



Die Produktion dieser Broschüre erfolgte klimaneutral durch CO₂-Ausgleich, mit Ökostrom und auf zertifiziertem Papier: mit nachhaltigen Rohstoffen aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern und kontrollierten Herkünften.



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

BP® 07/2026



WIR MACHEN
BP® BERUFSBEKLEIDUNG
MIT DEM SPÜRBAAREN
UNTERSCHIED. SEIT 1788.



www.bp-online.com

BIERBAUM-PROENEN. SEIT 1788.



www.bp-online.com

BIERBAUM-PROENEN. SEIT 1788.

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

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

Aufschlagen und entdecken >

#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,
... beständigem 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.

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

#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 Möglich-
keiten aber immer dann, wenn wir damit den All-
tag 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 weiter-
hin 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,
unsere Grundsatz der konsequenten Kunden-
orientierung 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.

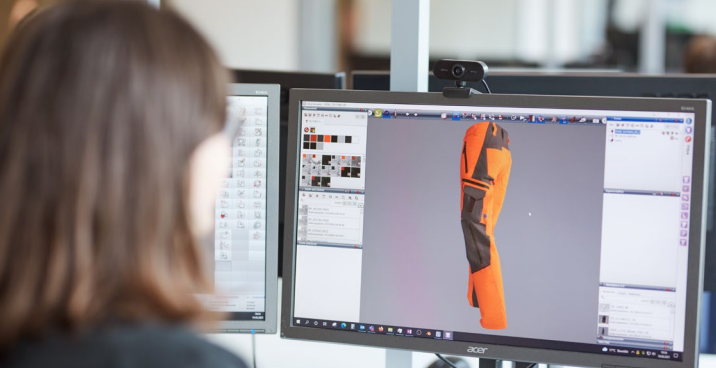
Möglichkeit, diese Fragen früher zu beantworten und Änderungen vor der Erstellung eines Prototyps vorzunehmen.

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.

BP® 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



„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



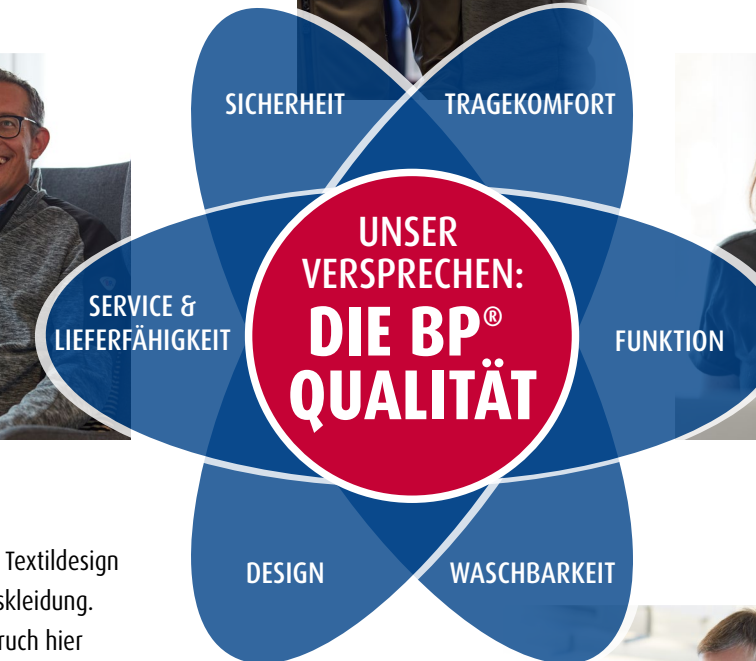
„Wie kann Kleidung die Arbeit erleichtern? Welchen **KOMFORT** wünschen sich Köche, Ärzte oder Mechaniker? Diesen Träger-Bedürfnissen gehe ich nach.“

ALEX, BP® PRODUKTMANAGEMENT



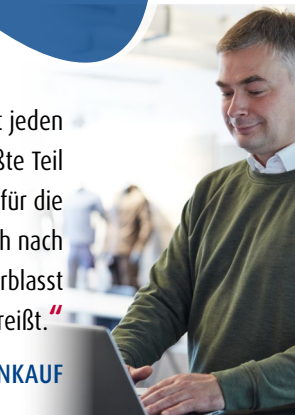
„Super innovative Details, modische Schnittführungen, Trendfarben und nützliche Accessoires: Mit unserem BP® Design wollen wir einen **GUTEN LOOK** kreieren und auch technisch höchste Ansprüche übertreffen.“

CHRISTINA, BP® ENTWICKLUNG



„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



Seit 1996 arbeiten wir mit einem Familienbetrieb in Pakistan zusammen. Der Betrieb gründete im Jahr 2019 eine Schule, die von 113 Kindern (Stand 09/2021) besucht wurde.

Soziale Verantwortung in Lieferantenbeziehungen.

LANGJÄHRIGE PARTNERSCHAFTEN KÖNNEN LANGFRISTIGE SOZIALE VERBESSERUNGEN UNTERSTÜTZEN.

SCHÜLERINNEN UND SCHÜLER DER IM JAHR 2019 VOM PARTNERBETRIEB GEGRÜNDETEN SCHULE IN PAKISTAN; AUFNAHME VOM 09/2021.

#4 TRANSPARENZ & VERTRAUEN

»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 Risiken und Fortschritte in unserer Lieferkette nachvollziehbar zu machen. BP® ist Mitglied der Fair Wear Foundation. Sie unterstützt Unternehmen bei der Umsetzung menschenrechtlicher Sorgfaltspflichten. Die Mitgliedschaft ist keine Produkt- oder Fabrikzertifizierung und garantiert keine risikofreie Lieferkette.“ **ANNIKA, BP® EINKAUF/NACHHALTIGKEIT**



ALLE ZERTIFIZIERUNGEN AUF
www.bp-online.com/de/bp-sozialstandards



Zu unserer Verantwortung gehört auch die Prüfung unserer Produkte auf Schadstoffe. Alle BP® Produkte werden nach unserem Prüfprogramm auf ausgewählte Schadstoffe geprüft. Die Zertifizierung gilt für die jeweils im Zertifikat ausgewiesenen Artikel und bestätigt deren Prüfung nach dem geltenden Kriterienkatalog.

Fair Wear

Unsere soziale Verantwortung: BP® ist Mitglied der Fair Wear Foundation. Ziel der Zusammenarbeit ist es, die Arbeitsbedingungen in den Lieferketten der Bekleidungsindustrie schrittweise zu verbessern. Die Mitgliedschaft ist keine Produkt- oder Fabrikzertifizierung.

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

Wir setzen auf langjährige Beziehungen und entwickeln unsere Partnerschaften schrittweise weiter. Ziel ist es, bei den Partnerbetrieben konkrete Verbesserungen insbesondere bei Arbeitsbedingungen, Qualifizierung oder Beschwerdemechanismen zu unterstützen.

Verantwortung beginnt mit Haltung.

UNSER ZIEL IST KLAR: BP® WILL SEINE ÖKOLOGISCHEN UND SOZIALEN LEISTUNGEN BEI BERUFSBEKLEIDUNG ANHAND KONKRETER UND ÜBERPRÜFBARER ZIELE KONTINUIERLICH VERBESSERN.

Verantwortung ist für uns ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess. Dazu überprüfen wir unsere Maßnahmen regelmäßig, entwickeln sie weiter und richten sie bei Bedarf neu aus. Rückmeldungen von Beschäftigten, Kunden, Lieferanten und weiteren Geschäftspartnern beziehen wir in diesen Prozess ein. Dabei wägen wir wirtschaftliche, soziale, ökologische und produktbezogene Ziele sorgfältig gegeneinander ab.

WIR BEI BP® ...

„... falten unsere Polos und Shirts einmal zusätzlich, bevor sie verpackt werden. Dadurch können wir für diese Artikel kleinere Verpackungsbeutel einsetzen. So können wir für diese Artikel kleinere Verpackungsbeutel einsetzen und weniger Verpackungsfolie verwenden..“

NINA, BP® NACHHALTIGKEIT

Unser Anspruch: langlebige Berufsbekleidung, deren Haltbarkeit wir anhand definierter Prüfverfahren bewerten.

Eine lange Nutzungsdauer kann den Bedarf an Ersatzprodukten und damit den Materialverbrauch verringern.

Für mehr Informationen zur BP® Nachhaltigkeit einfach scannen:



DREI GRUNDSÄTZE. EINE HALTUNG.

Wo sich Ressourceneinsatz nicht vermeiden lässt, arbeiten wir daran, ihn anhand definierter Ziele zu verringern. Dazu zählen beispielsweise kleinere Verpackungsbeutel sowie Maßnahmen zur Reduzierung des Material- und Energieeinsatzes.

In ausgewählten Artikeln unseres Sortiments verwenden wir Polyester, das anteilig aus recycelten PET-Flaschen gewonnen wird. Der jeweilige Rezyklatanteil ist in den Produktinformationen angegeben.

#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.

Teamgeist als Prinzip.

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

ANGEREGETE DISKUSSIONEN IM BP® PAUSENRAUM

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

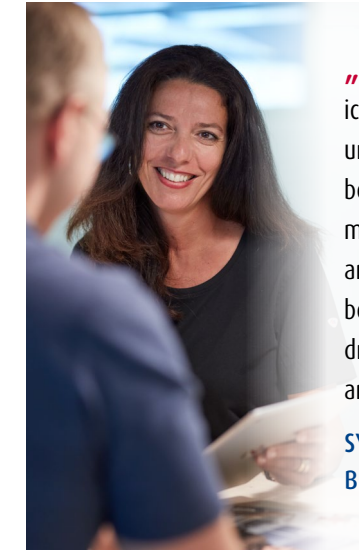
Ob bei Einstiegschancen, Aufstiegsmöglichkeiten, Weiterbildungsoptionen oder Gehältern: Gleichstellung ist für uns selbstverständlich.

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



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.**

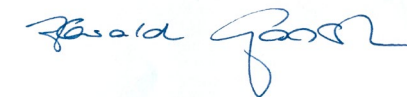
Liebe Leserin, lieber Leser,

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

