



Presse-Information

Neue Uniformen bei Germania: „Zeitlos elegant mit vielen frischen grünen Details“

BERLIN – 27. April 2018 – Die Germania Fluggesellschaft hat am Freitag in Berlin ihre neuen Uniformen vorgestellt. Personal aus Cockpit und Kabine präsentierte den neuen dunkelblaugrünen Look, der ab sofort an Bord getragen wird. Das neue Design der Arbeitskleidung ist Teil einer Modernisierungsstrategie, mit der sich Germania für die Zukunft stärker aufstellt, Prozesse erneuert, Digitalisierung vorantreibt und dadurch Effizienz steigert. Über das modische Update, das Feedback der Mitarbeiter und den gestiegenen Uniformbedarf sprachen wir mit

Markus Alwast, Director Inflight & Guest Experience, Germania Fluggesellschaft und
Ursula Muss, Modedesignerin & Geschäftsführerin, Q Corporate Fashion.

Für Passagiere gehört sie zum äußeren Erscheinungsbild einer Airline, für das fliegende Personal ist sie tägliche Arbeitsbekleidung – die Uniform an Bord. Germania hat sie einer Frischekur unterzogen und die Belegschaft neu eingekleidet, seit diesem Monat ist das Outfit im Einsatz. Was war der Anlass für die neue Kollektion?

Markus Alwast: Als service-orientierter Carrier arbeitet die Germania stets an ihrem inneren und äußeren Erscheinungsbild. Dazu gehörte nach acht Jahren seit Erstellung des letzten Designs auch eine neue Uniform, die den Ansprüchen der Crews und dem gewohnten Servicestandard der Germania entspricht. Das Empfinden für zeitgemäße, seriöse Kleidung verändert sich – bei denen, die sie betrachten wie auch bei denen, die sie tragen. Germania hat sich vorgenommen, viele Bereiche zu modernisieren und als Marke sichtbarer zu werden. Das geschieht einerseits durch gesteigerte Präsenz an den Flughäfen und andererseits auch durch das professionelle Auftreten unserer Mitarbeiter gegenüber unseren Kunden – mit zeitlos eleganten Uniformen.

Nun hätten Sie, um Aufmerksamkeit zu generieren, auch zu Knallfarben greifen können. Anstelle dessen wählen Sie modisch gepflegte Zurückhaltung. Wieso?

Markus Alwast: Germania ist eine Fluggesellschaft mit über 30-jähriger Firmengeschichte und Flugerfahrung. Wir hatten viel Zeit, unsere internationale Kundschaft und deren Bedürfnisse kennenzulernen und wir vergewissern uns in regelmäßigen Abständen ihrer Zufriedenheit. Neulich wurden wir durch das Kundenfeedback auf TripAdvisor zur "Best Airline – Germany" gewählt. Das bestärkt uns in der Haltung, dass wir nicht grell sein müssen, um gesehen zu werden. Wir setzen auf ein glaubhaftes Serviceversprechen und den freundlichen Umgang mit allen Gästen. Ein unaufdringliches, seriöses Erscheinungsbild mit frischen Akzenten unterstreicht dies in unseren Augen, gerade wenn man wie Germania im internationalen Luftverkehr zwischen verschiedenen Kulturen im Einsatz ist.

Was haben Sie an der Kleidung verändert, was ist wirklich neu?



Germania Pressestelle / Head of PR / Sabine Teller
Tel. +49 30 522 80 - 8765 / Fax - 8361 / presse@germania.aero



Ursula Muss: Unser Auftrag lautete: modischer, pflegeleichter und kombinationsstark. Ob Rock oder Hose, Bluse, Top oder Blazer – das entscheiden die Kolleginnen selbst. Auch bei den Herren gewinnt die Garderobe durch eine größere Auswahl an Kleidungsstücken, die selbstbewusst kombiniert werden können: An kalten Tagen kann über das Sakko eine Steppjacke gezogen werden und zum Wohlfühlen gibt es einen Cardigan, eine Strickjacke. An sommerlichen Tagen tut es ein Hemd, das mit Krawatte kombiniert werden kann. Insgesamt haben wir 26 verschiedene Teile in der Kollektion neu anfertigen lassen, wozu auch Gürtel, Hüte und sogar die Socken gehören. Bei der Grundfarbe der Uniform haben wir einheitlich von anthrazit auf dunkelblau gewechselt und Cockpit und Kabine dadurch auch optisch vereint. Auch die Pilotinnen und Piloten tragen jetzt mehr grün durch die neuen Krawatten.

Nun sind Uniformen nicht nur Teil der Außendarstellung des Unternehmens und Identifizierungsmerkmal, sondern sollten auch insbesondere für ihre Träger praktisch und für die tägliche Arbeit geeignet sein. Was sind die Bedürfnisse der Mitarbeiter, männlich wie weiblich, in Sachen Arbeitskleidung, wie konnten Sie diese berücksichtigen?

Ursula Muss: Germania hat über Jahre Feedback gesammelt. Dadurch gehörte es zu den Vorgaben, pflegeleichte und tragefreundliche Kleidung zu erstellen. Diese Attribute werden über die Stoffe umgesetzt. Für den täglichen Gebrauch lohnen sich deshalb atmungsaktive Materialien mit hohem Stretch-Anteil. Bei den Zuschnitten wurde großer Wert darauf gelegt, dass sich die Kollegen an Bord in ihrer Bewegung nicht eingeschränkt fühlen. Ob beim Service, beim Verstauen von Gepäck oder in Ausnahmefällen wie z.B. einem medizinischen Zwischenfall – die Uniform muss mitmachen. Das schließt den guten Sitz unter verschiedenen Temperaturbedingungen ein. Ansonsten sind die Meinungen natürlich so verschieden wie die Menschen. Dennoch haben wir es geschafft eine Kollektion zu erstellen, die bei den fliegenden Kollegen großen Anklang gefunden hat.

Über welchen Zeitraum erstreckt sich so eine Neueinkleidung, was bedeutet sie für das Unternehmen?

Markus Alwast: Von der Planung bis zur Neueinkleidung haben wir 12 Monate benötigt. In den Prozess konnten wir alle fliegenden Mitarbeiter der Germania Gruppe integrieren und – jetzt zeitlich passend – auch unseren Personalzuwachs berücksichtigen, der sich aus der Aufstockung unserer Flotte auf bis zu 36 Flugzeuge ergibt. Germania hat für über 1200 Mitarbeiter Uniformen ausgegeben und in individuellen Anprobe-Runden notwendige Änderungen identifiziert und umgesetzt. Es ist uns wichtig, dass unsere Mitarbeiter sich täglich wohl fühlen bei ihrer Arbeit und ihnen dazu moderne Arbeitsmittel zur Verfügung stehen, die die Arbeit und den Service erleichtern. Die Uniform spielt hier eine große Rolle, insofern haben wir den Aufwand der individuellen Fittings nicht gescheut.

Germania ist eine unabhängige deutsche Fluggesellschaft mit über 30 Jahren Unternehmensgeschichte. Auf Kurz- und Mittelstrecke fliegt die Airline mit dem grün-weißen Logo jährlich mehr als 3 Millionen Passagiere. Von 20 Abflughäfen in Europa bietet Germania Verbindungen zu mehr als 55 Zielen innerhalb des Kontinents, nach Nordafrika sowie in den Nahen und Mittleren Osten. Die Fluggesellschaft bietet entgegen dem Trend den bewährten Service an Bord aus kostenfreien Snacks, Softdrinks, Zeitschriften und mindestens 20 Kilogramm Freigepäck. Im Geschäftsmodell vereint Germania die Bereiche Linien-, Charter- und Werksverkehr. Zusammen mit der Schweizer Germania Flug AG und der Bulgarian Eagle umfasst die Germania-Flotte zum Sommer 2018 bis zu 36 Flugzeuge. Für deren Wartung sorgt die Germania Technik Brandenburg. www.flygermania.com