mit dem revolutionären Material Infinergy® als Sohlenkern und einer grobstolligen Laufsohle ausgestattet, bieten die „XXSG“-Modelle von Elten Tragekomfort und Sicherheit zugleich. (Fotos: Elten)

vor Ort häufig der erste Ansprechpartner ist, wenn es um die Auswahl passender Sicherheitsschuhe geht. Das setzt selbstverständlich voraus, dass die Händler dazu bereit sind, ihre Mitarbeitenden durch die Teilnahme an Fortbildungen zu schulen. Wir stellen nicht zuletzt durch die Nachfrage für Seminare an unserer Elten Academy fest, dass diese Bereitschaft in hohem Maße besteht.

Bieten Sie - neben der Elten Academy – etwa als Begleitung von Kundenbesuchen auch Möglichkeiten für Schulungen vor Ort an, bei denen gleichzeitig Wissen für Mitarbeitende des Handels vermittelt wird?

Die Seminare der Academy sind so konzipiert, dass jeder unserer Außendienstmitarbeiter sie halten kann. Auf Nachfrage schulen unsere Mitarbeiter die Kunden. Zudem nimmt einer unserer Mitarbeiter

Als Orthopädie-Schuhmacher und Industriemeister Schuhfertigung berät Stefan Tintrup (rechts) Mitarbeitende von Kunden, welche orthopädischen Maßnahmen zu ihren Füßen und Fußbeschwerden passen.



Ein Kollektionshighlight 2023 im Bereich Workwear ist die Signal-Workwear Jacket von James & Nicholson, eine leichte und elastische Jacke, die mithilfe ihrer auffälligen Signalfarbe und Reflexelementen für deutliche Erkennbarkeit am Arbeitsplatz sorgt.



FARBENFROH UND AUSDRUCKSSTARK

James & Nicholson und myrtle beach präsentieren ihre Produktneuheiten für das Jahr 2023: Signalfarben für mehr Erkennbarkeit am Arbeitsplatz, glänzende Baumwoll-Styles für Afterwork und noch mehr Crossover-Artikel. Zu den Highlights gehört signalfarbene Workwear wie Jacken, Polos und Mützen – und außerdem erstmalig Bistroschürzen in verschiedenen Ausführungen.

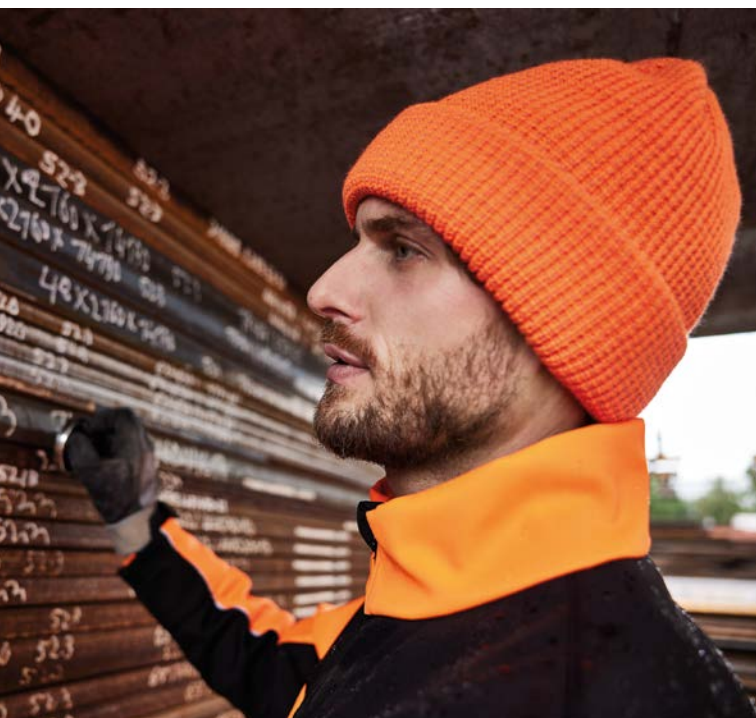
Ein Kollektionshighlight 2023 im Bereich Workwear ist die Signal-Workwear Jacket von James & Nicholson. Eine leichte und elastische Jacke, die mithilfe ihrer auffälligen Signalfarbe und Reflexelementen für deutliche Erkennbarkeit am Arbeitsplatz sorgt. Sie ist mit strapazierfähigem und elastischem 4-Wege-Stretchgewebe für optimale Bewegungsfreiheit ausgestattet. Die Jacke ist für kältere Tage auch als Signal-Workwear Softshell-Jacket erhältlich. Um den Look abzurunden, schmeichelt die Workwear Pants Light Slim-Line den beiden Jacken besonders. Durch das strapazierfähige, elastische und leichte Mischgewebe ist sie besonders robust.

Glänzende Freizeitbekleidung

Bequeme Schnitte und einen hohen Tragekomfort bieten die neuen Ladies'/Men's Plain Polos. Sie ergänzen die bestehenden Artikel mit klassischer Piqué-Qualität durch gekämmte, ringgesponnene Baum-

wolle und konfektioniertem Button-Down-Kragen. Ideal für den Arbeitsalltag und auch Afterwork sind die praktischen Ladies'/Men's Mercerised Polos. Sie erhalten durch die Vorbehandlung der Baumwolle einen wunderbaren Glanz und strahlen in zahlreichen Farben. Ein weiteres Highlight ist das Ladies'/Men's Zip-Polo mit Reißverschluss. Sein funktionales Polyester sorgt für einen luftig-bequemen Sitz und Atmungsaktivität. Dazu ist es feuchtigkeitsregulierend und trocknet ausgesprochen schnell. Passend dazu: die neuen Ladies'/Men's Pants, die durch ihren Elasthananteil besonders bequem sind und mit einer perfekten Passform punkten.

Ideal für den Arbeitsalltag und Afterwork sind auch die Ladies'/Men's Fleece Vests. Sie bestehen aus einem klassisch weichen Fleece und recyceltem Polyester. Dazu sind sie mit vielen Taschen für Stauraum ausgestattet. An kühleren Tagen ist die Ladies'/Men's



Um auch an kälteren Tagen optimal gekleidet zu sein, empfiehlt sich die neue Reversible Beanie von myrtle beach. (Fotos: Daiber)

Fleece Jacket genau das Richtige. Beide Varianten sind in sechs verschiedenen Farben erhältlich. Für entspannte Afterwork Styles lassen sie sich super mit dem gestrickten Ladies' /Men's Round-Neck Pullover kombinieren.

Neue Outdoor Styles für Frühjahr und Winter von myrtle beach

Die Headwear und Accessory Marke myrtle beach präsentiert die neue 5 Panel Sports Cap aus weicher Microfaser. Sie ist wind- und wasserabweisend, ein breiter Streifen in Kontrastfarbe zierte sie auf dem Schirm. Durch das gefütterte Schweißband hat die Cap einen angenehmen Tragekomfort. Sie ist in vier Farben erhältlich. Eine weitere Neuheit ist die 6 Panel Mesh Cap aus weichem Meshmaterial. Sechs gestickte Luftlöcher und ein schnelltrocknendes Frottee-Schweißband sorgen auch bei dieser Cap für Tragekomfort, so wie auch der „click & snap“-Verschluss zur Größenregulierung.

Um auch an kälteren Tagen optimal gekleidet zu sein, empfiehlt sich die neue Reversible Beanie. Hinter der klassischen Strickmütze steckt mehr als man auf den ersten Blick vermuten könnte, nämlich gleich zwei Styles in einer Mütze: Man kann sie für noch mehr Abwechslung wenden. Dasselbe gilt auch für das neue Reversible Headband für Stirnbandträger. Beide Neuheiten sind in fünf verschiedenen Farbkombinationen erhältlich.

www.daiber.de

KNIESCHUTZKISSEN MIT REVOLUTIONÄREM AUFPRALLVERHALTEN

Das Shockproof Knieschutzkissen von Engel Workwear ist das erste seiner Art, das auf Materialinnovationen aus der Sportschuhindustrie zurückgreift: Eine einzigartige, sechseckige Struktur sorgt über facettierte Aufprallpunkte für eine gleichmäßige Verteilung der beim Knien einwirkenden mechanischen Kräfte. Zweiter, unschlagbarer Vorteil des patentierten Designs: Das Knieschutzkissen ist aus einem leichten Material gefertigt, das aus kleinen, geschlossenen und mit Luft gefüllten Zellen besteht. Diese wirken wie ein Schutzschild über dem Knie, sorgen für ein überragendes Aufprallverhalten und höchste Flexibilität.

Das außergewöhnlich haltbare und durchstoßfeste ETPU-Material (Engineering Thermoplastic Polyurethane Elastomer) besteht zu mindestens 50 Prozent aus recycelten Materialien, die aus gebrauchten Konsumgütern und Produktionsabfällen gewonnen werden. Es ist ohne Abstriche bei Form und Biegsamkeit für extreme Temperaturen zertifiziert und hält längerem Gebrauch ohne Verlust der Wirkung und Struktur stand.

Das Shockproof Knieschutzkissen ist rückseitig mit Vertiefungen versehen, die Feuchtigkeit und Schweiß aktiv ableiten und gleichzeitig die Atmungsaktivität und den Tragekomfort erhöhen. Außerdem passt es in alle Engel Workwear Hosen, die mit Kniepolstertaschen ausgestattet sind. Besonders vorteilhaft ist, dass die Shockproof Knieschutzkissen vor dem Waschen nicht entfernt werden müssen, denn sie sind leasinggeeignet und industriewäschtetauglich.

www.f-engel.com

Engel Workwear präsentiert mit Shockproof Knieschutzkissen ein neues Produkt im typischen funktionsorientierten Design des Unternehmens. Die Wirkung des besonders haltbaren, stoßabsorbierenden und zertifizierten Knieschutzpolsters geht auf eine einzigartige Struktur zurück. (Foto: Engel Workwear)



DER WASSERDICHTE, ATMUNGSAKTIVE SICHERHEITSSCHUH

Das neueste Mitglied der Sievi Cobra-Kollektion ist ein attraktiver Gore-Tex-Sicherheitsschuh, der Design und Komfort der Cobra-Modelle in wasserdichter und zugleich atmungsaktiver Ausführung präsentiert. Der neue Cobra GT Roller+ S3 ist ein bequemer Halbschuh mit elastischem Einschluß und BOA Fit System-Verschluss für schnelles An- und Ausziehen. Die wasserdichte Gore-Tex-Membran von Cobra GT lässt den Fuß atmen und verhindert, dass Feuchtigkeit in den Schuh eindringt. Die Anti-rutschsohle Sievi TractionPro sorgt für sicheren Halt unter allen Arbeitsbedingungen.

Sievi war einer der ersten Schuhfabrikanten der Welt, die gemeinsam mit Gore-Tex wasserdichte Sicherheitsschuhe entwickeln. Die Zusammenarbeit währt bereits seit 25 Jahren.

www.sievi.com

Durch die Gore-Tex-membran ist der Cobra GT Roller+ S3 atmungsaktiv und wasserdicht. (Foto: Sievi)



PERFEKTE ERGÄNZUNG

Der deutsche Hersteller Stabilus Safety entwickelt traditionsgemäß hochwertige Sicherheitsschuhe. Nun ergänzt er sein Sortiment zusätzlich um eine eigene Workwear-Kollektion. Mit dem Fokus auf funktionellen Schutz, Tragekomfort und Qualität der Materialien bietet Stabilus Safety zunächst unterschiedliche Arbeitshosen, Socken und Steppwesten an. Ebenfalls in Produktion, und ab Frühjahr erhältlich, sind T-Shirts und Jacken.

Die ergonomisch geformten Arbeitshosen Wörnitz und Donau mit elastischem Bund und Stretchkeil im Schritt verfügen über funktionale Cargotaschen und Verstärkungen an den Seiten- und Gesäßtaschen. Reflektoren sorgen für Sichtbarkeit bei dunklen Arbeitsbedingungen. Unter dem Namen Rostock wurde eine Steppweste auf den Markt gebracht, die mit einem verstellbaren Saum und Veredelungsreißverschluss ausgestattet ist. Zwei Taschen außen und zwei weitere Innentaschen bieten den nötigen Platz für Handy, Stifte & Co.

Eine Besonderheit stellt die Reihe #OLD2NEW dar, die aus zirkulär gewonnenen Materialien produziert wird. Aktuell sind bereits T-Shirts dieser Kollektion erhältlich. Bei dem Produktionsverfahren werden Ressourcen geschont. Zu 100 Prozent zirkulär gewonnene Arbeitskleidung basiert auf unverkauften Artikeln von Modemarken und Handelsketten sowie der Wiederverwendung von Kleidungsstücken. Weniger Wasserverbrauch, ein reduzierter CO₂-Ausstoß und der verminderte Einsatz von Pestiziden, wie sie in der klassischen Textilproduktion eingesetzt werden, sind einige der stichhaltigen Argumente für diese Kollektion. Mit zirkulären Produkten kann Arbeitskleidung nachhaltig gestaltet werden.



Die Arbeitshose Donau aus der Workwear-Kollektion von Stabilus Safety. (Fotos: Stabilus)



Sorgt mit einem verstellbaren Saum für den perfekten Sitz: die Steppweste Rostock.

www.stabilus-safety.de

AUF FUNKTIONALITÄT ZUGESCHNITTEN

Coverguard erweitert seine Workwear-Kollektion um fünf neue Serien von Arbeitshosen und Arbeitsjacken. Allen gemeinsam ist die hohe Funktionalität, angepasst an die Zielgruppen, auf die die jeweiligen Serien zugeschnitten sind.

So sind die Hosen und Jacken der Serie Cristobal aus Ripstop mit Stretch-einsätzen und zahlreichen Verstärkungen ausgestattet. Abnehmbare Holstertaschen, Werkzeughalter und die Möglichkeit, die Hose um 5 cm zu verlängern, komplettieren die Serie.

Aus leichtem Baumwollmaterial mit 200 g/qm sind die Chonco Arbeitshosen. Sie sind mit Taschen für das Kniepolster 8Knee ausgestattet und erfüllen alle Ansprüche, die an funktionale Arbeitshosen gestellt werden.

Ein ultradehnbarer Schnitt zeichnet die Hosen der Serien Casita und Telica aus, ebenso wie Oxford-Knietaschen und zahlreiche Verstärkungen. Für ergonomischen Tragekomfort sorgen ein erhöhter Bund, die Möglichkeit zur Verlängerung der Hosen um 5 cm sowie mehrere Werkzeugtaschen.

www.coverguard-safety.com

Die Hosen der Serie Cristobal sind mit abnehmbaren Holstertaschen und Werkzeughaltern ausgestattet.



Die Arbeitshosen der Serien Casita für Frauen und Telica für Männer haben einen ultradehnbaren Schnitt und bieten ergonomischen Tragekomfort. (Fotos: Coverguard)

NEUE ARBEITSHOSEN-GENERATION

Weniger als ein Jahr nach Markteintritt baut die neue Workwear-Marke Schöffel PRO ihr Angebot an hochfunktionellen, robusten, aber dennoch leichtgewichtigen und individuell anpassbaren neuen Arbeitshosen aus. Die vier Arbeitshosen-Modelle der neuen Generation sind nun zusätzlich zu den Farben Blau, Grau und Grün auch in der Trendfarbe Schwarz erhältlich.

Herzstück der neuen Arbeitshosen-Kollektion ist die innovative PRO Werkzeugtasche, die sich optimal an die individuellen Anforderungen des Trägers anpassen lässt – und das in Sekundenschnelle. Ob für die permanente Aufbewahrung von viel Werkzeug, das schnell verfügbar sein muss, oder für nur den gelegentlichen Einsatz des Zollstocks – die PRO Werkzeugtasche bietet für jeden die passende Lösung. Die einzippbare und bei Bedarf herausklappbare

PRO Werkzeugtasche bietet fünf Einsteckfächer und ein Zollstockfach. Eine große, umlaufende Reißverschluss tasche schützt das Werkzeug vor Verlust. Wenn kein Werkzeug benötigt wird, kann die PRO Werkzeugtasche einfach und schnell abgezippt und dank ihres sportlichen Looks auch nach Feierabend getragen werden. Ein zusätzlicher Adapter ermöglicht die Befestigung der PRO Werkzeugtaschen am Gürtel.

Thomas Bräutigam, Geschäftsführer Schöffel PRO GmbH: „Die zum Patent angemeldete PRO Werkzeugtasche unterstreicht die Funktionalität und Individualität von Schöffel PRO. Bei einheitlicher Optik wird ein flexibel adaptierbares Sortiersystem geboten – denn so individuell die Arbeit des Trägers ist, so sollte auch seine Workwear sein. Dank der verschiedenen Varianten der PRO Werkzeugtasche haben



Für die Anbindung des Fuse bietet Edelrid mit der Defuser Serie gleich drei Bandfalldämpfer an. Hierbei handelt es sich um kompakte Falldämpfer für Personenlasten bis max. 140 kg (Rescue Version bis max. 220 kg). Der Defuser, im Bild der Defuser S, reduziert im Sturzfall den auftretenden Fangstoß deutlich. (Fotos: Edelrid)



Das neue mitlaufende Auffanggerät Fuse ist besonders leichtgängig im Aufstieg sowie beim Abseilen.

NEUE MASSSTÄBE BEI MITLAUFENDEN AUFFANGGERÄTEN UND FALLDÄMPFERN

Das mitlaufende Auffanggerät Fuse von Edelrid läuft – im Aufstieg ebenso wie beim Abseilen – extrem leichtgängig am Sicherungsseil mit. Ermöglicht wird dies durch eine raffinierte Aufhängung am Hebelarm. Als einziges Sicherungsgerät am Markt erfüllt das Fuse bis 140 kg Nutzlast alle maßgeblichen Standards in Europa und Nordamerika – und das alles in einem kompakten Design mit einfacher Handhabung. Die integrierte Arretierfunktion des Klemmnockens kann zur straffen Arbeitsplatzpositionierung verwendet werden und verhindert Schlappseilbildung bei Wind. So fällt es leicht, sich auf die anstehenden Arbeiten zu konzentrieren, immer mit dem besonders sicheren Gefühl des Fuse im Rücken.

Auf eine konstruktive Besonderheit sind die Entwicklerinnen und Entwickler aus Isny im Allgäu besonders stolz: „Beim Fuse sind der Auslöse- und Blockiermechanismus baulich voneinander getrennt. Diese zum Patent angemeldete Konstruktion ist einzigartig am Markt und

macht das Gerät zuverlässiger und sicherer“, so Lucas Taddei, Produktmanager Work Safety. „Der Verzicht auf einen gezahnten Klemmnocken macht das Gerät besonders seilschonend. Außerdem ist es hierdurch möglich, dass das Fuse nach einer Sturzbelastung einfach wieder vom Seil gelöst werden kann.“

Ein großer Vorteil im Handling: Das Fuse ist bequem am Seil ein- und auszuhängen, ohne es dazu vom Karabiner trennen zu müssen. In Verbindung mit den leichten und kompakten Defuser Falldämpfern (S, L oder Rescue) liegt der maximale Fangstoß 30 Prozent unter der Norm. Durch die unterschiedlichen Dämpferlängen und -leistungsparameter gibt es für jeden Einsatzzweck das ideale Setup – auch bei Rettungseinsätzen und horizontaler Anwendung.

www.edelrid.com

Unternehmen nun die Möglichkeit, ein Arbeitshosenmodell an die Bedürfnisse der Mitarbeiter anzupassen.“

Alle Arbeitshosen sind in kurzen, normalen und langen Größen und nun auch in Schwarz erhältlich. Alle Arbeitshosenmodelle haben gemeinsam, dass sie für erhöhte Strapazierfähigkeit mit Cordura Naturale Stoffen an Knie-/Gesäß-Partien, unterem Rücken, Beinenden und Tascheneingriffen verstärkt sind. Das Modell „Maschine“ ist auch als Shorts verfügbar – ideal für Arbeiten an warmen Tagen.

www.schoeffel-pro.com

Da individuelle Anforderungen unterschiedliche Lösungen verlangen, wurde für maximale Funktionalität und Flexibilität die PRO Werkzeultasche in zwölf verschiedenen Varianten entwickelt. (Foto: Schöffel PRO)



DEN ELEMENTEN TROTZEN

Die neue Winterkollektion Fear No Element von Bläkläder beinhaltet Kleidungsstücke aus den Bereichen Multinorm und Warnschutz. Die Kollektion wurde von Grund auf neu entwickelt. In jeder Entwicklungsentscheidung stecken 60 Jahre Erfahrung, um zu gewährleisten, dass sich die Nutzerinnen und Nutzer bei jedem Wetter sicher und wohl fühlen. Die neuen Materialien arbeiten in Symbiose, um die strapazierfähigste, bequemste und sicherste Kleidung für diese Anwendungen zu schaffen. Die Kollektion beinhaltet auch speziell für Damen konzipierte Kleidungsstücke.

Die Multinorm Kleidungsstücke bieten segmentierte Reflexstreifen, durchdachte und funktionelle Zusätze und ein modernes Design, das jeden wie den Profi aussehen lässt, der er ist.

Die Warnschutz Kleidungsstücke ermöglichen es jedem Team, unabhängig vom Beruf, einheitlich auszusehen und bequem zu arbeiten. Sie erfüllen alle Anforderungen in Bezug auf Sichtbarkeit, Sicherheit und Haltbarkeit.

www.blaklader.de

Mit der Winterkollektion Fear No Element von Bläkläder lässt sich den Elementen trotzen. (Foto: Bläkläder)



ALLROUNDER FÜRS AUGEN

Mit der Univet 506U hat Univet – der italienische Spezialist für eleganten Augenschutz – einen wahren Allrounder geschaffen. Die ultraleichte und sportliche Bügelbrille überzeugt auf allen Ebenen. Vielfältige Einstellungsmöglichkeiten sowie eine ergonomisch geformte Wrap-around-Scheibe sorgen für einzigartigen Tragekomfort, sogar mit Atemschutz.

Neben der beliebten klaren Variante deckt Univet mit der G15- und der G65 Scheibe auch die Bedürfnisse im Outdoorbereich ab. Die G15-Scheibe bietet besten Sonnenschutz bei gleichzeitig sehr guter Farberkennung. Die innovative G65-Scheibe lässt den Innen- und Außenbereich verschmelzen. Eine leicht getönte Scheibe, die perfekt für Arbeitsplätze mit wechselnden Lichtverhältnissen (z. B. für Staplerfahrer) oder gegen Blendung geeignet ist. Und das auch bei perfekter Farberkennung. Natürlich sind die Gläser auch beschlag- und kratzfest dank der Vanguard Plus Beschichtung.

Mit der Hybridvariante dieses beliebten Klassikers vervollkommnet Univet die Produktfamilie. Durch ein Set aus Gummirahmen und Kopfband wird eine elegante Brücke zwischen Bügelbrille und Vollsichtbrille geschlagen: Die Kombination aus der Leichtigkeit und dem angenehmen Tragegefühl einer Bügelbrille und dem Rundumschutz ähnlich einer Vollsichtbrille.

www.univetsafety.com/de

Jüngstes Familienmitglied: Die Kombination aus Bügelbrille und Vollsichtbrille mit Gummirahmen und Kopfband.



Die Basis der Univet 506U-Produktfamilie: Die leichte Bügelbrille mit hohem Tragekomfort. (Fotos: Univet)



Die Varianten für den Outdoorbereich: mit getönten Scheiben für besten Sonnenschutz ...

... und mit leicht getönten Scheiben für wechselnde Lichtverhältnisse.



Die HRO Gummisohle des Puma Safety Vivid GH Low mit ihren verschieden geformten Profilelementen sorgt für optimale Beweglichkeit und sicheren Kontakt zum Boden (SRC). In der ultraleichten EVA Zwischensohle sorgen unzählige kleine Luftbläschen für eine optimale Dämpfung und eine verbesserte Abrollbewegung des Fußes.



KONSEQUENT NACHHALTIG

Unter dem Konzept „Green Heart“ begegnet ISM mit der Entwicklung nachhaltiger Sicherheitsschuhe gezielt der Nachfrage von Partnern, Endkunden und Handel und hat eine Kapselkollektion nachhaltiger Sicherheitsschuhe aus recycelten Materialien unter den Marken Albatros und Puma Safety auf den Markt gebracht.

Das Safety Knit Green Obermaterial der „Green Heart“ Modelle von Albatros und Puma Safety wird teilweise aus recycelten Polyesterfasern hergestellt. Safety Knit Green ist ein hochflexibles und atmungsaktives Obermaterial, das gleichermaßen leicht und strapazierfähig ist. Die Farbkombinationen schwarz-grün und schwarz-grün-hellblau wirken frisch und unterstreichen den nachhaltigen Charakter der Modelle. Das „Green Heart“ Label am Produkt sorgt für eine deutliche Hervorhebung am PoS. Komplettiert wird das Verkaufskonzept mit einem nachhaltigen Schuhkarton.

Neben der Optik spielen die technischen Aspekte der Arbeitsschuhe eine tragende Rolle. Beide Green Heart Modelle erfüllen nach DIN EN

ISO 20345 die Sicherheitsanforderungen der Klasse S1P. Sie sind ESD-fähig und dadurch geeignet für Arbeiten mit sensiblen Bauteilen, die durch elektrostatische Entladung beschädigt oder zerstört werden können. Eine leichte Fiberglaskappe schützt vor herabfallenden Gegenständen mit einer Energie von bis zu 200 Joule. Ein besonderes Plus an Komfort und Sicherheit bietet der nachhaltige FAP Green Durchtrittschutz der neuesten Generation aus recycelten, nichtmetallischen und extrem reißfesten Textilfasern. Die besonders hohe Flexibilität sorgt dafür, dass der Durchtrittschutz für den Träger uneingeschränkten Schutz bietet, dabei aber nicht spürbar ist.

Kälteisolierende Eigenschaften und eine hohe Feuchtigkeitsaufnahme sorgen für eine klimaregulierende Wirkung und verbessern den Feuchtigkeitstransport im Schuh. Beide „Green Heart“ Modelle sind besonders für trockene Arbeitsbereiche in Handwerk, Industrie, Logistik und Fertigung geeignet. Für die individuelle Anpassung an den Fuß des Trägers sind die Sicherheitsschuhe der Green Heart Linie mit einer von Orthopädienschuhmachern entwickelten, anatomisch geformten Einlegesohle ausgestattet, die einen Austausch ohne Verlust der Sicherheitseigenschaften zulässt.

www.ism-europa.de



Die XTS Cross Terrain Sohle des Albatros Splendid Green GH Low ist leicht zu reinigen und garantiert perfekten Bodenkontakt. Sie ist rutsch- und abriebfest und bis zu 300° C hitzebeständig (HRO). Durch das speziell angelegte Sohlenprofil und breite Flexkerben ist sowohl die optimale Flexibilität als auch hervorragende Wasserverdrängung für sicheren Halt auf unterschiedlichen Untergründen garantiert. (Fotos: ISM)

Die Herbst-Ausgabe von **WEAR@WORK** erscheint am 13.10.2023:

Mit der **A+A** steht im Oktober wieder ein **ZENTRALES BRANCHENEREIGNIS** im Kalender. Wir berichten in unserer Ausgabe, die im **VORFELD DER MESSE** erscheint, über das, was in **DÜSSELDORF** zu sehen sein wird – und über einiges mehr.



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>

daiber

WE ♥ TEXTILES SINCE 1912

WORK WEAR

BY DAIBER.DE

myrtle
beach

JAMES &
NICHOLSON