



Bild: Felix Kempf

## //OHNE DEHNUNGSZONEN GEHT GAR NICHTS MEHR

EIN INTERVIEW MIT CHRISTINE JÄGER,  
GESCHÄFTSFÜHRERIN DER TEXTIL-CONSULTING-  
AGENTUR KREATIVCONTROL IN MÜNCHEN.

Ist Ihnen aufgefallen, was für eine gute Figur Ihr Postzusteller in den letzten Jahren macht? Und das, obwohl Sie ihn bei Wind und Wetter mit schweren Paketen plagen? Zu verdanken ist dies KREATIVcontrol aus München. Seit 2002 begleitet die international agierende Textil-Consulting-Agentur Großunternehmen, wie zum Beispiel die Deutsche Post DHL Group, bei der Entwicklung von PSA, Funktions-, Berufs- und Sportbekleidung. Seit 2009 kreuzten sich dabei regelmäßig die Wege mit Hero Textil. Zuerst zufällig, dann geplant. Hero Textil Vorstand Christoph

Ulrich freut das. „Weil sich KREATIVcontrol perfekt darauf versteht, Kundenbedürfnisse zu erkennen und umzusetzen. Ganz davon abgesehen, können wir einfach miteinander.“ Und was sagt die KREATIVcontrol Inhaberin Christine Jäger dazu? Das können wir Ihnen sagen. Denn für die Strickschrift durften wir sie ein wenig ausquetschen.



Hallo Frau Jäger, Hero Textil und Sie: Geht das schon lange?

Oh ja! Es ist jetzt acht Jahre her, dass wir zum ersten Mal miteinander zu tun hatten. Damals wollte das Unternehmen TEMPEX die Qualität seiner Kühlhauskleidung steigern und ich war als Coach vor Ort. Guido Günther kam dazu, um uns zu zeigen, was Bündchen und Hosenträger von Hero Textil zur Problemlösung beitragen können. Unser zweites Aufeinandertreffen war 2011 auf der A+A am Stand von Hero Textil. Da haben Christoph und Guido den CompatiBelt präsentiert, für den mir dann spontan eine passende Verwendung einfiel. Hero hat mir dann gleich kostenlose Muster angeboten.

Das heißt, Hero Textil ist Ihr Lieferant?

Nicht nur. Beim CompatiBelt fungierten wir später auch als Entwicklungspartner. Und in letzter Zeit waren wir auch schon Kunde von Hero Textil. Wir haben zum Beispiel einen Teil der A+A-Messekollektion von Hero Textil entwickelt, die am Stand von Puppen getragen wird. Auf diese Weise kann Hero seine Produkte viel lebendiger präsentieren und zeigen, wo Dehnungszonen gut wirken und Sinn machen.

Seit wann gibt es KREATIVcontrol und wie hat alles angefangen?

Seit 2002. Begonnen hat alles mit der ersten Generation der Zusteller- und Schalterkleidung für die Deutsche Post. Die Idee, das Posthorn auf einem gelben Poloshirt mit schwarzem Strickkragen darzustellen, war zu der Zeit noch revolutionär. Bis dato wollten Mitarbeiter keine wandelnden Litfaßsäulen sein. Dann hat sich alles gedreht und das Posthorn war plötzlich Kult. Die Welten Beruf und Freizeit haben sich mehr und mehr verbunden.

Wie kam es zu diesem Sinneswandel unter den Trägern?

Zum einen erkannten die Mitarbeiter den finanziellen Vorteil der Unternehmensbekleidung. Und da diese plötzlich richtig gut aussah, bequem und figurbetont war, kamen Stolz und Identifikation mit dazu. Heute haben Streetstyles wie die Cargo-Hose Einzug gehalten. Handwerker tragen keine Uniform mehr, sondern Corporate Fashion. Diese ist angepasst auf die individuellen Bedürfnisse des jeweiligen Gewerks und verwendet Hightech-Materialien, die ehemals nur für die Freizeit- oder Sportmode eingesetzt wurden.

## // DIE WELTEN BERUF UND FREIZEIT HABEN SICH MEHR UND MEHR VERBUNDEN.

Warum sind Betriebe plötzlich bereit, mehr Geld für Workwear auszugeben?

Den Unternehmen hilft gute Schutzkleidung bei der Erreichung ihrer Null-Unfall-Statistik. Immer neue Vorgaben und Normen müssen eingehalten werden. Gefährdungsanalysen sind längst Standard. Und wenn Sicherheit im Betrieb eine immer wichtigere Rolle einnimmt, gibt es natürlich nichts Besseres als Mitarbeiter, die ihre mittlerweile sehr hochwertige Arbeitskleidung gerne tragen.

Wenn ein Kunde neue Bekleidung wünscht: Wo setzt Ihre Unterstützung an?

Vom Design von Bekleidungskonzepten über den CAD-Schnitt, die digitale Schnittkontrolle mit Fitting bis zum Prototyp aus unserer eigenen Werkstatt: Heute sind wir so aufgestellt, dass wir die gesamte textile Kette abbilden können. Wir erstellen technische Leistungsbeschreibungen, gradieren Schnitte, finden den passenden Produzenten, steuern die Produktion, organisieren Tragetests, schreiben textile CI-Booklets, begleiten den gesamten Ausschreibungs- und Produktionsprozess bis hin zur Auslieferung der Ware und unterstützen beim Launch mit Modeschauen, Fotoshootings und Workbooks. Wir haben uns vom Designbüro zur externen Werkbank unserer Kunden entwickelt.



Bilder: Christian Willner





**Und das alles leisten Sie für ziemlich große Kunden. Respekt!**

Ja sicher, denn es waren vor allem die großen Unternehmen, die den Zusammenhang zwischen Corporate Identity, Mitarbeitermotivation und Arbeitssicherheit schon frühzeitig erkannt haben. In Konzernen werden die Bedürfnisse der Mitarbeiter ständig abgefragt und fließen in unsere Arbeit und die Entwicklung der Bekleidung ein. Das spart uns Zeit. Denn wir fangen nicht immer bei null an. Hinzu kommt, dass sich große Unternehmen Zugeständnisse beim Arbeitsschutz am allerwenigsten leisten können. Mit unserer Arbeit halten Kunden das gesamte Know-how in Händen und sind damit unabhängig.

**Haben Sie eine besondere Art und Weise, wie Sie an ein Neuprojekt herangehen?**

Die individuellen Kundenbedürfnisse sind für uns das A und O. Und so beginnt bei uns jedes Projekt damit, das Einsatzgebiet vor Ort persönlich kennenzulernen. Wir klären die Zuordnung zu Berufseigenschaften, fragen nach spezifischen Vorschriften, Vorgaben und Normen im Unternehmen, stellen den direkten Kontakt zu den Sicherheitsbeauftragten her und so weiter. Diese Vorarbeit kann manchmal sehr umfangreich sein und so mancher Kunde versteht das anfangs nicht. Denn im ersten Moment macht

das unsere Leistung im Vergleich zu so manchem Wettbewerber teurer. Aber am Ende zahlt sich diese Investition in Zeit und Geld immer wieder aus. Weil sie für den Kunden zu einem guten Ergebnis führt und ihn zudem unabhängig macht, indem sie einen wertvollen Datensatz liefert.

**Welche Rolle spielen Zulieferer wie Hero Textil in dieser frühen Projektphase?**

Darauf wollte ich gerade zu sprechen kommen. Denn die Auseinandersetzung mit dem Kunden allein reicht heute nicht mehr aus und genau hier greift dann unsere tiefe und teilweise sehr enge Zusammenarbeit mit allen relevanten Zulieferern. Wir wissen meistens ziemlich gut, wo wir anrufen müssen und wo wir Unterstützung bekommen. Erst dieses Know-how macht unser Angebot rund, weil wir damit neue Standards setzen.

**Was glauben Sie, wie wichtig sind Dehnungszonen in Arbeitskleidung?**

Wichtiger denn je! Denn, wissen Sie, als ich anfing, mich neben Design mit Passform und Schnitt und industrieller Produktion auseinanderzusetzen, war der Sonntagsanzug noch ein Thema. Heute ist das ganz und gar nicht mehr so. Ohne Dehnungszonen geht gar nichts mehr. Und da kommt Hero ins Spiel. Denn in Zusammenarbeit mit ih-

nen gelingt es uns immer wieder, ohne aufwendige und altbackene Gummizugverarbeitungen angenehme Überraschungen in die Kleidung einzubauen. Wir können unserem Kunden Kleidungsstücke liefern, die an Stellen nachgeben, wo sie bisher gezwickt haben. Eine Kleinigkeit, möchte man meinen, aber ein differenzierender Faktor für Menschen, die tagtäglich damit leben bzw. arbeiten müssen.

**Gibt es weitere Branchentrends, die gerade in aller Munde sind?**

Träger und Entscheider denken verstärkt ganzheitlich. Deshalb ist das Layering ein großes Thema. Das Kleiden in funktionell von innen nach außen aufeinander abgestimmten Schichten unter Berücksichtigung von Atmungsaktivität, Wärmerückhaltungsvermögen etc. Außerdem erlebe ich einen Trend hin zu mehr Recycling-Polyester und Bio-Baumwolle. Mehr denn je werden von den Kunden zudem faire Produktionsbedingungen und grundsätzlich nachhaltiges Denken und Handeln eingefordert.

**Wie wirkt sich die Digitalisierung auf Ihre Branche aus?**

Mit Einzug der Digitalisierung nimmt die gesamte Prozesskette mehr Geschwindigkeit auf. Unsere Aufgabe ist es, da Schritt zu halten. Deshalb sind wir ab Januar 2018 in der Lage, unsere Design- und Entwicklungsbausteine in exzel-

lenter 3-D-Qualität zu erstellen. Damit gelingt es uns, einen Großteil der sonst in unserer Werkstatt mühsam gefertigten Prototypen quasi virtuell zu ersetzen. Das spart enorm viel Zeit und bietet zusammen mit unserer elektronischen Body-Vermessung eine Reihe von Möglichkeiten bei der individuellen Gestaltung und Produktion. Erste Ergebnisse sind sehr vielversprechend und haben uns ins Staunen versetzt.

**Was glauben Sie, wie sich Hero in den nächsten Jahren entwickeln wird?**

Positiv! Denn wer sich der Flexibilität und dem Trend-Setting verschrieben hat, der wird am Markt gewinnen. Damit ist man Treiber und nicht Getriebener. Die Leute von Hero sind enorm flexibel und exzellente Networker. Sie erkennen Herausforderungen als Chancen und nicht als existenzbedrohendes Problem. Genau deshalb freuen wir uns auf Neuheiten und Überraschungen von Hero und die weitere spannende Zusammenarbeit!

**KREATIVCONTROL**

BALANSTRASSE 73

81541 MÜNCHEN

FON +49 89 64208289

INFO@KREATIVCONTROL.COM