



Tekst en Fotografie: D&amp;B The Facility Group

# Mart Visser

Er was een tijd waarin bedrijfskleding met name functioneel was. Bedrijfskleding werd verstrekt om de eigen kleding te beschermen of omdat men herkenbaar diende te zijn in rol of functie. Tegenwoordig houden ook de grote modemerken zich bezig met bedrijfskleding. Draggers van een bedrijfsuniform weerspiegelen immers de identiteit van het bedrijf waarvoor ze werken. Zo werkt D&B The Facility Group met Nederlands bekendste couturier, Mart Visser.

“Toen wij ongeveer 15 jaar geleden als hospitality bedrijf de facilitaire markt betraden, viel het ons op dat concurrenten bereid waren om hun vrouwelijke medewerkers te kleden in een soort uniseks mannenpak met stropdas. Dat was voor ons écht onbegrijpelijk”, aldus Sander de Meester. In die periode heeft D&B couturier Mart Visser benaderd om een kledinglijn voor haar bedrijf te ontwikkelen. “Opeens werd mode een onderdeel van onze propositie. Veel opdrachtgevers reageerden met enorm enthousiasme”.

De facilitaire markt benaderde bedrijfskleding in die tijd nog veelal functioneel. In de hotelierie en horeca was er toen wel al bewustzijn over wat kleding kon doen voor de uitstraling van het bedrijf. Consumentenmerken als Adidas, McGregor en G-Star experimenteerden in die tijd met sponsoring van bedrijfskleding en inmiddels staat de kleding van het personeel op het lijstje waar ook inrichting, interieur en kunst worden afgevinkt.

Begin dit jaar heeft Mart Visser een volledig nieuwe collectie ontworpen voor D&B The Facility Group bestaande uit 12 items, waaronder een elegant schoonmaaktuniekje, een modieus jurkje voor security en hospitality hostesses en een spectaculaire damesjas. Uitgevoerd in twee lichte tonen grijs sluit de kleding aan op de hospitality dienstverlening van de D&B organisatie.

Over de grijstonen en taillering van zijn ontwerp zegt Mart Visser zelf: “Waarom altijd die beveiliging in dat veel te donkere kostuum dat vaak te groot is met die eeuwige ‘V’ erop? De twee grijstonen zorgen voor een zachtere en toegankelijke uitstraling. Iedereen ziet er tegenwoordig getailleerd uit en dat wilde ik ook in het ontwerp voor D&B toepassen. Ik vind dat je bedrijfskleding moet laten meegaan met wat er in de tijd gaande is”. D&B vond het belangrijk dat de nieuwe kledinglijn een bijdrage zou leveren aan het werkplezier van haar medewerkers, en Mart onderschrijft dat: “Ik hoop dat de medewerkers geïnspireerd worden door de kleding en er energie van krijgen”.

De introductie van de nieuwe bedrijfskleding bij de medewerkers van D&B The Facility Group vond plaats in de Buiksloterkerk in Amsterdam-Noord. Tijdens een modeshow presenteerden eigen medewerkers van D&B de nieuwe collectie aan hun collega's. In de aanwezigheid van Mart Visser en onder leiding van zijn catwalk coach Gerrit Oldenburg.

Bedrijfskleding gaat over imago, dat is inmiddels wel duidelijk. Maar goede kleding reikt verder dan dat. “De verhalen en emotie die loskomen bij nieuwe collega's op het moment dat zij hun nieuwe bedrijfskleding bij ons aangemeten krijgen, is hartverwarmend”, zegt Esmée van Eijk, verantwoordelijk voor het aannamebeleid bij D&B. “Je ziet mensen voor jouw ogen veranderen. Ze gaan er spontaan rechter op van lopen, de glimlach is niet meer weg te krijgen en mensen sturen ons e-mails om ons te complimenteren en te bedanken voor onze keuze voor een pak van Mart Visser”. Wellicht niet geheel onbegrijpelijk. Het is aan weinigen gegund om aan het begin van de dag de kast in te duiken en zich vervolgens te kleden in kleding van de hand van een waar couturier.

**Bedrijfskleding speelt een belangrijke rol voor de uitstraling en het imago van een bedrijf. Jarenlang was bedrijfskleding allesbehalve modieus, maar organisaties begrijpen steeds vaker dat kleding de persoonlijkheid van de organisatie naar buiten brengt. Bovendien gaat men ook beter snappen dat medewerkers beter in hun kracht komen als zij goed gekleed gaan. Niet voor niets wordt daarom steeds vaker een beroep gedaan op een topcouturier om een lijn voor de organisatie te ontwikkelen.**

D&B The Facility Group is verantwoordelijk voor o.a. de horeca, de receptiedienstverlening, de beveiliging en de schoonmaak van vele corporate kantoren. “Op veel momenten zijn het onze mensen die het eerste contact maken met de gasten van onze opdrachtgevers”, aldus Sander de Meester, Director Marketing van D&B. “Dat is een enorm belangrijk moment. Het is een open deur om te benadrukken dat je nooit een tweede kans krijgt, om een eerste indruk te maken, maar zo werkt het wel. Het contact met gasten moet dus altijd top zijn, en de uitstraling en kleding van onze mensen speelt daarbij een belangrijke rol.”



## Bedrijfskleding is imago en emotie