



Deze brochure is klimaatneutraal
geproduceerd met CO₂-compensatie en
groene stroom en gedrukt op gecertifi-
ceerd papier: van duurzame grondstoffen
met gecontroleerde herkomst en uit
verantwoord beheerde bossen.



© Bierbaum-Proenen GmbH & Co. KG · Domstr. 55-73 · 50668 Köln · Duitsland · All rights reserved.

BP® 09/2021

www.bp-online.com

BIERBAUM-PROENEN. SINCE 1788.



WIJ MAKEN BP® BEDRIJFS-
KLEDING MET HET
MERKBARE VERSCHIL.
SINDS 1788.



www.bp-online.com

BIERBAUM-PROENEN. SINCE 1788.

Alles begint
met **waar wij
voor staan.**

De zes BP® kernwaarden die ons
maken tot wie wij zijn.

[Verder bladeren en ontdekken >](#)

#1 KLANTGERICHTHEID

Alles voor de dragers van onze kleding: pagina 4

#2 INNOVATIE

Permanente verbetering is onze constante: pagina 8

#3 PRESTATIEVERMOGEN

Ons doel is de beste bedrijfsprestatie: pagina 12

#4 TRANSPARANTIE EN VERTROUWEN

Vertrouwensrelaties zijn ons principe: pagina 14

#5 DUURZAAMHEID

Verantwoordelijkheid tegenover mens en milieu: pagina 16

#6 DIVERSITEIT EN PERSOONLIJKE ONTWIKKELING

Iedereen heeft het recht om verder te komen: pagina 18



Welkom bij BP®: kwaliteit door passie.

Er wordt wel gezegd dat we bij BP® een beetje gek zijn. Waarom? Alleen omdat wij alles doen voor buitengewone perfectie en in vuur en vlam staan voor innovatie? Omdat wij torenhoge ambities hebben op het gebied van kwaliteit? Of een bijna obsessieve passie voor sterke bedrijfskleding hebben? Of omdat we duurzaamheid niet als een gril zien, maar als opdracht voor onze generatie?

Tja, misschien zijn we inderdaad gek – op kleding die perfect is afgestemd op de behoeften van iedereen die ze dagelijks draagt. Iedereen die net als wij alles geeft in zijn werk.

Dat wij een beetje gek zijn, is niets nieuws. Al sinds 1788 gaan we bij BP® uit van het idee dat de allerbeste oplossingen pas ontstaan wanneer ze met passie ontwikkeld en geproduceerd worden.

Dat wij geen concessies doen aan de kwaliteit, dat zie je en dat voel je: in de bouw, in de industrie, in de zorg en in de horeca. Bedrijfskleding die het dagelijks werk gemakkelijker maakt.

Gemaakt door gekke mensen, die iedere dag in allerlei delen van de wereld werken aan deze duurzame BP® kwaliteit.

“Bewegingsvrijheid, precies de juiste functies en de kleding ziet er ook nog goed uit: ik ben een grote fan van de BP® dameskleding.”

LAURA, MEUBELMAAKSTER

Alles voor de dragers van onze kleding.

DE MENSEN VOOR WIE WIJ ALLES GEVEN.

BOUW & INDUSTRIE

#1 KLANTGERICHTHEID

» Wij bieden onze dragers en klanten bedrijfskleding die voldoet aan onze BP® eis ‘feel the difference’. Centraal in onze belofte aan de klant staan kwaliteit, design en functionaliteit.«

We zijn blij als de dragers ons werk kritisch beoordelen en ons (meestal positieve) feedback geven. Dan weten we dat ze het verschil voelen!



“Cool! Ziet er super uit en zit heerlijk! Ik had nog nooit over bedrijfskleding nagedacht. Maar het is super-handig!”

CATHY, KOK IN EEN FOODTRUCK

HORECA

ZORG



“Mooie kleuren, uitstekend wasbaar, goede functionaliteit en een verzorgd uiterlijk: wij hebben bewust gekozen voor BP®.”

WALTRAUT, VERPLEEGKUNDIGE IN DE OUDERENZORG



BESCHERMENDE KLEDING

“We kunnen ons vrij bewegen en zijn in alle weersomstandigheden goed zichtbaar en optimaal beschermd. Onze kleding maakt ons dagelijks werk zoveel eenvoudiger.”

FARINA EN ATEF IN BP® HI-VIS



Unsere Identität

1. Kundenorientierung

Wir bieten unseren Trägern und Kunden Berufskleidungs-
lösungen, die dem BP-Anspruch „feel the difference“
gerecht werden. Im Mittelpunkt unseres Kundenversprechens
stehen Qualität, Design und Funktionalität.

2. Innovation

Wir entwickeln unsere Produkte und unser Unternehmen
durch Innovation und permanente Verbesserung im Dienste
unserer Träger und Kunden weiter.

3. Exzellenz

... Eigeninitiative, Verantwortungsbereitschaft,
... beständigem voneinander
... Leistung.

Excellente service is onderdeel van onze kwaliteit.

5. Nachhaltigkei

Wir schaffen nachhaltige Werte für
uns zusammenarbeiten. Der wirtschaftliche
uns zukunftsfähig. Wir stehen für faire Arbeitsbedi
und gehen mit den Ressourcen der Umwelt verantwortung
um.

... ökonomische Weiterentwicklung
... und schaffen Raum
um.

#1 KLANTGERICHTHEID



BEREIKBAARHEID, ADVIES, SERVICE, KNOWHOW EN BETROUWBARE LEVERING.

Onze service is 100% klantgericht. We hechten bijvoorbeeld veel waarde aan betrouwbare levering. Hoewel ons assortiment enorm is, hebben we meer dan 95% van onze producten op voorraad. Dankzij de uitstekende logistiek worden alle orders die voor 15.00 uur binnenkomen nog dezelfde dag verzonden. Want voor klantgerichtheid hanteren we dezelfde kwaliteitseisen als voor onze producten.



BP® KLANTENSERVICE



BP® LOGISTIEK-CENTRUM

DE DIGITALE WERELD IS ER VOOR DE MENS. NIET ANDERSOM.

Voor ons is digitalisering niet automatisch de oplossing voor iedere uitdaging. Maar we gebruiken de digitale mogelijkheden wel altijd als we daarmee het dagelijkse leven van onze klanten eenvoudiger kunnen maken. We combineren dit met onze vertrouwde service. Onze klanten gebruiken bijvoorbeeld al lang het digitale BP® dealerportaal en daarmee profiteren ze van kortere en snellere

doorlooptijden, betere processen en meer transparantie. Maar we zijn er ook altijd zelf om onze klanten te helpen en te adviseren! De digitalisering maakt ook dingen mogelijk die lang ondenkbaar leken, zoals virtueel aanpassen, digitaal ontwerpen en digitale proefmodellen maken. Zo helpt de voortdurende ontwikkeling van de digitale wereld ons om nog klantgerichter te werken.

Wij werken het liefst in de toekomst.

WANT GOED BLIJFT NIET VANZELF GOED GENOEG.

#2 INNOVATIE

» We blijven onze producten en ons bedrijf ontwikkelen door innovaties en voortdurende verbeteringen, altijd gericht op onze dragers en klanten.«

Deze passie voor innovatie zie je bij alle medewerkers van BP® en merk je direct bij alle producten.

“ Mijn naam is Christina. Ik ben 30 jaar en sinds 2015 productontwikkelaar bij BP®. Voor mijn werk gebruik ik een moderne 3D-tool om alle inspiratie virtueel toe te kunnen passen en daarmee de productontwikkeling van BP® naar een hoger niveau te tillen.

1. Hoe werkt zo'n 3D-simulatie?

Een ontwerp wordt eerst in 2D-patroondelen gemaakt die dan virtueel aan elkaar worden genaaid. Daarna wordt het in 3D gesimuleerd met een avatar met echte lichaamsmaten. In de laatste stap krijgt alles textuur, bijpassende fysische eigenschappen en de benodigde furnituren.

2. Wat is het voordeel van een 3D-simulatie?

Met een 3D-simulatie kun je gedetailleerde afspraken maken met ontwerpers, productmanagers en salesmedewerkers zonder dat je een prototype nodig hebt. Er kan digitaal worden afgestemd en aangepast om het ontwerp en de pasvorm te testen. Je hoeft daarvoor niet meer bij elkaar te komen. Over het algemeen is de ontwikkeling flexibeler, met kortere doorlooptijden. Je hoeft immers geen materialen meer te bestellen. Er kunnen dus prototypen, grondstoffen en verzendkosten worden bespaard.

3. Wat is er veranderd nu de productontwikkeling in 3D gaat?

Vroeger moesten delen van het patroon aan elkaar worden genaaid om een prototype te maken, zodat je het model in 3D kon zien. Pas daarna kon je testen of het ontwerp functioneel was en of het er goed uitzag. Dankzij de 3D-techniek kunnen we deze



5 VRAGEN AAN CHRISTINA

vragen nu in een eerder stadium beantwoorden en kunnen we een ontwerp aanpassen voordat we een prototype maken.

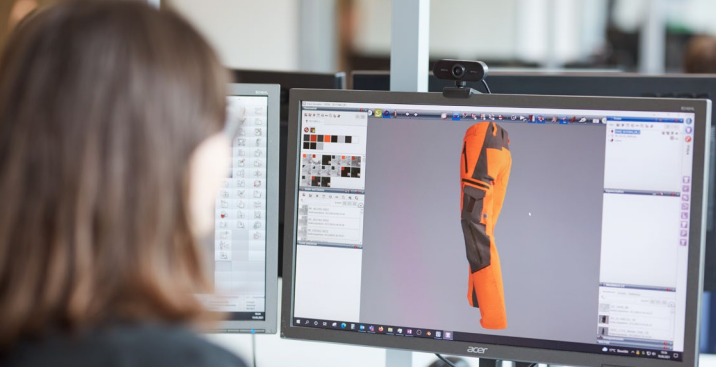
4. Wat is het voordeel voor de klant?

Kleding kan nu in 3D gesimuleerd worden op willekeurige avatars met verschillende lichaamsmaten. De pasvorm wordt getest om de dragers het gewenste draagcomfort en de benodigde functionaliteit te bieden in een eigentijdse stijl. De simulatie kan flexibel worden gebruikt in de communicatie met de klanten. Op basis van de 3D-visualisatie kunnen aanpassingen voor de klant snel worden doorgevoerd.

5. Wat is het doel op lange termijn?

Het is de bedoeling dat alle afdelingen binnen BP® met de 3D-simulatie gaan werken zodat er een continue 3D-procesketen ontstaat van ontwerp tot en met verkoop. Zo kunnen we sneller en beter tegemoetkomen aan de individuele wensen van de klanten – en de klanttevredenheid dus verhogen – en besparen we tegelijkertijd grondstoffen.





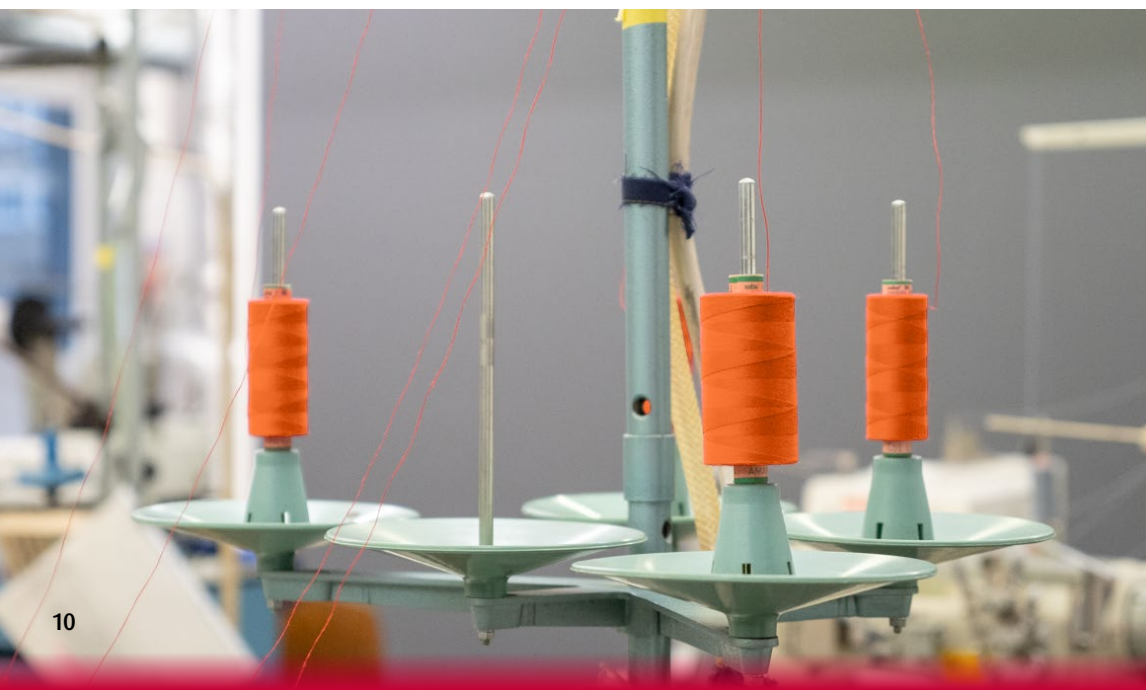
#2 INNOVATIE



3D-SIMULATIES IN HET DIGITALE ONTWERPPROCES

JE KUNT HET WENDEN EN KEREN ...

...om al tijdens het ontwerpproces alle fouten in pasvorm en functie te ontdekken en te voorkomen. Dankzij de digitale ontwikkeling van onze producten kunnen we nieuwe innovatieve functies al in een vroeg stadium testen, evalueren en perfectioneren.



EN HET PAST ALLEMAAL BIJ ELKAAR!

Het is telkens weer een bijzonder moment wanneer uit digitale data een echt kledingstuk ontstaat dat je als prototype in je handen kunt houden.

Het BP® ontwikkelingsproces is dan echter nog lang niet afgesloten. Voordat een BP® product een echt kwaliteitsproduct is, doorloopt het kwaliteitstests, een certificeringstraject, draag- en testfasen met dragers, detailaanpassingen en nog veel meer.

BP® VOORBEELDPRODUCTIE

DIGITAAL ONTWORPEN – STEIL OMHOOG.

De perfecte pasvorm door kunstmatige en menselijke intelligentie.



PASVORM, FUNCTIE EN COMFORT

Hoger, sneller, verder – ook industriële klimmers vertrouwen op de kwaliteit van BP®. Onze innovatieve collectie BPlus Modern Stretch – hier in de variant Hi-Vis – is digitaal ontworpen en met 'Size Germany'-paspoppen afgestemd op de menselijke pasvorm. Resultaat: absoluut veilig met perfecte pasvorm en comfort.



Wat is kwaliteit?

BIJ BP® IS HET EEN BELOFTE.

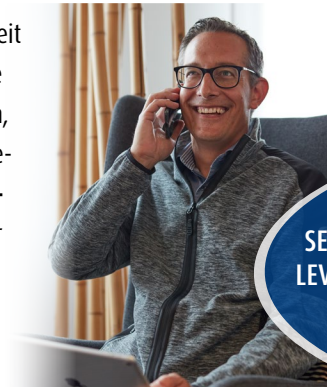
#3 PRESTATIEVERMOGEN

»Door eigen initiatief, door verantwoordelijkheid te durven nemen, met wederzijdse empowerment en door voortdurend van elkaar te leren, leveren we uitstekende bedrijfsprestaties.«

Hiervoor hebben wij zes kwaliteitsmodules ontwikkeld die de medewerkers van BP® met overtuiging omzetten.

“Voor mij is kwaliteit meer dan alleen de stof. Op tijd leveren, een ervaren service-team en **BETROUWBAARHEID** horen er ook bij.”

DOMINIK,
BP® SUPPLY CHAIN



“Bij modeontwerpen denken veel mensen niet direct aan bedrijfskleding. Terwijl daar juist een boeiende uitdaging ligt: de kleding moet functioneel, veilig en duurzaam zijn, een lange levensduur hebben en voldoen aan de hoogste kwaliteitseisen. En daarnaast moet de kleding er ook nog cool uitzien.”

MALIN, BP® STAGIAIRE



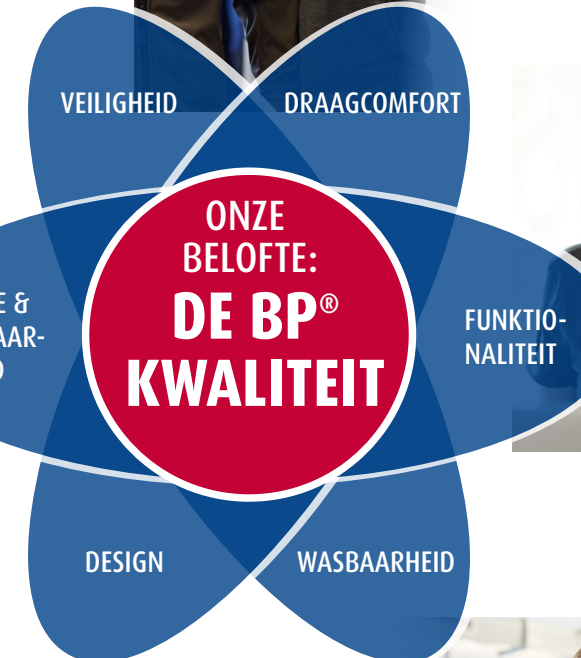
“Hoe kan kleding je werk makkelijker maken? Welk **COMFORT** willen koks, artsen of monteurs? Met deze behoeften van de dragers houd ik me bezig.”

ALEX, BP® PRODUCTMANAGER



“Zeer innovatieve details, modieuze modellen, trendy kleuren en handige accessoires: met de BP® ontwerpen willen we een **GOEDE LOOK** creëren en tegelijkertijd de hoogste technische eisen overtreffen.”

CHRISTINA,
BP® PRODUCTONTWIKKELING



“Werkkleding wordt vaak iedere dag gewassen, voor het grootste deel zelfs industrieel. Ik zorg voor de **BESTENDIGHEID** zodat de kleding ook na 100 keer wassen niet vaal wordt of scheurt.”

FABIAN, BP® INKOOP



“De grootste uitdaging is dat werkkleding moet voldoen aan de huidige **VEILIGHEIDSNORMEN** en dat de dragers altijd voor 100% op hun kleding moeten kunnen vertrouwen.”

STEPHAN,
BP® KWALITEITSCONTROLE



Sinds 1996 werken wij samen met een familiebedrijf in Pakistan. In 2019 richtte het bedrijf een school op, die in september 2021 door 113 kinderen werd bezocht.

Sociale verantwoordelijkheid binnen leveranciersrelaties.

LANGDURIGE SAMENWERKINGEN KUNNEN BIJDAGEN AAN BLIJVENDE SOCIALE VERBETERINGEN.

LEERLINGEN VAN DE SCHOOL DIE IN 2019 DOOR HET PARTNERBEDRIJF IN PAKISTAN WERD OPGERICHT; FOTO GENOMEN IN SEPTEMBER 2021.

#4 TRANSPARANTIE EN VERTROUWEN

» We hebben een warme vertrouwensband met dragers, klanten, leveranciers en financiers, gebaseerd op openheid, transparantie en eerlijkheid.«

Alleen als je vertrouwen schenkt, kun je vertrouwen verwachten.

WIJ BIJ BP®...

“... beschouwen transparantie als de basis om risico's en vooruitgang binnen onze toeleveringsketen inzichtelijk en traceerbaar te maken. BP is lid van de Fair Wear Foundation, die bedrijven ondersteunt bij de uitvoering van hun zorgplichtverplichtingen op het gebied van mensenrechten. Het lidmaatschap is geen product- of fabriekscertificering en biedt geen garantie voor een risicovrije toeleveringsketen..” **ANNIKA, BP® INKOOP/DUURZAAMHEID**



ALLE CERTIFICERINGEN OP www.bp-online.com/nl/de-verantwoordelijkheid-van-bp/



Tot onze verantwoordelijkheid behoort ook het testen van onze producten op schadelijke stoffen. Alle BP®-producten worden volgens ons testprogramma gecontroleerd op geselecteerde schadelijke stoffen. De certificering geldt voor de artikelen die in het betreffende certificaat zijn vermeld en bevestigt dat deze zijn getest volgens de geldende criteriatalogus.

Fair Wear

Onze sociale verantwoordelijkheid: BP® is lid van de Fair Wear Foundation. Het doel van deze samenwerking is om de arbeidsomstandigheden in de toeleveringsketens van de kledingindustrie stapsgewijs te verbeteren. Het lidmaatschap is geen product- of fabriekscertificering.

DUURZAAMHEID MET VLAG EN WIMPEL: DOOR GEZAMENLIJKE ONTWIKKELING EN SAMENWERKING OP LANGE TERMIJN.

Wij zetten in op langdurige relaties en ontwikkelen onze samenwerkingen stap voor stap verder. Ons doel is om bij onze partnerbedrijven concrete verbeteringen te ondersteunen, met name op het gebied van arbeidsomstandigheden, opleiding en kwalificatie, en klachtenmechanismen.

Verantwoordelijkheid begint met overtuiging.

ONS DOEL IS DUIDELIJK: BP® WIL ZIJN ECOLOGISCHE EN SOCIALE PRESTATIES OP HET GEBIED VAN BEDRIJFSKLEDING CONTINU VERBETEREN AAN DE HAND VAN CONCRETE EN CONTROLEERBARE DOELSTELLINGEN.

Voor ons is verantwoordelijkheid een continu verbeterproces. Daarom evalueren wij onze maatregelen regelmatig, ontwikkelen wij deze verder en sturen wij ze waar nodig bij. Feedback van medewerkers, klanten, leveranciers en andere zakelijke partners nemen wij mee in dit proces. Daarbij wegen wij economische, sociale, ecologische en productgerelateerde doelstellingen zorgvuldig tegen elkaar af.

Onze ambitie: duurzame bedrijfskleding waarvan wij de levensduur beoordelen aan de hand van vastgelegde testprocedures.

Een lange gebruiksduur kan de behoefte aan vervangende producten en daarmee het materiaalverbruik verminderen.

Scan voor meer informatie over duurzaamheid bij BP®:



WIJ BIJ BP®...

"... vouwen onze polo's en T-shirts nog een extra keer voordat ze worden verpakt. Daardoor kunnen wij voor deze artikelen kleinere verpakkingszakken gebruiken en minder verpakkingsfolie verbruiken."

NINA, BP® DUURZAAMHEID



DRIE PRINCIPES. EÉN HOUDING.

Waar het gebruik van hulpbronnen niet kan worden vermeden, werken wij eraan dit op basis van vastgelegde doelstellingen te verminderen. Voorbeelden hiervan zijn kleinere verpakkingszakken en maatregelen om het materiaal- en energieverbruik te verlagen.

In geselecteerde artikelen uit ons assortiment gebruiken wij polyester dat gedeeltelijk wordt gewonnen uit gerecyclede PET-flessen. Het betreffende aandeel gerecycled materiaal staat vermeld in de productinformatie.

#6 DIVERSITEIT EN PERSOONLIJKE ONTWIKKELING

» Wij respecteren en stimuleren diversiteit en bieden ruimte voor persoonlijke ontwikkeling.«

Dat is waarschijnlijk ook de reden waarom heel wat medewerkers 45 jaar van hun leven bij BP® doorbrengen.

Teamspirit als principe.

VERSCHILLENDE NATIONALITEITEN EN CULTUREN, ÉÉN DOEL:
PERSOONLIJKE ONTWIKKELING VOOR IEDEREEN.

LEVENDIGE DISCUSSIE IN DE PAUZERUIMTE VAN BP®

BIJ ONS LIGGEN ALLE MOGELIJKHEDEN OPEN. VOOR IEDEREEN.

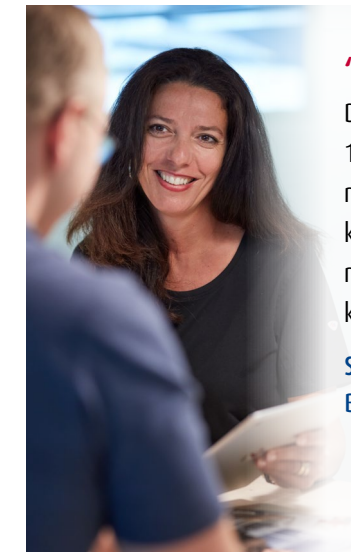
Mogelijkheden voor beginners en doorgroeiërs, opleidingstrajecten en salarissen: gelijke kansen zijn bij ons vanzelfsprekend.

PERSONEELSUITJE OP HET STADSSTRAND VAN KEULEN



Dankzij gezinsvriendelijke modellen – waarvan we sommige al in de vorige eeuw hebben ontwikkeld – kunnen onze medewerkers hun carrière bij BP® combineren met persoonlijke interesses, hun gezin of een rol als mantelzorger.

Door die mogelijkheden ligt het percentage vrouwen in de administratie van BP® rond de 50%. En bijna 40% van alle leidinggevendenden is een vrouw. Dat aantal zal de komende jaren zeker nog toenemen.



“Ik woon nu 20 jaar in Duitsland en werk al 19 jaar bij BP®. Ik heb mijn werktijden altijd kunnen afstemmen op mijn gezin en mijn drie kinderen.”

SYLVIE,
BP® MARKETING



GENIETEN VAN DE ZON IN HET BP® TUINATRIUM

Centrale werklocatie. Sinds 1788.

URBAN. DYNAMISCH. IN HET CENTRUM VAN KEULEN.
AL ZEVEN GENERATIES LANG.



HARTJE KEULEN ...

... tussen de studentenwijk Kunibertsviertel en het multiculturele Eigelstein, met zicht op de Dom en het centraal station. De bijzondere locatie midden in de stad is een ware smeltkroes van 'kwaliteitsaddicts', 'duurzaamheidsnerds' en andere geëngageerde hoogopgeleide mensen die samen het BP® team vormen.

BP® is in 1788 opgericht aan de Alte Markt, pal naast de Dom. Sinds 1905 zitten we op de huidige locatie in de binnenstad van Keulen, op een plek die in de loop van de decennia steeds aan de nieuwe behoeften is aangepast.



WIJ BIJ BP® ...

"... zijn een beetje gek wat onze BP® kwaliteit en duurzaamheidseisen betreft. Maar dat is precies de juiste spirit en daarom werk ik hier!"



STEVE, BP® SALESMANAGER

HET HOOFDKANTOOR VAN BP®
IN HET CENTRUM VAN KEULEN



Onze belofte is helder:
de beste oplossingen voor
de dragers van onze kleding.

**INNOVATIE EN VERANTWOORDE-
LIJKHEID ZIJN GEEN MODE-
GRILLEN BIJ ONS. ZE ZIJN
TRADITIE. SINDS 1788.**

Beste lezer,

Juist deze belofte motiveert ons iedere dag weer: de beste oplossingen voor de dragers van onze kleding. Aantrekkelijke en professionele oplossingen die de passie, de trots en de deskundigheid van de mensen laat zien die iedere dag alles geven in hun werk.

Om dat te bereiken, is heel wat nodig. En precies daarom is het BP® team gek op kwaliteit. Wij hebben plezier in innovatie. Wij bij BP® weten dat er niets is wat we niet nog verder kunnen verbeteren. Dat geldt voor onze producten, maar ook voor onze service. En deze drive voor innovatie bepaalt ook onze activiteiten op het gebied van duurzaamheid. In de afgelopen jaren hebben we veel op dit gebied bereikt. Maar er liggen nog veel grotere uitdagingen voor ons om duurzaamheid in alle facetten van ons werk te kunnen garanderen. We kennen nog niet alle antwoorden, maar die gaan we vinden – dankzij onze houding tegenover duurzaamheid en verantwoordelijkheid en dankzij onze focus op innovatie. Zo ontwikkelen we de bedrijfskleding van de toekomst!

Bedankt dat u voor BP® kiest.

Met vriendelijke groet,



Harald Goost, directeur

