



news

I M A G E

P R O F I

B A S I C

THEMEN DIESER AUSGABE

Sonderanfertigung - Image zum Preis einer Standard-Kollektion	S. 1
„Jeden Tag ein bisschen besser“ – REWE-Kollektion	S. 2
SIKKENS festigt sein Markenimage	S. 3
Mentale Stärkung der Gesellschafterstruktur bei bruns & debray	S. 4

NÄCHSTE TERMINE

CMS Berlin:	22. bis 25. 9. 2009
TANKSTELLEN & MITTELSTAND	6. bis 7. 5. 2009

bruns & debray GmbH · Berufsbekleidung · Hellegaben 7 · 48231 Warendorf · Tel. 0 25 81 - 93 59-0

SONDERANFERTIGUNG
IMAGE-KOLLEKTION ZUM PREIS VON STANDARD-KOLLEKTIONEN

Muss eine Image-Kollektion teurer sein als eine Kollektion aus dem Standardsortiment? Nein – nicht zwangsläufig! Sicher ist allerdings, dass eine individuelle Imagebekleidung in der Herstellung eher unwesentlich teurer ist, als die Standardvariante. Der entscheidende Faktor für oder gegen eine Imagekollektion ist die zu erwartende Verbrauchs- bzw. Abnahmemenge, ob über das Geschäftsjahr verteilt oder en Block. Ab einer bestimmten Menge ist die Entscheidung für eine individuelle Berufsbekleidung fast kostenneutral und daher sehr zu empfehlen. Betrachtet man die Vorteile, die sich durch die Imagebekleidung einstellen, ist man schnell in seiner Überlegung bestärkt - wie es viele Unternehmen, auch mittlerer- und kleiner Größe schon sind. Die Globalplayer in allen Branchen machen es weltweit vor, und das nicht allein, um ihr Image aufzupolieren, - nein, vielmehr um sich nachhaltig Marktanteile zu sichern. Denn was gesehen und erkannt wird, prägt sich ein. Das Prinzip ist für alle Branchen das Gleiche. Eine weitere, nicht zu unterschätzende Begleiterscheinung der individuellen Bekleidung ist ohne Zweifel die Identifikation Ihrer Mitarbeiter mit dem Unternehmen, wenn sie sich in ihrer Arbeitskleidung derart wohlfühlen und die Kleidung ganz oder teilweise über die reine Arbeitszeit hinaus getragen und damit einhergehend positiv wahrgenommen wird. Arbeitshosen, geschnitten im modischen Jeans- oder Streetlook, sind zum Einen optisch ansprechender und in der Regel entsprechen sie den Tragegewohnheiten Ihrer Mitarbeiter bei Weitem mehr als Standard-Massenartikel.



Farblich abgestimmte Shirts, Polos und Sweater im trendgerecht umgesetzten Corporate Identity Ihres Unternehmens werden leichter als „privat“ nutzbare Bekleidung akzeptiert und getragen. Vor Jahren hat sich der Trend bereits entwickelt und man sah den Mercedesstern nicht allein in der Werkstatt auf einem Overall glänzen. Heute sieht man schon vielfach T-shirts, Polos eigentlich jede Form der Bekleidung mit einem Namen oder Logo darauf, der nicht so bekannt ist wie der Stern. Wenn aber das Kleidungsstück interessant designed und ansprechend gemacht ist, fällt es einfach auf – und das ist der Schlüssel zum nachhaltigen Erfolg. Soft Shell-Jacken sind ein weiteres gutes Beispiel für diesen Trend. Sie sehen nicht

mehr nach gewöhnlicher Arbeitskleidung aus, erfüllen aber ohne jede Einschränkung alle Anforderungen an eine klassische Arbeitsjacke und sind dabei mit mehr Chic und höherem Tragekomfort ausgestattet.

Es sind also eine Reihe von Vorzügen aufzuzählen, die individuelle Kollektionen mit sich bringen.

Wir von bruns & debray unterstützen Sie gern schon während Ihrer Überlegungen, wenn es darum geht gemeinsam mit Ihnen, die richtige Entscheidung für Ihr Unternehmen zu finden.



REWE

„JEDEN TAG EIN BISSCHEN BESSER“

Das ist der REWE Slogan von heute.
Die neue REWE-Strategie trifft exakt den Nerv der Zeit.

„BESSER“ - das bedeutet doch vorwärts,
nach vorn, in Bewegung an die Spitze sein.
Das ist es doch, was jeder von uns will und denkt.

Um genau das in einem Unternehmen umsetzen zu können, muss sich selbst das kleinste „Rädchen im Uhrwerk“ angesprochen fühlen.

REWE macht deutlich und hat deutlich gemacht, dass ein Image-Wandel im Unternehmen ohne sich nach Innen zu wenden, nach Außen allein nicht funktioniert. Die Power einer solchen Unternehmensgruppe wird von Menschen, den Mitarbeitern angetrieben und zwar vom unsichtbaren Mitarbeiter bis hin zur Firmenleitung.



Bei diesem Kraftakt des gelungenen Image-Wandels konnten wir von bruns & debray unser gesamtes Know-How in die Neugestaltung der Image-Bekleidung mit einbringen und einen wichtigen Part zum Erfolg der REWE-Strategie beitragen.

Bei der Umsetzung und Realisation der neuen Bekleidungslinie war eine der Vorgaben das Erreichen eines „Freizeitlook“ in den Komponenten, die das erlauben. Auch eine vorsichtige Reduzierung des Erscheinungsbilds auf das wesentliche REWE

Corporate Design beim Zusammenspiel von Form und Farbe war eine zu erfüllende Vorgabe.

Im Ergebnis ist eine klassisch-moderne Kollektion mit Finesse entstanden, attraktiv in Schnitt und Passform, klar und modisch zugleich mit einer hohen Wiedererkennbarkeit. Blusen, Hemden, Shirts, Polos, Halstuch und auch die Krawatte der Kollektion sorgen für ein adrettes Auftreten und steigern das Selbstwertgefühl der Mitarbeiter auf angenehme Weise.



AKZO NOBEL

SIKKENS FESTIGT SEIN MARKENIMAGE

SIKKENS - Namhafter Hersteller von Farben und Lacken lässt seine hochwertige und anspruchsvolle Image-Kollektion in Warendorf fertigen.

Vorausgegangen sind der Produktion zunächst sämtliche relevanten Schritte, die eine spezifisch ausgelegte Bekleidungsline erforderlich machen.

Im Vordergrund der Entwicklung dieser Kollektion stand wiederum der hohe Qualitätsanspruch in Punkto Strapazierfähigkeit und sorgfältigster Verarbeitung.

Bei der Gestaltung der Kollektion setzt die Unternehmensgruppe SIKKENS auf reduzierte Farbigkeit, bei hohen Kontrasten. Weg vom Einheitsweiss zum akzentuierten Design unter Berücksichtigung der Hausfarbe Anthrazit. – Das klingt zunächst eher einfach.

Die Positionierung der Kontrastfarbe Anthrazit an den Beanspruchungsstellen wie Säumen, Kniepolstertaschen und im Schulterbereich war dann schon eine Herausforderung an die Schnitt-Abteilung.



Optik, Passform, Bewegungsfreiheit und der entscheidende elegante Chic der Kollektion sollten ja auch im Gesamtpaket zusammen funktionieren. Die weißen Konturnähte, die Tascheneingriffe der Seitentaschen an Latz- und Bundhose in Anthrazit und eine flexible Zollstocktasche machen letztlich diese stimmige Kollektion aus. – Klar strukturiert und aufgeräumt vermittelt der Anblick der Kleidung sofort das Gefühl von Kompetenz, und genau das ist es, was der klassische Kunde der „SIKKENS-Maler“ erwarten darf und soll.

– Aufgabe erfüllt! –



MENTALE STÄRKUNG.

JANA GIESCHE UND GUIDO HILKE SIND JETZT
GESCHÄFTSFÜHRENDE GESELLSCHAFTER

Der Kauf von Geschäftsanteilen kann in der heutigen Zeit viele Gesichter haben.

- Ein positives ist es bei bruns & debray! - Jana Giesche, bisherige Prokuristin und Guido Hilke, bisheriger Geschäftsführer von bruns & debray haben sich zu gleichen Teilen zukunftsorientiert an dem „privaten“ Unternehmen beteiligt.



„Wir unterstreichen mit dem Erwerb der Anteile die von uns geleistete Arbeit der vergangenen Jahre und blicken nun mit noch mehr Motivation in die Zukunft“, so die einhellige Aussage des neuen Geschäftsführerduos. „Wir waren in den letzten Jahren schon ein super funktionierendes Team und haben daher diesen Schritt nicht lange bedenken müssen. Wir kennen den Betrieb in- und auswendig und wissen nur zu gut was wir tun.“

Beide kennen die Branche wie kaum Andere, sind kreativ, innovativ und wollen ihre ganze Kraft darauf verwenden, den Aufwärtstrend des Unternehmens weiter voranzutreiben. Weitere Modernisierungen und ein Ausbau des Standortes Warendorf sollen folgen, Arbeitsplätze gesichert und geschaffen werden. Modische Schnitte aus neuen Geweben und die hohe Flexibilität von bruns & debray sind nach wie vor die Pfeiler der Unternehmensphilosophie.

„Persönlicher- und Unternehmenserfolg kann sich nur dann einstellen, wenn man zur richtigen Zeit das Richtige tut. Gleichzeitig gilt unser Dank unseren langjährigen Mitarbeitern und unseren vielen zufriedenen Kunden, ohne die Erfolg nicht denkbar wäre.“
– Danke –



WIR BILDEN AUS VERA FRITSCHÉ

Neu im Team: Auszubildende Vera Fritsche

Ihre Fachhochschulreife erreichte die 21. jährige an der Berufsfachschule für Wirtschaft und Verwaltung in Warendorf. In ihrer Ausbildung durchläuft Frau Fritsche sämtliche Stationen des Unternehmens. In Ihren ersten 3 Monaten konnte sie sich mit Fertigungsabläufen und der Produktpalette des Hauses vertraut machen. Zur Zeit stehen die Prozesse der Warenwirtschaft und erste Kontakte zu Kunden und Lieferanten auf Ihrem Lehrplan. Ihr Hobby, Computer im weitesten Sinne, erleichtert wichtige Ausbildungsziele in der Praxis erheblich. Der kaufmännische Bereich, Buchhaltung, Verkauf, Akquisition und Messebesuche werden folgen.

Schnitterstellung und Materialanforderungen bilden den letzten Step Ihrer Ausbildung. Schnelle Auffassungsgabe und ihre freundlich, zurückhaltende Art haben sie schon jetzt zu einer Bereicherung unseres Team werden lassen.

INFO-FAX 0 25 81 / 93 59 23

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

Straße: _____ Nr.: _____

PLZ: _____ Ort: _____

Rückruf-Telefon-Nr.: _____

Unterschrift _____



bruns & debray GmbH
Berufsbekleidung

Hellegraben 7
48231 Warendorf
tel. 0 25 81 - 93 59-0
info@bruns-debray.de
www.brun-debray.de

- wir bitten um Ihren Rückruf
 wir bitten um weitere Unterlagen
 wir bitten um einen Termin
 bitte keine weiteren Informationen

Telefon Nr.: _____

Ansprechpartner: _____