

Uniform. Design im Hotel. Die Personalbekleidung muss nicht nur funktional sein und zum Einsatzort passen. Sie muss für alle Mitarbeitenden tragbar sein – trotz Unterschieden in Alter und Grösse.

Mehr Chic für Service und Küche

Uniformen haben sich vom günstigen Massenprodukt zur individuellen Designerware entwickelt. Und Corporate Fashion ist für Hoteliers längst kein Fremdwort mehr.

MELANIE ROTH

Die Frühform der Uniform geht laut Wikipedia auf die römischen Legionen zurück. Damals wurde das Erscheinungsbild ganz automatisch und ohne grossen Hintergedanken vereinheitlicht, weil es ganz einfach am billig-

sten war, Kleidung in Massen herzustellen. Bis heute hat sich die Uniform nicht nur in vielen Berufen etabliert und ist in Schulen ein- und wieder ausgegangen, es steckt auch etwas mehr dahinter als günstige Massenanfertigung: Die Uniform symbolisiert die Funktion ihres Trägers und ist zu einem wichtigen Kommunikationsmedium von Unternehmern geworden.

Damit vom Stoff über den Nähfaden bis hin zum Innenleben alles stimmt, geben Hoteliers für ein Corporate-Clothing-Projekt gerne etwas Geld aus und ihre Wünsche und Vorstellungen an Experten weiter.

«Zunächst muss man im persönlichen Kontakt mit dem Kunden herausfinden, wie der Hotelier die

Corporate Identity in den Kleidern umgesetzt haben möchte», erklärt Holger F.J. Reinke, CEO von Image Wear. Die Zürcher Firma hat die Uniformen für das Personal des «Dolder Grand» entwickelt. Nach einem ersten Gespräch erarbeite die firmeneigene Designerin diverse Vorschläge für den Kunden, so Reinke weiter. Sobald das Design definiert ist, werden Prototypen angefertigt. Sind diese vom Kunden abgesegnet, werden Uniformen für ein paar

«Eine Uniform muss bequem sein und gerne von den Mitarbeitenden getragen werden.»

Elisabeth Rütli
Direktorin Hotel Victoria-Jungfrau

Mitarbeiter produziert. «Die Mitarbeiter führen einen Tragetest durch, um die Passform und die Qualität der Kleidung im Berufsalltag zu prüfen. Ist der Kunde zufrieden, wird das Design freigegeben», erklärt Reinke. Dann werde die Grössenaufnahme bei jedem Mitarbeiter organisiert und schliesslich jeder vom Schneiderteam der Firma persönlich eingekleidet.

Im Hotel Victoria-Jungfrau dürfen die Mitarbeiter mitbestimmen

Geht es um Uniformen, steht auch im Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa in Interlaken der Mitarbeiter im Mittelpunkt. Dieser wird in die Wahl von neuen Uniformen miteinbezogen. «Schliesslich müsse die Uniform bequem sein und gerne von den Mitarbeitern getragen werden», erklärt Direktorin Elisabeth Rütli. Damit die Uniformen den visuellen Auftritt des Hotels unterstreichen, achtet man gut darauf, «dass sie immer gut sitzen und bezüglich Schnitt und Qualität adrett sind», erklärt sie. So erhält jeder neue eintretende Mitarbeiter mit dem Arbeitsvertrag auch eine Massta-



Eine moderne Uniform mit Trachtelementen der Designerin Gabriela Frey-von Arx.

Bilder zvg

ANZEIGE

FÜR MICH.

Die KLAFS Sauna- und Wellness-Welt.



Sauna / Sanarium



Fehlbe Lounge



Dampfbad / Dusche



Sonnensitze



SANOSPA Whirlpool



Abkühlung

Weitere Informationen erhalten Sie in unserem kostenlosen 170seitigen Übersichtskatalog.

KLAFS

MY SAUNA AND SPA

Weltweit in über 30 Ländern.

KLAFS AG, Obemeuhofstrasse 11, 6342 Baar

T 041 760 22 42, F 041 760 25 35

baar@klafs.ch, www.klafs.ch

Weitere Geschäfte in: Bern, Bad Egg VS, Chur GR, Corsier VD, Dättwil ZH, Roggwil TG.



Uniformen von Image Wear für das «Intercontinental» in Genf.

belle, damit die Uniform noch vor Arbeitsantritt angepasst werden kann. Kreiert wurden die «Victoria-Jungfrau»-Uniformen von Gabriela Frey-von Arx. Die Inhaberin der Firma «design + Tradition» in Muri bei Bern ist einerseits bekannt für ihre zeitgemäss interpretierte Trachtenmode, andererseits für ihre speziellen Personalbekleidungs-Kollektionen für die Hotellerie und Gastronomie.

Uniformen dürfen kreativ, funktional müssen sie sein

Wichtig insgesamt sind nicht nur Tragekomfort und Schnitt, sondern auch ein aktuelles Design: Trends würden sich bei Uniformen aber nur zum Teil nach der Fashion-Mode richten, erklärt Holger Reinke, jedoch sei dies sehr vom Kunden

abhängig. Vielen Kunden sei wichtig, dass die Mitarbeiter auch wie Mitarbeiter aussehen und als solche für die Gäste erkennbar sind.

Mit Corporate Fashion eine Einheit zu bilden, ist das eine, das andere ist, sich damit von anderen abzuheben. Wo aber liegen die Grenzen von kreativen, individuellen Uniformen? «Die Grenze der Individualität wird ersichtlich, sobald sich der Kunde damit auseinandersetzt, was seine Mitarbeiter tragen wollen



Frisch und stilvoll: Kellneruniform im «Victoria-Jungfrau».



Edel rustikal, die Servicepersonal-Uniform von Gabriela Frey.

oder können und was nicht», hält der Image-Wear-CEO fest. Schliesslich hätten die Mitarbeitenden – anders als Models auf dem Laufsteg – verschiedene Grössen und Figuren. Elisabeth Rütli bestätigt: «Es muss sich um eine ganzjährig tragbare Uniform handeln, die in verschiedenen Grössen gut aussieht und für Mitarbeiter jeden Alters geeignet ist.» Viele Aspekte müssten beachtet werden, ergänzt Holger Reinke.

Etwa, dass im Service die Krawatte nicht ins Essen hängt, oder dass die Bewegungsfreiheit mit optimalen Ärmelweiten gewährleistet wird. Obwohl beim Uniformen-Design immer mehr mit Kreativität und Individualität gespielt wird, setzen andere Anforderungen – wie die Funktionalität – Grenzen. «Berufskleidung wird immer eine Mischung aus traditioneller Arbeitskleidung und aktueller Fashion-Mode sein», meint Reinke dazu.



Edle Bekleidung für Service-Mitarbeitende im «Dolder Grand».

Alain D. Boillat