

Corporate Fashion bringt Mode in die Firma

Mit der einheitlichen Geschäftskleidung tragen Mitarbeiter die Werte ihres Unternehmens zur Schau.



Designer Susanne Prister kleidete die Bipa-Mitarbeiter ein. Foto: Prister

ROSANNA BATTISTI

Innsbruck – Bei McDonalds tragen alle die gleiche Jeans und dasselbe T-Shirt, bei Bipa kleiden sich alle Verkäufer in knalligem Pink. Das heißt aber nicht, dass alle Mitarbeiter zufällig den gleichen Geschmack haben, sondern dahinter steckt ein geschickter Marketingschachzug. Dadurch kann das Unternehmen noch mehr in den Köpfen der Kunden verankert werden.

„Corporate Fashion“ nennt sich diese Art der Berufskleidung. Sie kann in der Ausführung verschieden sein, umfasst beispielsweise Shirts, Westen und Accessoires,

bleibt aber vom Stil her immer gleich.

Tiroler Design

Die Innsbrucker Designerin Susanne Prister weiß, worum es bei der Firmenmode geht, schließlich hat sie schon zwei große Unternehmen neu eingekleidet: Sie hat sowohl für Bipa als auch für den Penny-Markt ein komplettes Corporate-Fashion-Konzept erstellt, die Designs entworfen und fertigen lassen.

Außerdem hat sie den Mitarbeitern Tipps und Richtlinien vorgeschlagen, wie die Teile kombiniert werden können, damit sich die Firma einheitlich präsentiert.

„Corporate Fashion ist ein Teil der Corporate Identity (CI) eines Unternehmens, die alles umfasst, was die Firma nach außen hin repräsentiert“, erklärt sie. Diese Fir-

«Mitarbeiter sind die Visitenkarte eines Unternehmens. Für einen guten Eindruck darf da die passende Kleidung nicht fehlen.»

Susanne Prister

menidentität beginne beim Firmenlogo, dem Schriftzug und der Homepage und reiche bis zu der Gestaltung der Geschäftsräume und dem

Verhalten der Mitarbeiter. Corporate Fashion schließt an diese Identität an und kleidet die Mitarbeiter entsprechend den Werten, Vorstellungen und Grundsätzen, die das Unternehmen vermitteln will, ein.

Einheitlich schick

Inzwischen haben laut Prister immer mehr Firmen die Bedeutung der Modemaßnahme und des einheitlichen Schicks erkannt. „Die Mitarbeiter repräsentieren das Unternehmen, sind gewissermaßen die Visitenkarte. Und deren perfekter Auftritt umfasst auch die Kleidung“, ist Prister überzeugt.

SUSANNE PRISTER

Die Expertin: Die gebürtige Innsbruckerin Susanne Prister arbeitet bereits seit über zehn Jahren in der Modebranche. Ihr Handwerk hat sie in der Modeschule Hetzendorf bei Wien gelernt und drei Jahre lang im Designteam von Escada und Giesswein perfektioniert. Seit 1999 ist sie selbstständig und führt ein Atelier in der Innsbrucker Speckbacherstraße. Dort entwirft sie Brautcouture, Abendroben und elegante Businesslooks. Zusätzlich bietet sie Firmen Hilfe bei der Erstellung von Corporate Fashion an.