

AUSGABE HERBST 2024

WEAR@WORK

HOTSPOT HANDEL BERUFSBEKLEIDUNG UND PSA

Milwaukee[®]

**PERSÖNLICHE
SCHUTZ-
AUSRÜSTUNG**

ÜBER 850 LÖSUNGEN
VON MILWAUKEE[®]



VON KOPF
BIS
FUSS

WELLNESS

FÜR DIE FÜSSE

ENNO XXT PRO MID ESD S3S

ART.-NR.: 760311 | GR: 39 – 47



ELTEN



AUSGEZEICHNETE NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

EcoVadis ist eine internationale Bewertungsplattform zur Ermittlung der Nachhaltigkeit in den vier Kategorien Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, Ethik und nachhaltige Beschaffung. Mit der Platin-Medaille gehört ELTEN zu den besten 1%. In einigen Modellen setzen wir auf einen besonders hohen Anteil an recycelten Materialien. Darunter auch der ENNO XXT Pro Mid ESD S3S mit optimaler Dämpfung dank Sohlenkern aus Infinergy® von BASF.

Weitere Modelle und Infos finden Sie unter **ELTEN.COM**

BEWUSST ODER BEQUEM?



Auch wenn viele Maßnahmen zum Schutz bei der Arbeit schon lange vorgeschrieben sind, wurden sie oft ein wenig halbherzig umgesetzt, waren lästig oder nach Ansicht der Praktiker einfach überflüssig. Dass Prävention und Schutz aber durchaus sinnvoll ist, diese Erkenntnis, so hat man den Eindruck, setzt sich

mehr und mehr durch. Zu teuer sind die Ausfallzeiten von Mitarbeitenden, die sich verletzt haben, zu rar die Facharbeiterinnen und Facharbeiter, die es deshalb zu schützen gilt.

Bei dieser Beobachtung stellt sich die Frage: Ist es das Bewusstsein, das hier um sich greift, oder hat es möglicherweise auch etwas mit der Workwear und PSA zu tun, die den Mitarbeitenden auf den Baustellen, bei der Montage oder wo auch immer, heute geboten wird. Wenn Schutzkleidung bequem, Kopf- und Gehörschutz angenehm zu tragen und Hautschutz spürbar wirksam ist, steigt die Akzeptanz und Bereitschaft, die Vorgaben mit zu tragen. Und wenn dann über modische Workwear noch Farbe ins Spiel kommt, die in den Alltag übertragen werden kann, wird das zum mehrfachen Erfolgsfaktor.

Sind solche Produkte die Grundlage für ein erfolgreiches Verkaufen, dann ist ganz sicher der Service, der rund um die Produkte geboten wird, ein weiterer entscheidender Faktor. Egal, ob von Herstellern auch zur Unterstützung des Handels angeboten, oder vom Handel selber geleistet, die Bereitschaft, für den Schutz auch Geld auszugeben, steigt, wie immer wieder zu hören ist, mit dem komplementären Service. Und dann darf es bei den Kundinnen und Kunden manchmal auch ein wenig mehr sein – auch beim Preis.

In diesem Sinne, herzlichst

HARTMUT KAMPHAUSEN

INHALT

IM GESPRÄCH

Uvex Safety: Der Marken-System-Anbieter	4
Blåkläder: Unterstützen durch Alleinstellung	6
HB Protective Wear: Vielfacher Schutz	8

MESSEN

Arbeitsschutz Aktuell: Trend Updates	10
--	----

HANDEL

Safeline: Es passt alles	12
--------------------------------	----

UNTERNEHMEN

Elten: Komplettservice rund um	
Fußgesundheit und -sicherheit	14
Daiber: Corporate Fashion, die verbindet	16
Milwaukee: Mit Sicherheit produktiv	18

PRAXIS

PGP: Ein Tag im Leben eines Hautschutzberaters	20
--	----

KOLLEKTIONEN

Fristads: Multinorm-Innovation	22
Petzl: Verbindungsmittel zur Absturzsicherung	23
JSP Safety: Flexible Sicherheit für den Kopf	23

RUBRIKEN

Editorial	3
Impressum	3
Vorschau	23

TITEL

Mit Sicherheit produktiv

Sicherheit von Kopf bis Fuß – Milwaukee, bekannt für Premiumwerkzeuge für professionelle Anwender, hat sein Sortiment im Bereich Persönliche Schutzausrüstung (PSA) konsequent weiterentwickelt und ausgebaut. Dabei verfolgt der Hersteller den gleichen hohen Anspruch wie bei der Entwicklung seiner Akku-Elektrowerkzeuge: Innovative Lösungen sollen den Anwendern helfen, ihre Arbeit effizienter und sicherer auszuführen.

Weitere Informationen: www.milwaukeetool.de



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 April und im Oktober als Supplement der Fachzeitschrift ProfiBörse – etabliertes Fachmedium für den Produktionsverbandshandel (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.

Anzeigenberatung und Verkauf:

Media- und Servicebüro Bernd Lochmüller
Bleichstr. 77a, 33607 Bielefeld
Tel. (01 71) 610 26 78
E-Mail: verlag@wearatwork.de

Vertrieb/Abonnementservice:

Tel. (05 21) 4 00 21-0

Layout: Overländer visuelles..., 47441 Moers

Druck: KLOCKE PrintMedienService,
Am Wittenberg 24, 33619 Bielefeld

DER MARKEN-SYSTEM-ANBIETER

Eine Universalmarke für ein breites Produktspektrum, daneben Spezialistenmarken für einzelne Bereiche, das ist die Markenwelt von Uvex, Heckel, HexArmor und Laservision. Wir sprachen mit Martin Leusmann, Geschäftsführer der Uvex Safety Group GmbH & Co. KG, über die Markenstrategie, die Kommunikation und das übergreifende Thema Nachhaltigkeit.

Wear@Work: Sie bieten ein umfassendes Schutzsortiment von Kopf bis Fuß, für Augen, Ohren, Füße oder Hände an, wird die Gesamtkompetenz der Marke im Markt und vom Handel umfassend gesehen?



Martin Leusmann, Geschäftsführer der Uvex Safety Group GmbH & Co. KG.

Martin Leusmann: Uvex ist als Markensystemanbieter in den unterschiedlichen Märkten fest etabliert. Als einziges Unternehmen in der internationalen PSA-Branche bieten wir ein durchgehendes Produktsystem unter einer Marke an. Wir haben hierbei den Vorteil, dass wir die unterschiedlichen Produktkategorien schon bei der Entwicklung aufeinander abstimmen können und beispielsweise eine Schutzbrille perfekt zum Helm oder zur Atemschutzmaske passt. Mit unserem umfassenden Produktportfolio können wir die meisten Anwendungsgebiete für persönliche Schutzausrüstung abdecken. Natürlich ist es uns

nicht möglich, alle Nischenprodukte anzubieten. Grundsätzlich sind wir aber mit unseren neun Produktgruppen sehr gut aufgestellt.

Sie agieren teilweise in den Segmenten mit mehreren Marken, warum erfolgt dies und wäre die Konzentration auf die eine Marke für die Kommunikation einfacher?

Wir haben die Kernmarke Uvex, unter der wir alle neun Produktgruppen anbieten. Daneben haben wir im Schuhbereich die Marke Heckel, im Handschutz die Marke HexArmor und im Laserschutz die Marke Laservision. Diese Marken stehen für Spezialbereiche in ihren jeweiligen Produktkategorien und ergänzen das Uvex Sortiment. Unsere amerikanische Tochtergesellschaft HexArmor ist beispielsweise ein absoluter Spezialist bei den Themen Stich-, Schnitt- und Stoßschutz bei Schutzhandschuhen und bietet Produkte an, die wir im Uvex Sortiment in dieser hochspezialisierten Ausrichtung nicht haben. Natürlich benötigen diese Marken eine eigene Kommunikation und Markenwelt, um die unterschiedlichen Anwendungsbereiche herauszustellen. Das ist etwas mehr Aufwand, der sich aber absolut lohnt.

Wie unterstützen Sie die Mitarbeitenden im Handel bei der Beratung, auf welche Medien können die Beratenden zugreifen?

Wir vertreiben unsere Produkte in den meisten europäischen Märkten über unsere Handelspartner und haben natürlich ein großes Inte-

resse daran, dass deren Mitarbeiter die Uvex Produkte umfassend erklären können. Neben Trainings in unserer Uvex Academy in Fürth haben wir dazu natürlich eine Vielzahl von analogen und digitalen Medien geschaffen. Dazu zählen Drucksachen wie Kataloge oder Produktbroschüren, aber auch viele Videos, die die Features der Produkte und deren Anwendung erklären. Wir haben auch einige digitale Beratungstools wie dem Uvex Glove Expert zur Ermittlung der Chemikalienbeständigkeit bei Schutzhandschuhen oder unser Xact-fit-Testsystem für Gehörschutzstöpsel. Diese Tools geben eine Auswahlhilfe für das richtige Produkt und stellen eine zielgerichtete Beratung sicher. Bei Bedarf können die Handelspartner auch auf die Spezialisten in den einzelnen Produktbereichen bei Uvex zurückgreifen und erhalten die nötige Unterstützung.



Welche Erwartungshaltung haben Sie bei einer Zusammenarbeit an den Handel im Hinblick auf die Beratungskompetenz?

Jeder Arbeitsplatz ist anders und somit auch die individuelle Gefährdung der jeweiligen Mitarbeiter. Unser gemeinsames Ziel mit dem Handel ist nicht nur der Verkauf von Produkten, sondern vor allem, dass wir die Arbeitsplätze sicherer machen. Hierfür ist die Beratungskompetenz essenziell und wir tun alles um die Handelspartner dahingehend zu qualifizieren, dass sie das richtige Produkt für die richtige Gefährdung empfehlen. Wie gerade beschrieben, haben wir dafür viele Schulungstools und Medien, die hierbei eine effektive Hilfestellung geben. Selbstverständlich legen wir auch große Sorgfalt auf die Auswahl unserer Handelspartner und streben langfristige und intensive Partnerschaften an.

Über alle Produktbereiche und Marken hinweg ist Nachhaltigkeit ein zentrales Thema. Wie wird das von Anwenderinnen und Anwendern sowie vom Handel angenommen?

Uvex gehört beim Thema Sustainability zu den Vorreitern der Branche. Wir haben bereits vor 15 Jahren begonnen, unsere Werke hinsichtlich nachhaltiger Themen wie der Nutzung von Photovoltaik und „grüner Energie“, Wasserverbrauch und Abfallreduzierung zu optimieren. Seit etwa fünf Jahren entwickeln wir nun auch verstärkt nachhaltige Produkte, die zum Teil aus biobasierten oder recycelten Materialien bestehen und auch nachhaltige Verpackungskonzepte haben. Sehr weit sind wir auch bei der Messung des CO₂-Fußabdrucks jedes einzelnen Produktes. Wir können mittlerweile für viele unserer Produkte den exakten Wert ermitteln und bieten unseren Kunden damit

eine gute Vergleichsmöglichkeit. Diese umfassenden Aktivitäten werden von unseren Kunden geschätzt und mittlerweile auch verstärkt nachgefragt. Obwohl die Produktion dieser nachhaltigen Produkte aufgrund der alternativen Materialien in der Regel teurer ist, sind höhere Preise allerdings nach wie vor nur sehr schwer umzusetzen.

Welche weiteren Sortiments- bzw. Produktveränderungen gibt es im Hinblick auf das Thema Nachhaltigkeit aktuell bzw. werden zeitnah umgesetzt?

Für uns ist klar, dass wir den Weg der nachhaltigen Produkte weitergehen werden. Themen wie die Nutzung von massenbilanziertem Polycarbonat für die Scheiben unserer Schutzbrillen oder die Verwendung von eigenen PU-Abfällen in den Sohlen unserer Sicherheitsschuhe werden flächendeckend über nahezu das ganze Sortiment eingesetzt. Darüber hinaus arbeiten wir auch an ersten Pilotprojekten für ein Produkt-Kreislauf-Konzept. Das heißt, dass wir unsere Produkte nach der Nutzung wieder einsammeln und sie entweder einem Recycleprozess zuführen oder sie für eine weitere Nutzung komplett aufarbeiten. Diese Pilotprojekte mit ausgewählten Kunden entwickeln sich sehr vielversprechend und wir werden spätestens zur A+A 2025 spannende Ansätze vorstellen können.

www.uvex-safety.com

Protecting planet – Uvex bietet ein komplettes System nachhaltiger PSA.



Perfekt geschützt in vielen Anwendungen: Von Kopf bis Fuss in den Marken Uvex, HexArmor und Heckel. (Fotos: Uvex)



UNTERSTÜTZEN DURCH ALLEINSTELLUNG

Gestartet 1959 in Schweden, gehört Blåkläder heute zu den führenden Workwear-Marken in Europa. Produziert werden die Kollektionen in Vietnam, Sri Lanka und Myanmar. Für die nächste Zeit hat man sich bei Blåkläder eine deutliche Aufwärtsentwicklung vorgenommen – auch in Deutschland. Wir sprachen darüber mit Jan Gundermann, Managing Director Germany von Blåkläder.

Wear@Work: Wie entwickelt sich der Markt für Workwear, wie entwickelt sich Blåkläder in Deutschland aktuell?

Jan Gundermann: Die allgemeine Marktsituation ist aufgrund der weltweiten gesamtwirtschaftlichen Lage sicherlich auch im Workwear-Bereich derzeit herausfordernd. Dennoch entwickelt sich Blåkläder in Deutschland sehr positiv und zeigt eine erfreuliche Wachstumstendenz. Besonders eine vielfältige Produktauswahl und hochwertig produzierte Waren werden von Kunden geschätzt.

Mit welchen Themen setzen Sie Akzente im Markt?

Unsere Schwerpunkte liegen in der Entwicklung flammresistenter und hochsichtbarer Arbeitskleidung. Darüber hinaus legen wir großen Wert auf Nachhaltigkeit und verbessern kontinuierlich unsere Lieferfähigkeit durch optimierte Logistikprozesse. Auch unsere inter-

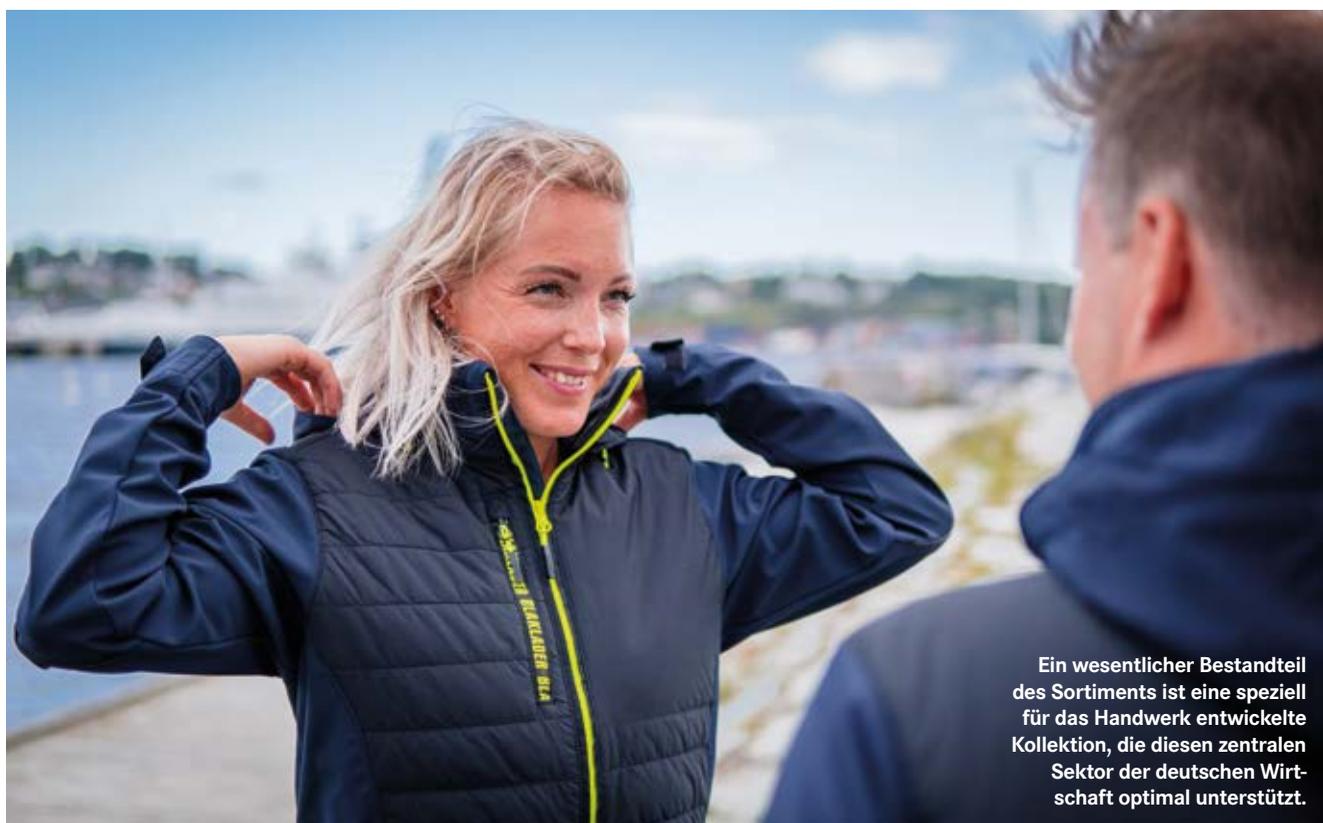


Jan Gundermann, Managing Director Germany von Blåkläder. (Fotos: Blåkläder)

nationale Ausrichtung trägt maßgeblich zur Wettbewerbsfähigkeit bei. Ein wesentlicher Bestandteil unseres Sortiments ist zudem eine speziell für das Handwerk entwickelte Kollektion, die diesen zentralen Sektor der deutschen Wirtschaft optimal unterstützt.

Wie finden sich diese Themen im Sortiment wieder?

Im Sortiment finden sich diese Themen durch ständige Innovationen und Erweiterungen unseres Angebots wieder: Dazu zählt zum Beispiel die Einführung von Stretch-Materialien im Bereich der flammresistenten Kleidung. Außerdem äußert sich diese hohe Flexibilität in unseren Produktionskapazitäten, die eine hohe Lieferfähigkeit sicherstellen.



Ein wesentlicher Bestandteil des Sortiments ist eine speziell für das Handwerk entwickelte Kollektion, die diesen zentralen Sektor der deutschen Wirtschaft optimal unterstützt.



Nicht zuletzt aufgrund von Alleinstellungsmerkmalen verzeichnet die Workwear-Marke aus Schweden in Deutschland ein kontinuierliches Wachstum.



Zum umfangreichen Sortiment gehören auch Sicherheitshandschuhe – selbstverständlich auch mit Smartswipe-Funktion.

Wie unterstützen Sie den Handel, Themen und Neuheiten zu den Kundinnen und Kunden des Handels zu transportieren?

Wir unterstützen den Handel durch eine Vielzahl von Marketingaktivitäten und bieten aktive Außendienstunterstützung, um sicherzustellen, dass unsere Themen und Neuheiten effektiv zu den Endkundinnen und -kunden kommuniziert werden. Nicht zuletzt vermitteln wir auf wichtigen Messen wie der Arbeitsschutz Aktuell dem Handel die Hintergründe und Alleinstellungsmerkmale unserer Produkte.

Welches Gewicht hat der Online-Vertrieb - nicht zuletzt im Hinblick auf eine durch Direktvertrieb präsente Marke - von Workwear und wie stärken Sie in diesem Kanal Ihre Handelspartner?

Der Online-Vertrieb gewinnt zunehmend an Bedeutung. Wir stärken unsere Handelspartner in diesem Kanal durch gezielte Marketingaktionen und technische Anbindungen, um den Fokus auf die Stärkung unserer Partner zu legen. Um unsere Händler beim Verkauf bestmöglich unterstützen zu können, bieten wir für sie beispielsweise auch individuelle Webshoplösungen für ihre Endkunden an.

Für wie offen schätzen Sie den Handel für eine Rücknahme von Workwear im Sinne einer Kreislaufwirtschaft ein?

Wir glauben, dass der Wille zur Einrichtung von Rücknahmesystemen groß ist, und die Rücknahme getragener Kleidungsstücke mit dem Ziel des Recyclings ist eine gute Absicht. Dennoch gibt es derzeit noch viele Herausforderungen im Bereich der Textilrecyclingtechniken zu bewältigen. Daher muss die tatsächliche positive Auswirkung auf die Klimaauswirkungen immer bewertet und berücksichtigt werden. Kreislaufwirtschaftliche Geschäftsmodelle umfassen jedoch viel mehr als nur Recycling, wobei die Langlebigkeit der Kleidungsstücke immer noch am wichtigsten ist.

www.blaklader.de

**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.

VIELFACHER SCHUTZ

In seiner Kommunikation tritt HB Protective Wear seit der letzten A+A als „Die Schutzmarke!“ auf. Über die Intention, die konkrete Umsetzung und das, was die Schutzmarke ausmacht, sprachen wir mit Claudia Horn, Marketing & Communication bei HB.

HB Protective Wear ist der einzige Hersteller in Deutschland, der seit über 70 Jahren ausschließlich Schutzbekleidung konfektioniert. (Fotos: HB)



BRONZE | Top 35%

ecovadis

Sustainability Rating

AUG 2024

HB Protective Wear hat sich der umfangreichen Prüfung und Bewertung seiner Nachhaltigkeitsleistung durch das CSR Rating-Unternehmen Ecovadis unterzogen und in dessen weltweit geltendem Sustainability Ranking auf Anhieb die Bronze-Medaille erhalten. Konkret bedeutet diese Auszeichnung für Kunden und Geschäftspartner von HB, dass sie mit einem Unternehmen zusammenarbeiten, welches zu den Top 35 Prozent aller in den letzten zwölf Monaten von Ecovadis bewerteten Unternehmen zählt. Innerhalb des verarbeitenden Gewerbes erreichte HB Protective Wear sogar einen Platz unter den Top zehn Prozent.

Wear@Work: Auf der A+A 2023 haben Sie „Die Schutzmarke“ gelauncht. Ob auf der Messewand oder auf dem Katalogcover – die neue Marken- und Produktkommunikation war auf der Messe nicht zu übersehen. Was ist die Idee dahinter?

Claudia Horn: Wir wollen damit klar zum Ausdruck bringen, dass wir DER PSA-Bekleidungshersteller sind, der sich seit über sieben Jahrzehnten voll und ganz auf das Thema der hochwertigen Schutzkleidung konzentriert und dass wir dies von Anfang an getan haben. Dadurch, dass wir ausschließlich Schutzbekleidung entwickeln und anbieten, haben wir in dieser langen Zeit eine hohe Kompetenz in diesem vielfältigen Produktsegment aufgebaut. Wir wissen einfach, wovon wir sprechen, wenn wir über Schutzbekleidung reden. Das bringt Sicherheit nicht allein für die Anwenderinnen und Anwender, sondern auch für unsere Handelspartner. Sie können sich – mit Sicherheit – darauf verlassen, dass sie ihren Kunden Qualität und höchste Standards liefern.

Wo und wie wird „Die Schutzmarke“ eingesetzt?

Wir kommunizieren „Die Schutzmarke“ sowohl in der analogen wie in der digitalen Kommunikation, so zum Beispiel auf Rollups, die wir auf Hausmessen und Messen einsetzen, in klassischen Anzeigen sowie in sämtlichen Online-Kanälen. Dadurch möchten wir natürlich die Aufmerksamkeit auf diese Thematik lenken. Und wir wollen damit Ansatzpunkte schaffen, die unser Außendienst sowie auch unsere Partner gegenüber den Kunden nutzen können, die besondere Qualität und Zuverlässigkeit unserer Produkte herauszustellen.

Sie arbeiten seit fast einem Jahr mit „Der Schutzmarke“, wie ist die bisherige Resonanz?

Wir haben für die Einführung bewusst die wichtigste Messe für den Arbeitsschutz gewählt und spielen das Thema seitdem eher als leise Kampagne weiter mit dem Ziel, langsam aber stetig damit am Markt und beim PSA-Träger durchzudringen. Bisher funktioniert das sehr gut und wir bekommen sowohl von Kunden als auch von Marktbegleitern ein sehr positives Feedback. Wir gehen davon aus, dass sich unsere Marke mit der Zeit fest als „Die Schutzmarke“ etabliert.

Zu einer Schutzmarke gehört immer mehr auch der Aspekt der Nachhaltigkeit, Stichworte wie Schutz von Ressourcen oder von Lebensqualität der Mitarbeitenden gehören in diese Perspektive. Wie schützt HB Protective Wear an dieser Stelle?

Nachhaltigkeit spielt bei uns seit einigen Jahren eine sehr zentrale Rolle, sowohl bei strategischen Unternehmensentscheidungen wie auch bei der Entwicklung neuer Produkte. Wir setzen, auch als nur mittelbar betroffenes Unternehmen, die Anforderungen des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (LkSG) um und werden uns zum Jahresende nach der ISO 14001 zertifizieren lassen. Auch haben wir uns der umfangreichen Prüfung und Bewertung durch das CSR Rating-Unternehmen Ecovadis unterzogen. Wir freuen uns, in diesem weltweit geltenden Sustainability Ranking auf Anhieb die Bronze-Medaille erhalten zu haben. Konkret bedeutet diese Auszeichnung für unsere Kunden und Geschäftspartner, dass sie mit einem Unternehmen zusammenarbeiten, welches innerhalb der Gruppe des verarbeitenden Gewerbes einen Platz unter den Top zehn Prozent erreicht hat. Für uns ist diese aussagekräftige Auszeichnung ein weiterer Baustein in unseren vielfältigen Nachhaltigkeitsbemühungen.



HB Protective Wear tritt seit der letzten A+A als „Die Schutzmarke“ auf und setzt die Kombination aus Logo und Schriftmarke in der Kommunikation ein.

Gerade der textile Bereich ist voll von Siegeln und Zertifikaten, welche darf HB Protective Wear über die Ecovadis-Auszeichnung hinaus führen?

Wir sind hier als reiner PSA-Bekleidungshersteller in einer besonderen Situation, denn oft werden die Rahmenbedingungen, die mit der klaren Priorisierung des Sicherheitsanspruchs einhergehen, vor allem bei den umweltbezogenen Siegeln im textilen Bereich nicht berücksichtigt beziehungsweise führen dazu, dass wir diese Siegel nicht oder nur eingeschränkt führen können.

Nach und nach werden jetzt bei einigen Siegeln Ausnahmeregelungen für PSA formuliert, ohne dass hier schon finale Ergebnisse vorliegen. Zudem gibt es nach unserem Eindruck eine wahre Inflation an Siegeln, die für unterschiedliche Ziele stehen, aber leider oft auf Kundenseite auch als gleichwertig betrachtet werden. So können z.B. auch einige unserer Artikel aufgrund einzelner Zutaten nicht nach dem OEKO-Tex Standard 100 zertifiziert werden, wobei wir allerdings immer darauf achten, dass die von uns eingesetzte Gewebe nach OEKO-Tex Standard 100 zertifiziert sind.



Claudia Horn, Marketing & Communication bei HB Protective Wear.

Ein Abrücken von unserer Strategie, Qualität und Sicherheit kompromisslos an die erste Stelle zu setzen, kommt für uns nicht infrage. Deshalb sind für uns Belege unserer Aktivitäten wie die erwähnte Ecovadis-Auszeichnung und andere Audits im Bereich der Sozialstandards wichtig, die auf bekannten Sozialstandards beruhen, einschließlich unseres eigenen HB Code of Conduct.

Ein Aspekt der Nachhaltigkeit ist ja auch die Reparaturfähigkeit und das Recycling, vermutlich ist dies aber bei PSA auch nicht ganz einfach, oder?

Langlebigkeit und Reparierbarkeit der Produkte stehen bei HB Protective Wear schon immer im Fokus und sind für uns Beleg für eine nachhaltige

PSA. Das Ziel ist zudem, wo immer dies möglich ist, nachhaltige Zutaten und Fasern wie recyceltes Polyester und Bio-Baumwolle einzusetzen. Hierbei gibt es allerdings noch einige Herausforderungen, denn derzeit erfüllen viele dieser Fasern die hohen Anforderungen an PSA noch nicht zuverlässig. Und besonders im Leasingbereich ist es für HB bereits seit langer Zeit wichtig, dass die Bekleidung auch viele Industriewaschen übersteht und der Schutz für den Träger auch nach häufigem Waschen noch auf gleichem Niveau vorhanden ist. Wir arbeiten zudem intensiv an Fragen, die sich mit der Kreislauffähigkeit von PSA auseinandersetzen und sondieren diesbezügliche Ansätze. Aber auch hierbei gibt es gerade mit Blick auf Multi-Risk-Produkte derzeit noch keine Möglichkeiten zum Recycling, und mögliche Kontaminationen von PSA am End-Of-Life erschweren diesen Schritt zusätzlich. Das alles sind aber für uns keine Gründe, diese Fragen nicht intensiv weiter zu bearbeiten. Schließlich sind wir die Schutzmarke.

www.hb-online.com

TREND UPDATES

Gerade im Arbeits- und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz gibt es immer wieder Änderungen und aktuelle Trends, die es zu berücksichtigen gilt. Die Messe Arbeitsschutz Aktuell zeigt exakt die Themen vom 5. bis 7. November in Stuttgart dem Fachpublikum aus Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Eröffnet wird die Arbeitsschutz Aktuell von Michael Kleiner aus dem Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Baden-Württemberg. Eine spannende Premiere auf dieser Plattform feiert der ehemalige Rekord-Joker des SC Freiburg und Buchautor Nils Petersen mit seiner Key-Note zum Thema ‚Körper = Kapital‘. Sie richtet sich vornehmlich an die Praktiker im Arbeits- und Gesundheitsschutz, BGM-Verantwortliche, Betriebsräte sowie an Fach- und Führungskräfte in den Personalabteilungen von Unternehmen und Behörden.

Für die rund 10.000 erwarteten Fachbesucherinnen und -besucher wurde das Messekonzept um einen erheblichen Mehrwert erweitert: Die in die Messehalle integrierte Praxis Konferenz mit sechs halbtägigen Themenschwerpunkten, die von Fachmedien und innovativen Partnern inhaltlich anspruchsvoll gestaltet werden, ist bereits im re-

gulären Messeeintritt enthalten. Darüber hinaus findet am Messedonnerstag, dem 7. November, ein Thementag zum Betrieblichen Gesundheitsmanagement statt. Mit einem Impulsvortrag unter dem Titel ‚Mein Höhenflug, mein Absturz, meine Landung im Leben‘ wird der ehemalige Weltklasseskispringer Sven Hannawald dem Publikum persönliche Einblicke zu Stress und Burn-Out-Risiken geben.

Als neue Messeschwerpunkte der Arbeitsschutz Aktuell 2024 werden Lösungen für Gefahrstoffmanagement und Absturzsicherung bzw. Steigtechnik gezeigt. Etwa 250 Aussteller werden Angebote und Lösungen zu zentralen Themen des Arbeits- und Gesundheitsschutzes präsentieren: beispielsweise Brandschutz, Persönliche Schutzausrüstung und Arbeitskleidung, Ergonomie sowie Software-Lösungen für das Arbeitsschutzmanagement. In Kooperation mit dem Deutschen Netzwerk Büro e.V. gibt es zudem eine Sonderfläche, die Lösungen für die Gesunderhaltung und die Gesundheitsförderung bei der multilokalen Bildschirmarbeit bereithält.

Neben der Praxis Konferenz gibt es auf der Arbeitsschutz Aktuell 2024 zwei weitere Foren, die den Besuchern ermöglichen sollen, ihr Wissen über aktuelle Trends und neue Produkte im Arbeits- und Gesundheitsschutz zu erweitern. Auf der „Expo Stage“ werden unterschiedliche Aussteller ihr Expertenwissen und ihre Produktinnovationen mit den Besuchern teilen. Eine gute Gelegenheit zum Erwerb von grundlegenden Informationen, die durch einen anschließenden Besuch auf dem jeweiligen Messestand bei Bedarf noch vertieft werden können.

www.arbeitsschutz-aktuell.de

Viel Mehrwert für die Messebesucher der Arbeitsschutz Aktuell: Der 5. bis 7. November 2024 sollte dick in den Kalendern markiert werden. (Foto: Hinte)



SICHER GESCHÜTZT AUCH IN GROSSER HÖHE

Auf der Arbeitsschutz Aktuell präsentiert der Weilheimer Hersteller Zarges am Stand L1.001 seine neuesten Produkte für die Absturzsicherung. Dazu gehören die vier Auffanggurte aus der Fall-Protection-Reihe. Sie sind so konstruiert, dass sie auch ohne langjährige Erfahrung schnell und einfach angewendet werden können. Zusätzlich umfassen alle Modelle das innovative, bislang einzigartige „Chair in the Air“-Prinzip, mit dem der Träger in wenigen Sekunden in eine sitzende Position gelangen kann. Dadurch schützen die Gurte vor einem lebensgefährlichen Hängetrauma.

Außerdem verfügen sie über Zmartcheck – einen NFC-Chip, in dem Daten wie Herstellungsdatum und Inspektionsdatum hinterlegt sind – sowie über einen Webalert. Dieser zeigt, wann Gurte zu spröde zur weiteren Verwendung sind, indem rote Fasern eingewebt sind. Weitere Produkt-Highlights sind der Anschlagpunkt Maueranker R3 und das Höhensicherungsgerät Exhelon, welches ebenfalls mit einem NFC-Tag sowie einem ergonomischen Tragegriff ausgestattet ist.

www.zarges.com



Innovation gegen Hängetrauma: Mit dem integrierten „Chair in the Air“ bringen sich die Benutzer schnell in eine sichere, sitzende Position. (Foto: Zarges)

uvex

uvex suXXeed industry

Industrie-Workwear für
Macher von Machern

Arbeitskleidung sollte nicht nur funktional sein, sondern auch einen neuen Maßstab in Sachen Komfort und Bewegungsfreiheit setzen.

Daher haben wir mit uvex suXXeed industry eine Workwear-Kollektion entwickelt, die optimal auf die Anforderungen der Industriearbeit abgestimmt ist.

Funktional. Komfortabel. Ästhetisch.



Optimale Bewegungsfreiheit
dank innovativem Stretch-
gewebe und 3D-Schnittführung



Ausgezeichneter Tragekomfort
und höchste Strapazierfähigkeit



Sportlich-moderner Look
mit körpernaher Silhouetten,
schmalen Beinabschlüsse und
dezenten Farbkontraste



Industriewäschetauglich
auch nach vielen Wäschen
wie neu

Mehr Informationen:



protecting people

uvex-safety.de/uvex-suXXeed-industry

ES PASST ALLES

Rundum gute Erfahrungen macht die Safeline GmbH in Dortmund mit dem Workwear-Hersteller DASSY aus Belgien. Seit vielen Jahren arbeiten die beiden Unternehmen zusammen, so dass sich Abläufe und Kommunikation eingespielt haben. Für das Großhandelsunternehmen ist es wichtig, sich auf den Lieferanten verlassen zu können, ganz gleich, ob es in Sachen Passform, Lieferzeit und Lieferfähigkeit, Farben, Neuheiten oder Marketingunterstützung geht.

„Das war ein Will-ich-haben-Moment“, erinnert sich Erhard Klar, Leiter Verkauf Arbeitsschutz bei der Safeline GmbH in Dortmund, an die Vorstellung der Classic-Serie von DASSY durch den damaligen Außendienstler des belgischen Unternehmens. Aber das sei „ewig her“, so lange, dass sich die Kollegen aus dem Innen- und Außendienst nicht erinnern, jemals ohne die Workwear-Marke im Angebot unterwegs gewesen zu sein. Den Ausschlag für die geschilderte spontane Aussage gaben die Produktqualität und die besonderen Features, die DASSY in seine Kleidungsstücke integriert hat: „Es gab einfache Dinge, die andere zum damaligen Zeitpunkt nicht hatten, wie einen Gummizug oder ein Saum von fünf Zentimetern in den Hosen, Taschen an den richtigen Positionen und ein sehr gut passender Schnitt“, so der Verkäufer. Durch den Saum kann beispielsweise auf die gesonderte Bestellung von längeren Größen verzichtet werden. „Die Kunden können die Länge dann individuell anpassen“, berichtet Erhard Klar „solche kleinen Besonderheiten sind es, die die Zusammenarbeit mit DASSY unkompliziert machen.“

Insgesamt lassen die Mitarbeiter von Safeline nichts auf die Marke aus Belgien kommen. Sie sind von der Produktqualität und vom Service, von der unkomplizierten individuellen Betreuung und dem Engagement der Ansprechpartner in Brügge überzeugt. „Vor allem mit



Unsere Gesprächspartner (v.l.n.r.): Erhard Klar, Leiter Verkauf Arbeitsschutz, Außendienstmitarbeiter Kai Brunner und der stellv. Leiter Einkauf Marcel Brunner.

der Passform und der Verarbeitung der Bekleidung sind die Kundinnen und Kunden sehr zufrieden“, berichtet Kai Brunner, Außendienstmitarbeiter bei Safeline. Aber auch die gleichbleibende Farbtreue und -abstimmung der Kollektionen, die eine durchgängige Ergänzung bestehender Kundenausstattungen ermöglicht, und die Robustheit von Material und Verarbeitung sind Faktoren, die für die Marke sprechen und den Zuspruch bei den Safeline-Kundinnen und Kunden immer weiter erhöht.

Als durchweg positiv wird auch die Lieferfähigkeit und Lieferzeit sowie der einfache Bestellprozess eingestuft, der online durchgeführt wird und damit eine geringe Fehlerquote generiert. Marcel Brunner, stellvertretender Leiter Einkauf: „Vor allem die Verfügbarkeitsabfrage über das Bestellportal macht es selbst in der laufenden Beratung einfach, Kundinnen und Kunden darüber zu informieren, wann sie die gewünschte Ware erhalten.“ Das ist sowohl im Kundengespräch von Vorteil, aber auch im Onlineshop wertvoll. Dieser wird aktuell überarbeitet, nicht zuletzt, um das Erscheinungsbild dem veränderten Auftritt des Herstellers anzupassen und die Verkäufe über diesen Kanal weiter zu forcieren. Denn, das zeigt die Erfahrung bei Safeline, die Kollektion verkauft sich insbesondere über den persönlichen Kontakt und die aktive Beratung. Dort können die Produkte überzeugen, spätestens dann, wenn sie anprobiert werden. Sind Passform und Qualität dann einmal bekannt und vertraut, ist auch der Online-Einkauf ein gern genutzter Weg.

Wichtig für den erfolgreichen Verkauf ist auch der Aspekt, dass direkt bei der Entwicklung der Kleidungsstücke von DASSY einkalkuliert wird, ausreichende und prominente Flächen für die Ausstattung mit Logos, Slogans oder anderen individuellen Merkmalen bereitzustellen. Dadurch eignen sich die Shirts, Hosen, Shorts oder Jacken hervorragend als Firmenbekleidung. Die Personalisierung mit Firmenlogo kann ebenfalls von DASSY durchgeführt werden, in diesem Fall aber übernimmt Safeline die gesamte Veredelung und individuelle Anpassung der Bekleidung.

Die Produkte der DASSY ViVid-Kollektion sind durch Ripstop-Elemente besonders robust, recyceltes Polyester macht sie besonders nachhaltig. (Foto: DASSY)





Der Safeline-Standort in Dortmund.
(Fotos: Safeline)

davon auszugehen, dass sich hier noch etwas tun wird.

Wie bei anderen Workwear-Marken setzt DASSY beim Material stark auf recycelte Ware, ein Punkt, der insbesondere bei großen Kunden, mit denen Safeline vom C-Teile-Management bis zur PSA-Beratung intensiv zusammenarbeitet, eine immer wichtigere Rolle spielt, während die Handwerksunternehmen diesen Aspekt noch nicht so sehr im Fokus haben. „Bei Konzernen lassen sich diese Produkte ohne einen Nachweis der Nachhaltigkeit und der geprüften Lieferketten

vorausschauend nicht mehr verkaufen“, berichten die Safeline-Mitarbeiter unisono. Da dies bei DASSY ebenfalls problemlos möglich ist, befindet man sich auch hier auf der sicheren Seite.

Stark am PoS

Obwohl das Großhandelsunternehmen Safeline GmbH, das sich als Bühning & Joswig GmbH einen zuverlässigen Kundenstamm aufgebaut hat und vor zwei Jahren vom europaweit erfolgreichen französischen Familienunternehmen Descours & Cabaud übernommen und in das Portfolio von Dexis Germany integriert wurde, mit seinen über 100 Mitarbeitenden am Standort Dortmund über einen bundesweit aktiven Außendienst verfügt, spielt der Vor-Ort-Einkauf im Laden in Dortmund nach wie vor eine große Rolle, zumal im Bereich Workwear und PSA. Im dortigen Shop hat DASSY mit einem installierten Shop-in-Shop-System eine starke und nicht zuletzt durch die neuen Farben wirkungsvolle Präsenz. Beim Aufbau des Shops hat der Hersteller sich intensiv engagiert und auch die Aktualisierung der Shop-elemente beim Wechsel der Logofarben von der Zentrale in Brügge teilweise mit eigenem Personal aktiv vorangetrieben.

„Dieses Engagement des Teams in Brügge steht exemplarisch für die ganze Zusammenarbeit“, fassen die Gesprächspartner unisono zusammen, „man begegnet sich auf Augenhöhe, hat feste Ansprechpartner in einem Team mit geringer Fluktuation und Verständnis für die Handelsthemen. DASSY hat das Ziel, in den nächsten Jahren stark weiter zu wachsen, auch in Deutschland. Da machen wir gerne mit.“

www.safeline.de

DASSY spielt in der Präsentation bei Safeline eine wichtige Rolle im Workwear-Bereich – aber nicht nur dort.

Wieder in der Vorreiterrolle

Aktuell sieht man bei Safeline den Markt für Workwear wieder im Wandel. Wurde vor Jahren der klassische Kittel und der traditionsreiche Blaumann nach und nach durch Berufsbekleidung ersetzt, die sich an die jeweiligen Bedürfnisse besser anpassen lässt und bei der sich verschiedene Bekleidungsschichten und -funktionen sinnvoll kombinieren lassen, kommt jetzt verstärkt Farbe ins Spiel. „Auch wenn heute noch der Großteil der Berufsbekleidung in Grau oder Schwarz verkauft wird, allein aufgrund der Schmutzempfindlichkeit, merkt man, dass mehr und mehr zu Farben gegriffen wird. Das liegt teilweise am Corporate Design der Unternehmen, teilweise aber auch an der Entwicklung, die aus dem Outdoorbereich herüberschwappt“, beschreibt Außendienstmitarbeiter Kai Brunner die Tendenz.

Auch hier sehen die Mitarbeiter von Safeline DASSY wieder, wie bei den Features der Classic-Serie, in einer Vorreiterrolle. „Die neue DASSY ViVid-Kollektion bietet ein breites und für die Branche ungewöhnliches Farbspektrum“, so Kai Brunner, „das bei den Kundinnen und Kunden Reaktionen auslöst und den einen oder anderen dazu bringt, Neues auszuprobieren.“

Was man bei Safeline sehr schätzt, ist die durchgängige Kombinierbarkeit der Farben nicht nur innerhalb der Kollektion, sondern auch darüber hinaus: „Gerade auch mit Funktionskleidung wie beispielsweise Regenschutz sind die Farben sehr gut kompatibel“, ist die Erfahrung von Außendienstler Kai Brunner. Allein im Grünspektrum wünscht man sich beim Dortmunder Handelshaus eine Ausweitung, nicht zuletzt, um die Zielgruppe der GaLaBauer besser ansprechen zu können. Durch die Tatsache, dass der Hersteller seine Handelspartner mit in den Entwicklungsprozess der Produkte einbezieht, ist aber



KOMPLETTSERVICE RUND UM DIE **FUSSGESUNDHEIT** UND **-SICHERHEIT**

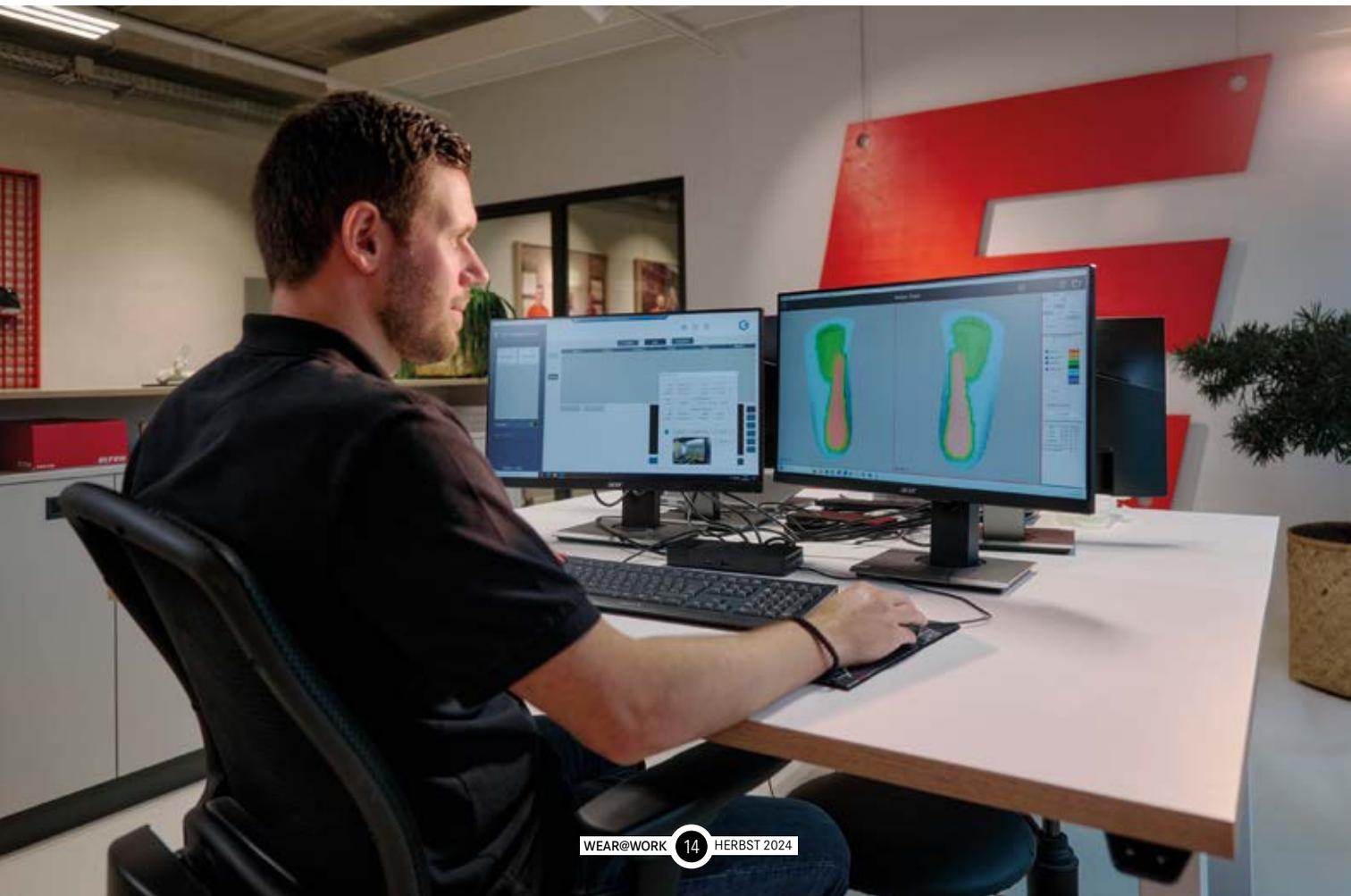
Service ist ein wichtiges Element der Kundenbindung. Das gilt auch im Handel mit Workwear und PSA. Sicherheitsschuhhersteller Elten unterstützt dabei mit dem Instrument der orthopädischen Sprechtagge, die direkt bei den Kunden des Handels oder beim Handel selber durchgeführt werden können. Auch für die Teilnehmenden ergeben sich daraus direkte Vorteile.

In Zeiten des überall fortschreitenden Fachkräftemangels ist die Gesundheit der Mitarbeitenden ein hohes Gut in der Arbeitswelt. Und Gesundheit fängt an den Füßen an. Daher müssen Sicherheitsschuhe perfekt passen und gegebenenfalls mit Einlagen oder orthopädischen Zurichtungen versehen werden. Nur dann bleiben die Füße dauerhaft gesund – und die Arbeitskraft möglichst lange schmerzfrei erhalten. Ein besonderer Service für Mitarbeitende oder Kunden sind orthopädische Sprechtagge, die direkt in Unternehmen oder im Handel dabei helfen, das wirklich passende Schuhwerk und das entsprechende orthopädische Hilfsmittel zu finden.

Orthopädienschuhmachermeister Aleksa Gašić erstellt mit einem CAD-Programm die Einlage nach Maß, die anschließend im 3D-Drucker gedruckt wird.

Das niederrheinische Familienunternehmen Elten bietet solche Sprechtagge bundesweit an. „Bei uns gibt es alles aus einer Hand. Vom passenden Schuhmodell über die semi-orthopädische Komforteinlage bis zur orthopädischen Einlage oder Schuhzurichtung. Und das so individuell wie nie zuvor“, fasst Dr. Katina Ehl, Leiterin der Abteilung Biomechanik, Innovation und Orthopädie bei Elten, das neue Angebot der orthopädischen Sprechtagge zusammen.

Der Sicherheitsschuhhersteller und -entwickler kommt mit seinen Orthopädienschuhmachermeistern oder Orthopädienschuhmachern ins Unternehmen oder zum Händler und vermisst vor Ort die Füße der Mitarbeitenden beziehungsweise Kunden – egal, ob direkt in der Produktion, im Pausenraum oder im Ladenlokal. Zum Einsatz kom-



men dabei hochmoderne 3D-Vollfußscanner, die millimetergenau arbeiten und anschließend direkt eine Empfehlung für den perfekten Sicherheitsschuh aus dem über 600 Modelle umfassenden Sortiment geben.

„Unser gesamter Produktkatalog ist in der Software der Scanner integriert“, erklärt Katina Ehl, „dadurch kann das Gerät anhand der Fußform direkt erkennen, welche Sicherheitsschuh-Modelle in welcher Größe und Weite am besten zum jeweiligen Fuß passen“. Der Scanner empfiehlt zudem anhand der Daten, ob der Fuß Unterstützung durch eine semi-orthopädische Sensicare-Einlage benötigt. Bedient wird er von Orthopädienschuhmachern aus dem Hause Elten, die direkt während des orthopädischen Sprechtags beurteilen, ob eventuell sogar eine maßgefertigte orthopädische Einlage, eine Schuhzurichtung oder eine Orthese empfehlenswert ist.

Alles aus einer Hand

Das ist in der Regel dann der Fall, wenn bereits Beschwerden vorliegen. Die Orthopädienschuhmacher senden die Daten der 3D-Scanner direkt an die hauseigene Orthopädienschuhmacherwerkstatt am Elten Firmensitz in Uedem, wo das entsprechende Hilfsmittel anschließend maßgefertigt wird. „Da wir eine eigene Orthopädienschuhmacherwerkstatt haben, müssen wir die Daten der Mitarbeitenden nicht an Drittanbieter senden. Aus datenschutzrechtlicher Sicht bieten wir dadurch ein großes Stück mehr Sicherheit“, betont Dr. Katina Ehl.

Die Werkstatt am Niederrhein ist mit modernen 3D-Druckern ausgestattet. Die Leitung hat Orthopädienschuhmachermeister Aleksa Gašić inne. „Mit den Bildern des 3D-Scanners erstelle ich hier mit einem CAD-Programm die Einlage nach Maß, die dann im 3D-Druckverfahren in unserer Werkstatt hergestellt wird“, erklärt Gašić. Der Druck ist rund um die Uhr möglich. Von der Auftragsfreigabe durch

das Unternehmen oder den Arbeitgeber nach dem orthopädischen Sprechtag bis zur fertigen Einlage in den Sicherheitsschuhen des Mitarbeiters vergehen in der Regel nur zwei Wochen. Diese schnelle Abwicklung ist möglich, weil der Arbeitgeber die orthopädischen Einlagen bezahlt. Die Nettokosten kann dieser aber vollständig von der Steuer absetzen. Zum Vergleich: Bei der Beantragung orthopädischer Hilfsmittel über die Kostenträger vergehen häufig vom ersten Arztbesuch bis zum fertigen Hilfsmittel mehrere Wochen oder gar Monate. „Bei schmerzenden Füßen ist so ein Zeitvorteil sehr viel wert. Der finanzielle Aufwand für die Arbeitgeber ist gering, das Zeichen der Wertschätzung gegenüber ihren Angestellten aber umso größer“, sagt Dr. Katina Ehl.

www.elten.com



Aleksa Gašić begleitet in der Orthopädienschuhmacherwerkstatt bei Elten den Weg von den Bildern aus dem 3D-Scanner bis zur fertigen Einlage für den jeweiligen Träger.

Auf Basis eines 3D-Vollfußscans entsteht eine individuelle Empfehlung für ein geeignetes Sicherheitsschuhmodell aus dem Elten-Sortiment. (Fotos: Elten GmbH)





Besonders praktisch sind die Hardshell Workwear Jacket (JN1814) und die Padded Hardshell Workwear Jacket (JN1815) der Daiber-Eigenmarke James & Nicholson aus dem Bereich Wind & Rain.

CORPORATE FASHION, DIE VERBINDET

Der neu aufgesetzte Jacken- und Westen-katalog der Gustav Daiber GmbH präsentiert in den Bereichen Winter, Wind & Rain, Softshell, Hybrid, Lightweight und Business eine breite Auswahl des Produktportfolios der Daiber-Eigenmarke James & Nicholson. Individuell veredelbar, verbindet die Corporate Fashion aus dem Hause Daiber Marken mit Menschen – ob bei einem geschäftlichen Termin oder Teamausflug.

Sechs Kapitel, 80 Seiten und jede Menge Corporate-Fashion-Inspiration: Der inhaltlich und optisch neu aufgesetzte Themenkatalog „Jacken & Westen“ der Gustav Daiber GmbH ist auf Deutsch und Englisch in gedruckter Fassung sowie zum Download auf der Website verfügbar. Darin stellt der Corporate-Fashion-Hersteller insgesamt 84 Jacken und Westen seiner Eigenmarke James & Nicholson vor. Die Produktpalette umfasst modische Crossover Styles für Ar-

beit und Freizeit, gefütterte Workwear, aufeinander abgestimmte Corporate Wear sowie sportliche Outdoor-Kleidung und wird durch Accessoires der Daiber-Eigenmarke myrtle beach ergänzt. Thematisch ist der Katalog in die Bereiche Winter, Wind & Rain, Softshell, Hybrid, Lightweight und Business unterteilt und deckt mit den ausgewählten Jacken und Westen für Frühjahr bis Winter jede Jahreszeit ab.

Der neue Jacken- und Westenkatalog von Daiber ist da. (Fotos: Daiber)

Die Aufnahmen für den neuen Katalog sind größtenteils im Tiroler Kaunertal entlang der Gletscherstraße entstanden, um die verschiedenen Jahreszeiten und vielfältigen Einsatzgebiete der Produkte repräsentativ darzustellen. „Mit dem Besitzer des Tiroler Ögg-Hofs 221, eine unserer Shooting-Locations, haben wir einen Anwender unserer Corporate Fashion befragt. Er berichtet aus erster Hand, welche Anforderungen er an ein Corporate Outfit stellt und was unsere Produkte seiner Meinung nach auszeichnet. Diese Nähe zu unseren Kunden und Partnern ist für uns als Traditionsunternehmen von zentraler Bedeutung“, so Kai Gminder, Geschäftsführer in vierter Familiengeneration der Gustav Daiber GmbH.

**Funktionalität trifft moderne Styles:
Workwear für Wind und Wetter**

Ob unvorhersehbares Wetter auf dem Weg zur Arbeit oder bei der Arbeit – die modischen und robusten Workwear-Produkte im neuen Themenkatalog von Daiber sind zuverlässige Alltagsbegleiter bei allen Wetterlagen. Besonders praktisch sind die Hardshell Workwear Jacket (JN1814) und die Padded Hardshell Workwear Jacket (JN1815) der Daiber-Eigenmarke James & Nicholson aus dem Bereich Wind & Rain. Die professionellen Arbeitsjacken aus strapazierfähigem Rip-Stop-Gewebe aus recyceltem Polyester überzeugen mit ihrer hohen Funktionalität: So halten sie dank getapten Reißverschlüssen und einer Wassersäule von bis zu 10.000 mm auch starkem Regen stand und sind dabei atmungsaktiv sowie wasserdampfdurchlässig. Für einen angenehmen Tragekomfort sind beide Jacken mit einem weitenregulierbaren Saum sowie innenliegenden Armbündchen und einem verlängerten Rückenteil ausgestattet. Reflexelemente an Rückenteil und Ärmeln sorgen zudem für eine erhöhte Sichtbarkeit.

Neben den Hardshell-Jacken stellt Daiber im Bereich Hybrid zwei Workwear-Neuheiten aus 2024 vor: die robuste Hybrid Workwear Vest (JN1867) aus zweilagigem Softshell-Material mit angenehmer Sherpa-Innenseite sowie die Hybrid Workwear Jacket (JN1868) für kältere Tage. Sie sind dank Bionic-Finish Eco wasser- und schmutzabweisend und mit ihren elastischen Bündchen, mehreren Taschen sowie Reflexelementen bestens für die Arbeit geeignet. Beide Neuprodukte im Materialmix gibt es in den neutralen Farben Schwarz und Navy. Jacke und Weste sind also nicht nur wetterfest, sondern auch ideal mit weiteren Workwear-Produkten kombinierbar.

Corporate Fashion, die Marken mit Menschen verbindet

Die zeitlosen Jacken und Westen aus dem Hause Daiber überzeugen im Job ebenso wie in der Freizeit und garantieren dank funktionalen Details, guter Passform sowie hochwertigen Materialien stets einen hohen Tragekomfort. Im Rahmen des Full-Service-Ansatzes von Daiber können zudem alle im Katalog vorgestellten Artikel individuell veredelt werden. Als ständiger Begleiter, persönlich gestaltet, sind sie so die idealen textilen Werbebotschafter, die Marken mit Menschen verbinden. Darüber hinaus lassen sie sich dank aufeinander abgestimmter Kollektionen vielseitig kombinieren und sorgen so für ein professionelles und ausdrucksstarkes Erscheinungsbild von Kopf bis Fuß – und eine textile Visitenkarte, die Identität stiftet.

www.daiber.de

**Die robuste Hybrid Workwear Vest (JN1867)
aus zweilagigem Softshell-Material mit
angenehmer Sherpa-Innenseite.**

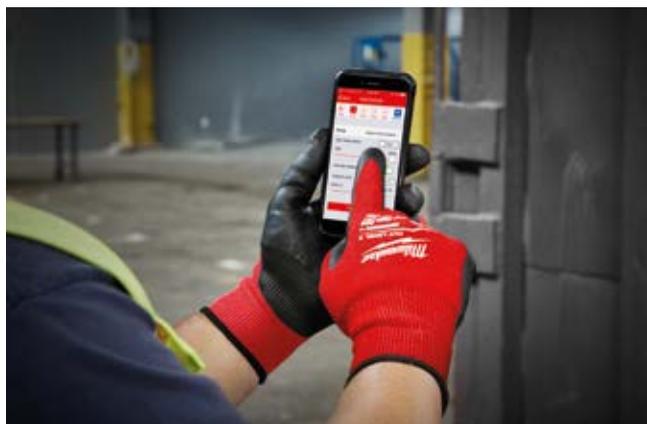


MIT SICHERHEIT PRODUKTIV

Milwaukee, bekannt für Premiumwerkzeuge für professionelle Anwender, hat sein Sortiment im Bereich PSA konzentriert weiterentwickelt und ausgebaut. Dabei verfolgt die Marke den gleichen hohen Anspruch wie bei der Entwicklung seiner Akku-Elektrowerkzeuge. Innovative Lösungen sollen den Anwendern helfen, ihre Arbeit effizienter und sicherer auszuführen. „Mit unserem PSA-Sortiment gehen wir auf die grundlegenden Bedürfnisse und speziellen Anforderungen unserer Anwender ein“, erklärt Stefan Schütz, Geschäftsführer Techtronic Industries Central Europe GmbH.



Von der Warnschutzweste über Arbeitshandschuhe bis zum kompletten Kopfschutzsystem mit kompatiblen Zubehör bietet Milwaukee viele Produkte der PSA aus einer Hand und in profi-gerechter Qualität und Ausstattung. (Fotos: Milwaukee)



Die Sicherheit und Gesundheit der Anwender spielen in der Produktentwicklung bei Milwaukee eine wichtige Rolle – über alle Sortimente hinweg. Schon heute tragen die Akkuwerkzeuge des Herstellers dazu bei, Kabelgeräte auf Baustellen zu ersetzen und Stolperfallen zu eliminieren. Antivibrationssysteme, Staubabsauglösungen, Schnellstopp- und Anti-Kickback-Funktionen reduzieren wirkungsvoll die Gefahr von Unfällen und Verletzungen. Werkzeuge der MX Fuel Serie lösen benzinbetriebene Technik ab und ermöglichen emissions-freies Arbeiten. Mit dem PSA-Sortiment sorgt Milwaukee für eine weitere, erhebliche Reduzierung der Risiken im Baustellenalltag.

Sortiment wird kontinuierlich erweitert

Milwaukee hat sein PSA-Portfolio seit dem Start 2021 auf mehr als 850 Artikel in mehr als zehn Kategorien erweitert. Dazu gehören Atem-, Augen-, Gehör-, Gesichts-, Hand-, Knie-, Kopf und Warnschutz, Sicherheitsschuhe sowie Werkzeugsicherungen. Auch bei der Arbeitsbekleidung gibt es Ergänzungen mit Arbeits- und Funktionsshirts in verschiedenen Farben und Schnitten. Ein Highlight sind Hi-Dexterity-Handschuhe mit verbessertem Tastgefühl für die Arbeit mit Kleinteilen.

Kopfschutz mit System

Mit dem Kopfschutz-System Bolt 200 und Bolt 100 hat Milwaukee sein Sortiment für persönliche Schutzausrüstung um die wichtige Komponente „Kopfschutz“ für Baustellen und Montageeinsätze ergänzt. Während beide Helme die Zulassung für das Arbeiten am Boden besitzen, hat der 2023 vorgestellte Bolt 200 die zusätzliche Zertifizierung für das Arbeiten in der Höhe. Der 2024 neu vorgestellte Helm Bolt 100 ermöglicht dank zusätzlicher Zertifizierung auch das Arbeiten an Niederspannungsanlagen. Die Eigenentwicklung ist nicht nur Schutzhelm, sondern ein modulares System, das vom Anwender nach Bedarf mit verschiedenem Zubehör erweitert werden kann – für sicheres und effizientes Arbeiten unter allen Bedingungen.

Sicherheitsschuhe – ein wichtiger Schritt für mehr Sicherheit

Neu im PSA-Sortiment von Milwaukee sind die ab Frühjahr 2025 erhältlichen Sicherheitsschuhe, die exklusiv für die Marke entwickelt und produziert werden. Milwaukee bietet Sicherheitsschuhe in zwei Linien an: „Armourtred“ in fünf verschiedenen Ausführungen für star-

Besonders umfangreich ist bei Milwaukee das Sortiment an Arbeitshandschuhen, darunter auch Modelle mit Smartwipe-Funktion für die Benutzung von Touchscreens mobiler Endgeräte.

ke Beanspruchungen und „Flexired“ mit neun Modellen für mehr Flexibilität und Komfort im täglichen Einsatz. Damit wird Milwaukee einer Vielzahl unterschiedlicher Anforderungen gerecht und ermöglicht einen optimalen Schutz unter allen Bedingungen.

Weitere Produktneuheiten in Vorbereitung

Von Beginn an werden Produkte so entwickelt, dass sie die Sicherheit und Produktivität am Arbeitsplatz erhöhen, und gleichzeitig mit ergonomischen Detaillösungen aufwarten. Anwender und Technik werden nicht nur besser vor Gefahren geschützt, auch der Komfort und die Trageeigenschaften bieten greifbare Vorteile, beispielsweise bei Arbeitshandschuhen mit SmartSwipe-Technologie. Ergänzt wird das Programm mit zahlreichen weiteren Produkten. Dazu gehören Lichtlösungen wie Stirnlampen sowie Arbeitsleuchten und ein ganzes Sortiment Thermobekleidung, darunter zahlreiche Artikel mit aktiven Heizzonen und voller Kompatibilität zur 12 Volt-Akkuplattform M12 von Milwaukee oder auch Kühltextilien für die Wärmeregulierung an warmen Tagen.

Fallsicherungen für Werkzeuge

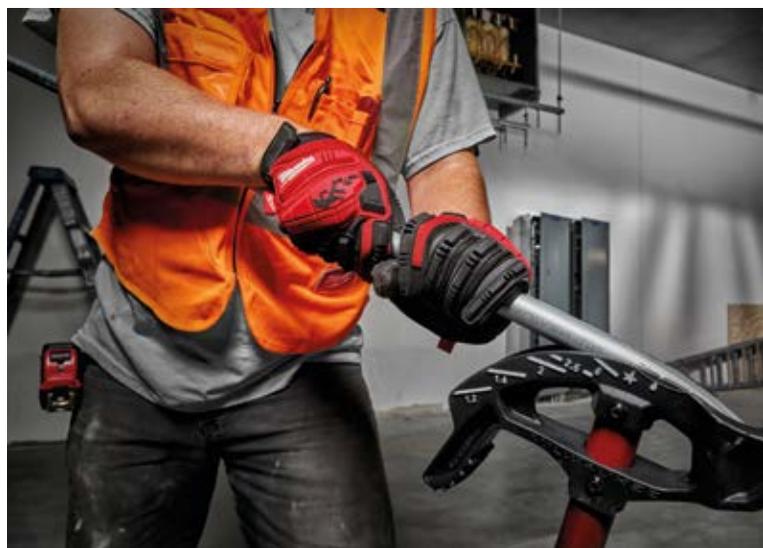
Eine wichtige Ergänzung findet das PSA-Sortiment bei Milwaukee im Bereich Werkzeugfallsicherung. Solche Lösungen spielen immer dann eine wichtige Rolle, wenn Montage-, Reparatur- und Wartungsarbeiten auf Leitern und hohen Baugerüsten ausgeführt werden. Diese Aufgaben stellen stets besondere Anforderungen an die Sicherheit von Anwendern und Werkzeug.

Haltebänder mit Aufpralldämpfung bremsen die Fallgeschwindigkeit kontrolliert ab, wenn ein Werkzeug herunterfällt. Ein Karabiner mit 2-Wege-Öffnung ermöglicht die sichere Verbindung mit dem Werkzeug, das sich nicht ungewollt lösen kann. Eine Farbcodierung dient der leichten Unterscheidung von Haltebändern mit unterschiedlichem zulässigen Gesamtgewicht von 4,5 kg, 6,8 kg und 15,8 kg. Eine große Auswahl an Zubehör ermöglicht die Sicherung praktisch aller relevanten Werkzeuge mit den Absturzsicherungen.

www.milwaukeetool.de



Das Glas der Performance Schutzbrillen ist kratzfest und beschlägt nicht. Getönte Versionen bieten im Freien zuverlässigen Blend- und UV-Schutz.



Stoßfestes Material mit Aufpralldämpfung auf der Handrückseite, verstärkte Daumen und Fingerspitzen für längere Haltbarkeit und sehr guter Halt auf öligen und feuchten Oberflächen – schlagfeste Arbeitshandschuhe widerstehen härtesten Beanspruchungen bei hervorragenden Tragekomfort.

Haltebänder mit Aufpralldämpfung bremsen die Fallgeschwindigkeit kontrolliert ab, wenn ein Werkzeug versehentlich herunterfällt.

EIN TAG IM LEBEN EINES HAUTSCHUTZBERATERS

Timur Kollert ist kein Vertriebler, sondern Hautschutzberater. Darauf legt der 41-jährige großen Wert. Für seinen Arbeitgeber Peter Greven Physioderm besucht Kollert Unternehmen, Händler sowie Betriebsmediziner, um ihnen ein ganzheitliches Handhygiene- und Hautschutzsystem nahezubringen. Unterwegs mit einem, dessen Mission es ist, berufliche Hautkrankheiten zu verhindern.

An einem Mittwochmorgen sitzen in einer Bäckerei in Süddeutschland zwei Männer an einem Tisch und unterhalten sich über beruflichen Hautschutz. Der eine, Timur Kollert, ist als Hautschutzberater beim Euskirchener Hersteller Peter Greven Physioderm (PGP) tätig und für den süddeutschen Raum zuständig. Der andere arbeitet als Key Account Manager für einen führenden Großhändler für Hygiene und Arbeitsschutz. Thema des informellen Austauschs sind mögliche gemeinsame Neuprojekte. Denn obwohl Hautkrankheiten unter den Verdachtsanzeigen auf eine Berufskrankheit traditionell eine Spitzenposition einnehmen, gibt es immer noch Unternehmen, die kein abgestimmtes und systematisches Hautschutzkonzept haben.

„Dabei hilft ein solches Hautschutzkonzept nachweislich, berufliche Hautkrankheiten der Mitarbeitenden zu verhindern und Ausfallzeiten in den Unternehmen zu reduzieren“, sagt Kollert. „Hinzu kommt, dass der berufliche Hautschutz im Vergleich zu anderen Formen der persönlichen Schutzausrüstung für die Unternehmen kostengünstig ist.“ Das ist ein gewichtiges Argument, wenn Kollert mit den Verantwortlichen in den Betrieben spricht.

Enormes Wachstumspotenzial

Auch der Handel hat erkannt, dass der berufliche Hautschutz noch ein enormes Wachstumspotenzial hat. Deswegen sitzen Kollert und sein Gesprächspartner regelmäßig zusammen und gehen häufig auch gemeinsam in Unternehmen. Der berufliche Hautschutz ist nämlich ein erklärungsbedürftiges Segment der PSA. Außendienstler von Technischen Händlern, die naturgemäß Generalisten sein müssen, können es in aller Regel nicht leisten, Fachfragen aus einem so komplexen Bereich wie dem des Hautschutzes und der Händehygiene zu beantworten. Daher sind enge Kooperationen zwischen Händlern und Herstellern sehr wichtig.

Mit seinem Portfolio deckt PGP alle vier Säulen des beruflichen Hautschutzes ab: Hautschutz, Hautreinigung, Hautpflege und Händedesinfektion.

„Ich mag an meinem Beruf besonders den engen Kontakt zu den Menschen“, antwortet Kollert, wenn man ihn fragt, was ihn an seiner Arbeit reizt. Eine offene und transparente Kommunikation, Vertrauen, Verlässlichkeit: Das seien wichtige Werte für ihn. Werte, die in seinem Arbeitsalltag eine große Rolle spielen. Und natürlich sei es für ihn auch eine Herzensangelegenheit, den Menschen zu helfen und Hautkrankheiten zu verhindern. „Das treibt mich an.“

Kollert und sein Kontakt tauschen sich knapp anderthalb Stunden aus. Ein freundliches Händeschütteln, das kommende Gespräch wird lose vereinbart, dann gehen beide ihrer Wege. Timur Kollert führt sein nächster Termin zu einem Folienhersteller, ein klassisches mittelständisches Unternehmen mit rund 200 Mitarbeitenden. Aus deren Reihen kamen zuletzt Klagen: Viele Beschäftigte beschwerten sich über trockene Haut. Das Unternehmen, das derzeit noch von einem Wettbewerber von PGP ausgestattet wird, überlegt deswegen, den Hautschutzplan zu optimieren und neue Produkte zu verwenden. Der Kontakt ist über einen Handelspartner zustande gekommen. Bei diesem ersten Termin soll es nun zunächst darum gehen, den Ist-Zustand bei einer Begehung zu analysieren. Welche Produkte kommen an welchen Arbeitsplätzen zum Einsatz? Wo sind welche Spendersysteme platziert? Wie reagieren die Mitarbeitenden auf die eingesetzten Mittel und das Thema Hautschutz generell?

Hautschutz funktioniert nur als Gesamtkonzept

„Beim Hautschutz ist es elementar wichtig, die Mitarbeitenden einzubinden“, sagt Timur Kollert. „Ohne oder sogar gegen ihren Willen lässt sich kein funktionierendes Hautschutzkonzept implementieren.“ Beim Rundgang durch die Hallen wird eines klar: Es geht nicht darum, einzelne Produkte auszutauschen und durch hautschonendere Mittel zu ersetzen; vielmehr braucht es eine Gesamtlösung, in der alle eingesetzten Mittel aufeinander abgestimmt sind. „Der Hautschutz funktioniert nur als Gesamtkonzept“, sagt Kollert.



Für den ersten Termin sind der Hautschutzberater und sein potenzieller Neukunde weit gekommen. Kollert wird die Analyse seiner Begehung nun in ein Konzept gießen und ein Angebot erstellen. Wenn alles passt und die Entscheidung klar ist, den Anbieter zu wechseln, wird es zunächst eine Testphase geben. Das ist wichtig, um mögliche Hinweise der Beschäftigten aufzunehmen. Zeitgleich mit der Umstellung wird Kollert dann eine Schulung mit allen Mitarbeitenden durchführen, „damit alle mit im Boot sind und wissen, worauf sie achten müssen“.

Der dritte Termin an diesem Tag führt Timur Kollert zu einem Bestandskunden. Die Liebherr-Unternehmensgruppe, die weltweit über 50.000 Mitarbeitende beschäftigt, arbeitet in fast allen süddeutschen Werken mit PGP zusammen. Am Standort Biberach an der Riß, wohin Kollert gerade fährt, stellt Liebherr Krane her, die weltweit im Einsatz sind. Die Produktionsstätte wird bereits von PGP beliefert. Aktuell baut Liebherr nebenan neue Gebäude für die Verwaltung. Diese sollen, das ist der Wunsch des Unternehmens, mit Spendersystemen ausgestattet werden, die sich vom Design gut einfügen in die luftige und moderne Architektur des neuen Verwaltungstrakts. Kollert und sein Ansprechpartner, die Fachkraft für Arbeitssicherheit für den Standort, schauen sich mögliche Spendermodelle an.

Spendersysteme gehören zu jedem Hautschutzkonzept

„Spendersysteme sind ein wesentlicher Bestandteil eines jeden Hygiene- und Hautschutzkonzepts“, erklärt Kollert. „Denn auch die effektivsten Mittel zur Desinfektion, zum Schutz der Haut, zu ihrer Reinigung und Pflege sind wirkungslos, wenn sie nicht richtig eingesetzt und dosiert werden.“ Zunächst gleichen Kollert und sein Gesprächspartner ab, welche Kriterien die Spender – neben einem passenden Design – erfüllen sollen. Sie sollen dauerhaft und bequem funktionieren, damit die Anwender die Hautschutzmittel auch problemlos und regelmäßig nutzen. Und natürlich sollen sie auch wirtschaftlich funktionieren und für eine gute Restentleerung der Flaschen sorgen.

Die Wahl fällt schließlich auf das Spendersystem Variomat Pro; in der Produktion nebenan ist das verwandte System Variomat Eco im Einsatz. Der Variomat Pro wird in Deutschland hergestellt und kann deswegen auch eine gute CO₂-Bilanz vorweisen. Ein weiterer Vorteil ist, dass es mit denselben Flaschen befüllt wird wie die Variomat-Eco-Systeme. Das ist bei der Beschaffung der Hautschutzmittel eine erhebliche Erleichterung, weil alle Mittel in denselben Gebinden besorgt werden können. Und auch beim Befüllen der Spender im laufenden Betrieb ist es von Vorteil.

Mit Blick auf die Bereitstellung der Spender gibt es verschiedene Modelle, die zwischen Hersteller, Händler und dem Endkunden abge-



Im Vergleich zu anderen Formen der Persönlichen Schutzausrüstung ist der berufliche Hautschutz kostengünstig für die Unternehmen. Das ist ein gewichtiges Argument, wenn Kollert mit den Verantwortlichen in den Betrieben spricht.



In seinem Beruf als Hautschutzberater hat Timur Kollert (hier auf einer Messe) sehr viel und engen Kontakt zu den Menschen. Eine offene und transparente Kommunikation, Vertrauen, Verlässlichkeit sind wichtige Werte für ihn.

BERATUNG IN ALLEN HAUTSCHUTZFRAGEN – PERSÖNLICH UND DIGITAL

Hautschutz, Hautreinigung, Hautpflege und Desinfektion – das sind die vier Säulen der Peter Greven Physioderm GmbH (PGP), für die Timur Kollert arbeitet. Das 1923 gegründete und inzwischen in dritter Generation geführte Familienunternehmen mit Sitz in Euskirchen bietet als weltweit agierender Anbieter im Bereich des beruflichen Hautschutzes umfangreiche Lösungen. PGP arbeitet stets daran, seine Lösungen im Bereich des Hautschutzes weiterzuentwickeln und gilt in Deutschland als Innovationsführer seiner Branche.

In der Forschung kooperiert das Unternehmen mit führenden Universitäten in Deutschland. Die vier Produktprogramme Physioderm, Greven, Lordin und Myxal sind die Basis eines ganzheitlichen Hautschutzmanagements.

Neun Hautschutzberater sind für PGP in allen Teilen Deutschlands unterwegs, um Unternehmen aus Industrie, Handwerk und Dienstleistungsbranchen in Fachfragen zu beraten. Daneben bietet PGP ein breites digitales Serviceangebot, das aus

drei Bausteinen besteht: Das Informationsportal (www.hautschutz-aktuell.de) fasst wissenswerte Informationen rund um den beruflichen Hautschutz und die Händehygiene zusammen. Mit dem Online-Hautschutzplan-Konfigurator (www.hautschutzplan.de) lassen sich Hautschutzpläne mit ein paar Klicks selber erstellen. Und das Hautschutz-Schulungs-Tool (www.hautschutzschulung.de) gibt Hilfestellung bei den gesetzlich vorgeschriebenen Unterweisungen.



Dank des Online-Tools www.hautschutzschulung.de des Hautschutzherstellers Peter Greven Physioderm können Unternehmen Schulungen einfach und effizient durchführen. (Fotos: Peter Greven Physioderm GmbH)

stimmt werden. Diese Modelle reichen vom Kauf der Spender über speziell vereinbarte Sonderkonditionen bis zu Leihverträgen. Welches Modell das wirtschaftlich sinnvollste ist, stimmen die Parteien untereinander ab, um die beste Lösung für alle Seiten zu finden.

Nachdem die weiteren Schritte besprochen sind, steigt Timur Kollert in sein Auto und macht sich auf zu seiner letzten Station an diesem Tag. Es ist ein spontaner Termin bei einem Automobilzulieferer in Memmingen. Das Unternehmen ist ein Neukunde, der aktuell einen großen Teilbereich auf PGP-Produkte umstellt. Timur Kollert bringt auf Wunsch des Betriebsarztes kurzfristig Muster vorbei. Es sind besonders hautfreundliche Produkte, weil einige Mitarbeitende Hautprobleme haben: manche leiden unter Allergien, andere unter Neurodermitis. Die Betroffenen benötigen spezielle Hautschutzmittel, damit sie ihrer Arbeit nachgehen können.

Den Menschen ganz konkret helfen können, damit sie ihren Beruf ausüben können – das sind die Augenblicke, in denen Kollert weiß: „Ich bin genau am richtigen Platz und tue das Richtige.“ Deswegen wird er sich auch morgen wieder ins Auto setzen und durch Süddeutschland fahren, um Unternehmen in Fachfragen zum beruflichen Hautschutz zu beraten.

www.pgp-hautschutz.de

Für Beschäftigte, deren Hände ständig mit belastenden Substanzen in Berührung kommen, ist der Hautschutz extrem wichtig.



MULTINORM-INNOVATION MIT HOHEM STÖRLICHT-BOGENSCHUTZ

Fristads setzt mit der neuen Box Class 2 Kollektion Maßstäbe im Bereich der Arbeitssicherheit und Funktionalität. Diese Multinorm-Kollektion vereint höchste Schutzanforderungen mit bestem Tragekomfort, um den Herausforderungen von modernen Arbeitsumgebungen mit stromführenden Leitungen oder Schaltkästen gerecht zu werden. Dazu zählen Stadtwerke, Windenergieanbieter und Energieversorger wie EON oder RWE.

Die Box Class 2 Kollektion zeichnet sich durch ihre Schutzeigenschaften in Kombination mit hohem Tragekomfort aus. Besonders hervorzuheben ist der hohe Schutz gegen Störlichtbögen, der gemäß der Box-Test-Klasse 2 zertifiziert ist. Dies gewährleistet eine exzellente Sicherheit in Arbeitsbereichen, in denen die Gefahr durch elektrische Lichtbögen besteht. Da flexible Oberteile wie ein Hoodie und ein Sweatshirt Teil der Kollektion sind, machen auch enge Arbeitsbereiche mit wenig Platz kein Problem mehr.

Darüber hinaus bietet die Kollektion Schutz vor elektrostatischer Entladung, inhärenten Flammenschutz sowie Schweißerschutz, da es häufig vorkommt, dass entsprechende Arbeiten in den genannten Arbeitsbedingungen anfallen. Alle Kleidungsstücke sind metall- und PFAS-frei und erfüllen die strengen Anforderungen der Oeko-Tex Zertifizierung. Zudem ist die Box Class 2 Kollektion für industrielle Wäsche bei 60 Grad zugelassen, was eine lange Lebensdauer und gleichbleibend hohe Schutzwirkung sicherstellt.



Die neue Box Class 2 Kollektion von Fristads. (Foto: Fristads)

Neben den Schutzeigenschaften wurde auch großer Wert auf Tragekomfort gelegt. Die Kollektion verwendet weiche, flexible Materialien mit ausgezeichnetem Stretch-Komfort, was eine uneingeschränkte Bewegungsfreiheit gewährleistet. Ergonomisch platzierte Belüftungsöffnungen und ein durchdachtes Taschenkonzept unterstreichen die Funktionalität der Arbeitskleidung. Speziell verstärkte Bereiche wie Knie- und Taschenpartien sorgen für zusätzliche Strapazierfähigkeit.

Die Box Class 2 Kollektion ist ein zuverlässiger Begleiter für den ganzjährigen Einsatz und bietet Handwerkern und Fachkräften in risikoreichen Umgebungen die Sicherheit und Flexibilität, die sie benötigen. Mit dieser Innovation setzt Fristads neue Standards in Sachen Schutz, Komfort und Langlebigkeit – ideal für alle, die keine Kompromisse bei der Arbeitssicherheit eingehen wollen.

www.fristads.com

VERBINDUNGSMITTEL ZUR ABSTURZSICHERUNG

Ob Baustelle, Hochhaus, Baum oder Windrad: Wer in der Höhe arbeitet, ist ganz besonderen Gefahren ausgesetzt. Absturzunfälle kommen immer wieder vor. Eine perfekt auf die eigenen Bedürfnisse abgestimmte Absturzsicherung ist daher Pflicht.

Die Petzl-Absorbica-Verbindungsmittel zur Absturzsicherung bieten hier eine perfekte Lösung für Höhenarbeiten. Die Verbindungsmittel wurden speziell für anspruchsvolle Umgebungen entwickelt, sind in mehreren Versionen erhältlich und ideal für die speziellen Anforderungen jeder Arbeitssituation. In diesem Jahr hat das Sortiment der Absorbica-Verbindungsmittel einen neuen Schliff bekommen. Die Untergliederung der Produktreihe bleibt bestehen: mit I-Modellen mit einfachem Arm und Y-Modellen mit doppeltem Arm (in europäischer oder internationaler Ausführung) sowie einem -I Vario und einem -Y Tie Back. Neu ist der noch kompaktere Falldämpfer, der die Bewegungen der Anwenderinnen und Anwender nicht behindert, und neu sind die MGO-Verbindungselemente an den internationalen Ausführungen. Die Absorbica-Verbindungsmittel sind für Anwenderinnen und Anwender bestimmt, die zwischen 60 und 140 kg wiegen.

www.petzl.com

Das Absorbica-Y Tie-Back MGO ist ein doppeltes Verbindungsmittel mit Zwischenringen zur Umlenkung und mit integriertem kompakten Falldämpfer. Es ist zur vertikalen Fortbewegung an sehr breitem Gestänge und zum Passieren von Zwischensicherungen konzipiert. (Fotos: Petzl)



FLEXIBLE SICHERHEIT FÜR DEN KOPF

Ob Höhenarbeiter oder Industrieprofi, die neuen Helmmodelle von JSP Safety bieten die perfekte Kombination aus Sicherheit, Komfort und Stil. Neu auf dem Markt sind die Evo Alta Baseworker, die Evo Alta Skyworker und die Evo Alta DualSwitch Helme. Diese innovativen Helme im Bergsteigerstil setzen neue Maßstäbe in puncto Leistung und Stoßdämpfung. Die einzigartige Schalenstruktur und die fortschrittliche Innenschale sorgen für maximalen Schutz, während das erweiterte Nackenteil extra Sicherheit bietet.

Die drei neuen Modelle decken dabei unterschiedliche Sicherheitsanforderungen ab: Der Evo Alta Skyworker entspricht dem Bergsteigerhelmstandard EN 12492 und ist perfekt für Arbeiten in Höhen geeignet. Der Evo Alta Baseworker erfüllt die strengen in-

Die Evo Alta Helme überzeugen nicht nur durch ihre Sicherheitsmerkmale, sondern auch durch ihren hohen Tragekomfort. Neu auf dem Markt sind die Evo Alta Baseworker, die Evo Alta Skyworker und die Evo Alta DualSwitch Helme. (Foto: JSP)



dustriellen Sicherheitsanforderungen nach EN 397 und bietet zuverlässigen Schutz in verschiedensten Arbeitssituationen.

Und dann ist da noch der Evo Alta DualSwitch: Mit der DualSwitch-Technologie kann dieser Helm per Knopfdruck zwischen den Standards EN 12492 und EN 397 wechseln und bietet so maximale Flexibilität. Die Evo Alta Helme überzeugen nicht nur durch ihre Sicherheitsmerkmale, sondern auch durch ihren hohen Tragekomfort. Der Vier-Punkt-Kinnriemen ist einfach einstellbar und der Drehradverschluss sorgt für einen sicheren Sitz. Mit der 3D-Verstellung können Träger die Gurttiefe anpassen, um Druckstellen zu vermeiden und den Helm optimal auf Ihre Bedürfnisse einzustellen.

Das Evo Alta System ist extrem vielseitig und anpassungsfähig. Integrierte Befestigungspunkte und ein austauschbares Frontmodul bieten Flexibilität bei der Anpassung des Helms. Darüber hinaus bestehen zahlreiche Möglichkeiten, ein Firmenlogo oder Branding optimal zu platzieren. Mit den Evo Alta Helmen können außerdem problemlos Helmlampen, Gehörschutz, Gesichtsschutz, Brillen und anderes Zubehör sicher montiert und so ein umfassendes Schutzsystem geschaffen werden.

www.jspsafety.com

Die Frühlings-Ausgabe von **WEAR@WORK** erscheint am 28. April 2025:

Wenn es in den Sommer geht, werden die Wünsche an die **WORKWEAR** vielfältiger: Leicht und luftig soll sie sein, aber auch einen weitreichenden UV-Schutz bieten. Welche aktuellen **PRODUKTE UND NEUHEITEN** gibt es dafür auf dem Markt? Dieser und anderen aktuellen Fragen gehen wir in der kommenden Ausgabe der Wear@Work nach.



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

MAX GENIESST*

* seine neu gewonnene Freizeit in den zeitlosen Designs von Daiber. Angenehm, modisch und immer gut gekleidet. So ist jedes seiner Kleidungsstücke ein zuverlässiger Begleiter in allen Lebensphasen.

Daiber und Du. Ein Leben lang.

Erfahre hier,
wie es mit Max
weitergeht:

