



Alles beginnt  
mit dem,  
**wofür wir  
stehen.**

**WIR MACHEN  
BP® BERUFSBEKLEIDUNG  
MIT DEM SPÜRBAREN  
UNTERSCHIED. SEIT 1788.**

Sechs BP® Grundsätze, die uns  
zu dem machen, was wir sind.

## #1 KUNDENORIENTIERUNG

Alles für unsere Träger\*innen und Kund\*innen: Seite 4

## #2 INNOVATION

Permanente Verbesserung ist unsere Konstante: Seite 8

## #3 EXZELLENZ

Unser Ziel ist die beste Unternehmensleistung: Seite 12

## #4 TRANSPARENZ UND VERTRAUEN

Das vertrauensvolle Verhältnis ist unser Prinzip: Seite 14

## #5 NACHHALTIGKEIT

Verantwortung gegenüber Mensch und Umwelt: Seite 16

## #6 VIelfALT UND PERSÖNLICHE WEITERENTWICKLUNG

Jede\*r hat das Recht auf Förderung: Seite 18



# Willkommen bei BP®: Qualität aus Leidenschaft.

Viele sagen, wir bei BP® seien verrückt. Warum? Nur weil wir alles für außergewöhnliche Perfektion tun und für Innovationen regelrecht brennen? Weil wir ein enorm hohes Qualitätsversprechen abgeben? Oder eine obsessive Leidenschaft für starke Berufsbekleidungslösungen haben? Oder weil wir Nachhaltigkeit nicht als Attitüde, sondern als Auftrag unserer Generation verstehen?

Ja, vielleicht sind wir verrückt – nach Berufsbekleidung, die perfekt auf die Bedürfnisse der Menschen zugeschnitten ist. Für die, die sie täglich tragen. Für die, die ebenso wie wir alles für ihre Berufung geben.

Dass wir verrückt sind, ist nicht neu. Schon seit 1788 folgen wir bei BP® der Idee, dass die allerbesten Lösungen für unsere Träger\*innen dann entstehen, wenn sie mit Leidenschaft entwickelt und produziert werden.

Diesen Qualitätsanspruch kann man sehen und fühlen: im Handwerk, in der Industrie, in medizinischen wie in gastronomischen Berufen. Berufsbekleidung, die ihren Trägern\*innen den Alltag leichter macht.

Gemacht von Verrückten, die jeden Tag in vielen Teilen der Welt dafür sorgen, dass diese nachhaltige BP® Qualität entsteht.

„Bewegungsfreiheit, die richtigen Funktionen und ein echt guter Look: Ich liebe die Damenpassformen der BP® Kleidung.“

LAURA, TISCHLERIN

## Alles für unsere Träger\*innen.

MENSCHEN, FÜR DIE WIR ALLES GEBEN.

## HANDWERK & INDUSTRIE

## #1 KUNDENORIENTIERUNG

»Wir bieten unseren Trägern\*innen und Kund\*innen Berufsbekleidungslösungen, die dem BP® Anspruch „feel the difference“ gerecht werden. Im Mittelpunkt unseres Kundenversprechens stehen Qualität, Design und Funktionalität.«

Wir freuen uns, wenn unsere Arbeit von unseren Träger\*innen kritisch begutachtet und (meistens positiv) kommentiert wird. Denn es zeigt uns, dass sie den Unterschied fühlen.



„Wie cool: Sieht top aus und ist mega-bequem! Ich hatte vorher nie an Berufsbekleidung gedacht. Macht aber Sinn!“

CATHY,  
FOODTRUCK-  
KÖCHIN

## GASTRONOMIE

## MEDIZIN & PFLEGE



„Schöne Farben, sehr gute Waschbarkeit, tolle Funktionalitäten und eine gepflegte Erscheinung: Wir haben uns bewusst für BP® entschieden.“

WALTRAUT, ALTENPFLEGERIN



## SCHUTZ- KLEIDUNG

„Wir können uns frei bewegen und sind bei jedem Wetter gut sichtbar und optimal geschützt. Unsere Kleidung macht unseren Alltag deutlich leichter.“

FARINA UND 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,  
ständigem voneinander  
leistung.

# Exzellenter Service ist Bestandteil unserer Qualität.

### 5. Nachhaltigkeit

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

## #1 KUNDENORIENTIERUNG



# ERREICHBARKEIT, BERATUNG, SERVICE, KNOW-HOW UND LIEFERFÄHIGKEIT.



Im Servicebereich setzen wir zu 100 % auf Kundenorientierung. So legen wir z. B. größten Wert auf Lieferfähigkeit und Liefertreue. Trotz enormer Produktvielfalt bieten wir eine Lagerverfügbarkeit von über 95 %. Dank einer hervorragenden Logistik werden alle Bestellungen bis 15 Uhr noch am gleichen Tag versendet. Denn auch bei der Kundenorientierung haben wir den gleichen Anspruch an Qualität wie bei unseren Produkten.



BP® LOGISTIKZENTRUM



BP® KUNDENSERVICE

## DIGITALISIERUNG IST FÜR DIE MENSCHEN DA. NICHT UMGEKEHRT.

Für uns ist Digitalisierung nicht die Lösung aller Herausforderungen. Wir nutzen digitale Möglichkeiten aber immer dann, wenn wir damit den Alltag unserer Kund\*innen einfacher gestalten können. Das verknüpfen wir mit unserem bewährten Service. Unsere Kunden nutzen z. B. längst das digitale BP® Händlerportal und profitieren so von schnelleren Durchlaufzeiten, besserer Prozessqualität und

höherer Transparenz. Aber: Wir sind auch weiterhin persönlich für unsere Kunden da und beraten und helfen gern! Digitalisierung ermöglicht uns zudem Dinge, die vor nicht langer Zeit noch als undenkbar galten: virtuelle Anproben oder digitale Designprozesse und Bemusterungen. So hilft uns die stete digitale Transformation, unseren Grundsatz der konsequenten Kundenorientierung noch besser umzusetzen.

**Am liebsten arbeiten wir  
in der Zukunft.**

DENN GUTES BLEIBT NICHT VON ALLEIN GUT GENUG.

## #2 INNOVATION

»Wir entwickeln unsere Produkte und unser Unternehmen durch Innovation und permanente Verbesserung im Dienste unserer Träger\*innen und Kund\*innen weiter.«

Dieser Innovationswillen ist bei allen BP® Mitarbeitern\*innen und allen BP® Produkten unmittelbar spürbar.

Ich bin Christina, 30 Jahre alt und seit 2015 Produktentwicklerin bei BP®. Ich arbeite in meinem Aufgabenbereich mit einem modernen 3D-Tool, um alle Inspirationen virtuell einfließen lassen zu können und so die BP® Produktentwicklung auf ein höheres Level zu heben.

### 1. Wie ist eine 3D-Simulation aufgebaut?

Aus einem Entwurf wird ein 2D-Schnitt erstellt, der virtuell vernäht wird. Der Schnitt wird dann 3D an einem Avatar simuliert, der realen Körpermaßen entspricht. Im letzten Schritt erhält das Ganze eine Textur, dazu passende physikalische Eigenschaften und einzelne Zutaten.

### 2. Welche Vorteile hat eine 3D-Simulation?

Mit der 3D-Simulation sind detaillierte Absprachen mit den Abteilungen Design, Produktmanagement und Vertrieb möglich, ohne einen Prototyp zu haben. Abstimmungen und Anproben, in denen Design und Passform geprüft werden, können digital und standortunabhängig erfolgen. Generell ist die Entwicklung flexibler, und Wartezeiten werden reduziert. Es müssen keine Materialien oder Zutaten bestellt werden. Somit können Prototypen, Ressourcen und Versandkosten eingespart werden.

### 3. Was hat sich für die Produktentwicklung mit 3D geändert?

In der Vergangenheit mussten die Schnittteile zu einem Prototyp genäht werden, um das Modell in 3D sehen zu können. Erst dann konnte geprüft werden, ob das Design funktioniert und optisch gefällt. Durch den Einsatz von 3D-Simulationen haben wir die



## 5 FRAGEN AN CHRISTINA.

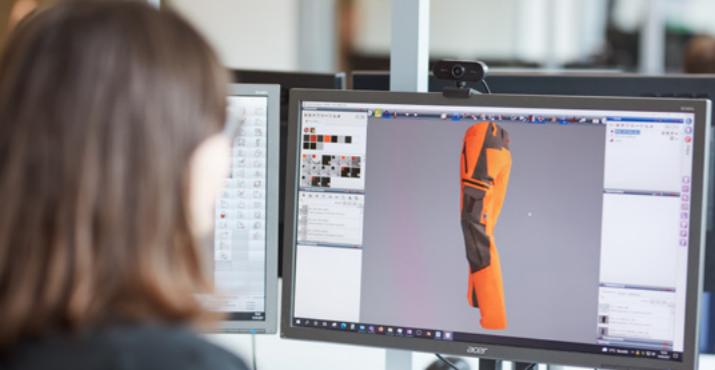
Möglichkeit, diese Fragen früher zu beantworten und Änderungen vor der Erstellung eines Prototyps vorzunehmen.

### 4. Welchen Vorteil hat das für die Kunden\*innen?

3D-simulierte Kleidung kann auf beliebigen Avataren mit unterschiedlichen Körpermaßen abgebildet werden. Die Passform wird auf den Prüfstand gestellt, um den Kund\*innen den gewünschten Tragekomfort und die benötigte Funktionalität in zeitgemäßer Silhouette zu bieten. Die Simulation kann flexibel für die Kommunikation mit den Kund\*innen eingesetzt werden. Anpassungen auf Grundlage der 3D-Visualisierung können für Kund\*innen schnell umgesetzt werden.

### 5. Was ist das langfristige Ziel?

Die 3D-Simulation kann und soll in jedem Bereich bei BP® Einzug erhalten, damit eine durchgehende 3D-Prozesskette vom Entwurf bis zum Retail entsteht. Dadurch können wir auf individuelle Kundenwünsche besser und schneller eingehen – steigern also die Kundenzufriedenheit – und sparen zeitgleich Ressourcen bei der Umsetzung.



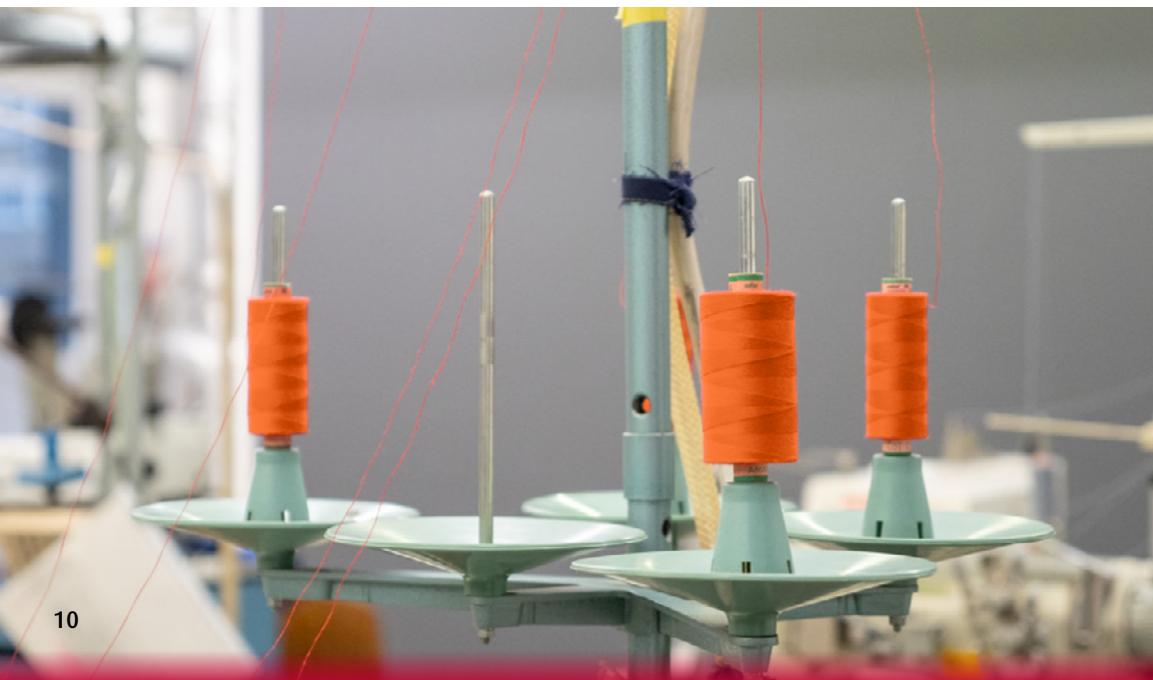
## #2 INNOVATION



3D-SIMULATIONEN AUS DEM DIGITALEN DESIGNPROZESS

### MAN KANN ES DREHEN UND WENDEN ...

... und bereits im Designprozess alle Passform- und Funktionsfehler erkennen und vermeiden. Die digitale Entwicklung unserer Produkte lässt uns in einem sehr frühen Stadium die erdachten innovativen Funktionen testen, begutachten und perfektionieren.



### UND ES PASST EINS ZUM ANDEREN!

Es ist immer wieder ein großer Moment, wenn aus digitalen Daten echte Kleidungsstücke als Prototypen zum Anfassen werden.

Damit ist der BP® Entwicklungsprozess jedoch noch lange nicht abgeschlossen: Qualitätsprüfungen, Zertifikate, Trage- und Testphasen mit Träger\*innen, Detailüberarbeitungen und vieles mehr machen ein Kleidungsstück erst zu einem BP® Qualitätsartikel.

MUSTERPRODUKTION

## VOM DIGITALEN SCHNITT ZUM VERTIKALEN SCHRITT.

Die perfekte Passform durch künstliche und menschliche Intelligenz.



### PASSFORM, FUNKTIONALITÄT UND KOMFORT.

Höher, schneller, weiter – auch Fassadenkletterer setzen auf die Qualität von BP®. Unsere innovative Kollektion BPlus Modern Stretch, hier in der Hi-Vis-Variante, wurde digital designed und mittels „Size Germany“-Büsten auf die aktuelle Passform der Menschen abgestimmt. Das Ergebnis: pure Sicherheit, auch in Passform und Komfort.



### #3 EXZELLENZ

# Was ist Qualität?

BEI BP® IST ES EIN VERSPRECHEN.

»Wir erbringen durch **Eigeninitiative, Verantwortungsbereitschaft, gegenseitige Befähigung und beständiges Voneinander-Lernen eine exzellente Unternehmensleistung.**«

Dafür haben wir sechs Qualitätsbausteine entwickelt, die von den BP® Mitarbeiter\*innen gelebt werden.

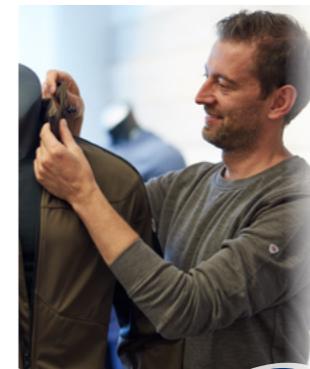
„Für mich geht Qualität über den Stoff hinaus. Pünktliche Lieferung, ein erfahrener Service und **ZUVERLÄSSIGKEIT** gehören ebenfalls dazu.“

DOMINIK,  
BP® SUPPLY CHAIN



„Wie kann Kleidung die Arbeit erleichtern? Welchen **KOMFORT** wünschen sich Köche, Ärzte oder Mechaniker? Diesen Träger-Bedürfnissen gehe ich nach.“

ALEX, BP® PRODUKTMANAGEMENT



„Viele denken bei Textildesign gar nicht an Berufskleidung. Dabei ist der Anspruch hier extrem interessant: an Funktion, Sicherheit, Langlebigkeit, Nachhaltigkeit und an Qualität insgesamt. Und obendrein soll es cool aussehen.“

MALIN, BP® AUSZUBILDENDE



„Arbeitskleidung wird oft jeden Tag gewaschen, der größte Teil sogar industriell. Ich Sorge für die **HALTBARKEIT**, damit auch nach 100 Wäschen nichts verblasst oder reißt.“

FABIAN, BP® EINKAUF



„Es ist die Herausforderung, dass Arbeitskleidung den aktuellen **SICHERHEITSNORMEN** entspricht und sich unsere Träger\*innen jederzeit zu 100 % auf ihre Kleidung verlassen können.“

STEPHAN,  
BP® QUALITÄTSKONROLLE



„Super innovative Details, modische Schnittführungen, Trendfarben und nützliche Accessoires: Mit unserem BP® Design wollen wir einen **GUTEN LOOK** kreieren und auch technisch höchste Ansprüche übertreffen.“

CHRISTINA, BP® ENTWICKLUNG



Mit einem Familienbetrieb in Pakistan verbindet uns eine 25-jährige Partnerschaft. Das Unternehmen hat vor zwei Jahren eine eigene Schule gegründet, die aktuell von 113 Kindern besucht wird.

## #4 TRANSPARENZ & VERTRAUEN

# Soziale Verantwortung.

LANGJÄHRIGE PARTNERSCHAFTEN ERMÖGLICHEN EINE NACHHALTIGE SOZIALE VERBESSERUNG.

SCHÜLER\*INNEN DER NEUEN SCHULE IN PAKISTAN

»Wir pflegen mit Trägern, Kunden, Lieferanten, Kapitalgebern und untereinander auf der Basis von Offenheit, Transparenz und Ehrlichkeit ein vertrauensvolles Verhältnis.«

Nur wer Vertrauen gibt, kann auch Vertrauen erwarten.

## WIR BEI BP® ...

„... sehen Transparenz als Grundlage, um Nachhaltigkeit und Menschlichkeit zu gewährleisten. Deshalb arbeiten wir auch mit großen Institutionen wie der FAIR WEAR FOUNDATION zusammen, um in der Produktionskette alle Schritte überprüfen zu lassen.“

ANNIKA, BP® EINKAUF/NACHHALTIGKEIT



ALLE ZERTIFIZIERUNGEN AUF [www.bp-online.com/de/bp-sozialstandards](http://www.bp-online.com/de/bp-sozialstandards)



Zu unserer Verantwortung gehört auch, dass unsere Produkte humanökologisch unbedenklich sind. Deswegen sind alle BP® Produkte schadstoffgeprüft und überwiegend nach Oeko-Tex® Standard 100 zertifiziert.

## NACHHALTIGKEIT MIT BRIEF UND SIEGEL: DURCH GEMEINSAME ENTWICKLUNG UND LANGFRISTIGE ZUSAMMENARBEIT.

Wir setzen auf langjährige Beziehungen und den nachhaltigen Ausbau von Partnerschaften mit dem Ziel, die wirtschaftliche, soziale und persönliche Situation aller Beteiligten in unserer Wertschöpfungskette langfristig zu verbessern.



Unsere soziale Verantwortung: Ziel der FAIR WEAR FOUNDATION ist die Verbesserung der Arbeitsbedingungen für die in der internationalen Bekleidungsindustrie arbeitenden Menschen. BP® wurde bereits achtmal in Folge mit dem Status „Fair Wear Leader“ ausgezeichnet.

Ziel des Bündnisses für nachhaltige Textilien ist es, die sozialen und ökologischen Bedingungen in der weltweiten Textilproduktion zu verbessern. BP® ist seit 2015 mit an Bord.

Fairtrade kennzeichnet Waren, die aus fairem Handel stammen und bei deren Herstellung bestimmte soziale, ökologische und ökonomische Kriterien eingehalten wurden. 2021 wurden von uns bereits 21 % der Baumwolle zu Fairtrade-Bedingungen eingekauft.

## #5 NACHHALTIGKEIT

»Wir schaffen nachhaltige Werte für die Menschen, die mit uns zusammenarbeiten. Der wirtschaftliche Erfolg macht uns zukunftsfähig. Wir stehen für faire Arbeitsbedingungen und gehen mit den Ressourcen der Umwelt verantwortungsvoll um.«

Nachhaltigkeit ist für uns alle entscheidend. Sie ist ein Auftrag an unsere Generation.

Unser Anspruch: die Herstellung der langlebigsten Berufsbekleidung auf dem Markt.

Durch diese Qualität **VERMEIDEN** wir den Verbrauch wertvoller Ressourcen und entlasten die Umwelt.

Für mehr Informationen zur BP® Nachhaltigkeit einfach scannen:



# Nachhaltigkeit beginnt mit Haltung.

UNSER ZIEL IST KLAR: BP® WIRD DAS NACHHALTIGSTE TEXTILUNTERNEHMEN FÜR BERUFSBEKLEIDUNG SEIN.

Nachhaltigkeit ist für uns ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess. Das bedeutet für uns: Motivation, Optimierung und – wenn nötig – Neuausrichtung. Der regelmäßige Austausch mit unseren Stakeholdern gibt uns dabei immer wieder neue Impulse.

Dabei bewegen wir uns immer in einem Spannungsfeld zwischen wirtschaftlichen, sozialen, ökologischen oder produktrelevanten Zielsetzungen.

## WIR BEI BP® ...

„... falten unsere Polos und Shirts einmal mehr, bevor sie verpackt werden. Seitdem können wir eine Menge Plastikverpackung einsparen.“

NINA, BP® NACHHALTIGKEIT



**DREI GRUNDSÄTZE. EINE HALTUNG.**

Den Ressourcenverbrauch, den wir nicht vermeiden können, **REDUZIEREN** wir konsequent.

Und die Maßnahmenliste ist lang: Sie geht von der Einsparung von Plastikbeuteln bis hin zur Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen je Produkt.

Wir setzen außerdem auf die Wiederverwendung, also das **RECYCELN** von Materialien.

So nutzen wir beispielsweise aus PET-Flaschen recyceltes Polyester für das Material unserer Kollektion BPlus Green.

## #6 VIELFALT & PERSÖNLICHE WEITERENTWICKLUNG

»Wir respektieren und bejahen Vielfalt und schaffen Raum für persönliche Weiterentwicklung.«

Das ist wahrscheinlich auch der Grund, warum nicht wenige BP® Mitarbeiter\*innen 45 Jahre ihres Lebens bei uns verbringen.

**BEI UNS IST JEDER WEG OFFEN. FÜR JEDE UND JEDEN.**

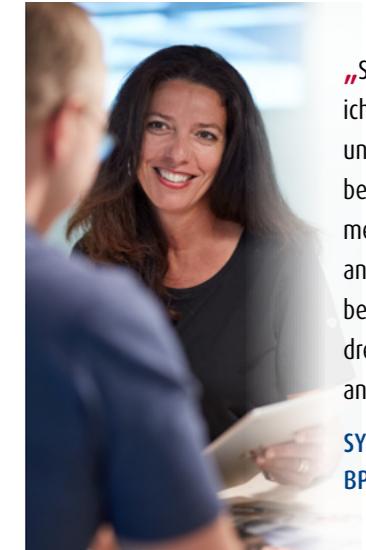
Ob bei Einstiegschancen, Aufstiegsmöglichkeiten, Weiterbildungsoptionen oder Gehältern: Gleichstellung ist für uns selbstverständlich.

MITARBEITER-EVENT AN DER KÖLNER PLAYA



Durch familienfreundliche Modelle, von denen wir einige bereits im letzten Jahrhundert entwickelt haben, können unsere Mitarbeiter\*innen ihre Karriere bei BP® und ihre persönlichen Bedürfnisse oder das Leben mit Kindern oder pflegebedürftigen Angehörigen in Einklang bringen.

Diese Modelle ermöglichen, dass in der BP® Verwaltung der Frauenanteil bei rund 50 % liegt. Und knapp 40 % aller Mitarbeiter\*innen mit Führungsverantwortung sind weiblich. Das kann sich in den nächsten Jahren sicher noch steigern.



„Seit 20 Jahren bin ich in Deutschland und seit 19 Jahren bei BP®. Ich konnte meine Arbeitszeiten an meine Familienbedürfnisse mit drei Kindern stets anpassen.“

**SYLVIE,**  
BP® MARKETING



DIE SONNE GENIEßEN IM BP® GARTEN-ATRIUM

## Teamgeist als Prinzip.

VERSCHIEDENE NATIONALITÄTEN UND KULTURKREISE,  
EIN ZIEL: WEITERENTWICKLUNG EINER JEDEN UND EINES JEDEN  
EINZELNEN.

ANGEREGTE DISKUSSIONEN IM BP® PAUSENRAUM



# Zentraler Workspace. Seit 1788.

URBAN. DYNAMISCH. IM ZENTRUM VON KÖLN.  
SEIT SIEBEN GENERATIONEN.



## MITTENDRIN ...

... zwischen studentischem Künibertsviertel und multikulturellem Eigelstein, in Sichtweite zu Dom und Hauptbahnhof: Die besonders urbane Lage ist ein wahrer Schmelztiegel für „Qualitätsverrückte“, „Nachhaltigkeitsnerds“ und andere engagierte, hochprofessionelle Menschen, die das besondere Team von BP® ausmachen.

Gegründet 1788 am Kölner Alter Markt direkt am Dom, befinden wir uns seit 1905 an unserem heutigen Standort in der Kölner Innenstadt, der im Laufe der Jahrzehnte immer wieder an die aktuellen Bedürfnisse angepasst wurde.



## WIR BEI BP® ...

„... sind ein bisschen verrückt, was unsere BP®-typische Qualität und den Anspruch an Nachhaltigkeit angeht. Aber genau das ist der Spirit und deshalb bin ich dabei!“



STEVE, BP® VERTRIEBSLEITER

DIE BP® ZENTRALE  
IM ZENTRUM VON KÖLN

**Unser Versprechen ist  
einfach: beste Lösungen  
für unsere Träger\*innen.**

**INNOVATION UND  
VERANTWORTUNG SIND  
BEI UNS KEIN TREND.  
SIE SIND TRADITION. SEIT 1788.**

Liebe Leserin, lieber Leser,

es ist eben dieses Versprechen, das uns tatsächlich Tag für Tag antreibt: beste Lösungen für unsere Träger\*innen. Attraktive und professionelle Lösungen, die die Leidenschaft, den Stolz und die Kompetenz der Menschen zum Ausdruck bringen, die täglich ihr Bestes geben.

Um genau dies leisten zu können, sind viele Zutaten notwendig: Da ist das qualitätsverrückte BP® Team. Wir leben Freude an der Innovation. Wir bei BP® wissen: Es gibt nichts, was wir nicht noch besser machen können. Dies gilt für unsere Produkte ebenso wie für unseren Service. Und dieser Innovationswille prägt auch unsere Aktivitäten im Bereich Nachhaltigkeit. Über die zurückliegenden Jahre haben wir bei diesem Thema viel erreicht. Aber noch viel größere Anstrengungen sind in der Zukunft erforderlich, um Nachhaltigkeit in allen Facetten gewährleisten zu können. Wir kennen noch nicht alle Antworten, aber wir werden diese finden – mit unserer Haltung zu Nachhaltigkeit und Verantwortung sowie unserer hohen Innovationsbereitschaft. So entwickeln wir die Berufsbekleidungslösungen von morgen!

Wir freuen uns über Ihr Interesse an BP®.

Ihr



Harald Goost, Geschäftsführer





BP® 09/2021

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

[www.bp-online.com](http://www.bp-online.com)

**BIERBAUM-PROENEN. SEIT 1788.**