



MultiVision

- **DAS EVENT**
Texcare Forum 2006
- **DIE KAMPAGNE**
Plakataktion ab August
- **DIE REPORTAGE**
Sieben Gründe für den Erfolg



Plakataktion als Branchenkampagne 2006/07 Jetzt schon ein Erfolg für alle



Sie ist ein Meilenstein, die Branchenkampagne 2006/07, getragen von der Hilfsmittelindustrie und Multimatic. Der Schweizer Verband hat sich der Gemeinschaftsaktion von DTV und EFIT angeschlossen. Noch vor ihrem Start im August ist die Plakataktion daher jetzt schon ein Erfolg, zeigt sie doch, dass etwas Wesentliches verstanden wurde: Die Branche braucht den gemeinsamen starken Auftritt, um die Dienstleistung Textilpflege in den Fokus des Verbrauchers zu rücken. Die einfache Erkenntnis, dass wir nur gemeinsam stark sind, wird endlich in die Tat umgesetzt.

Es ist seit jeher mein Ziel, alles zu tun, um das Image der Branche zu stärken. Das war die Motivation, im Jahre 2004 erstmals die Kundeninformation **Reiniger@work** herauszugeben. Die Idee dazu kam aus Ihren Reihen, diskutiert und geboren wurde sie u.a. in der Obermeisterversammlung. Die Konzeption und Produktion konnten wir kurzfristig und unbürokratisch realisieren. Mit der Redaktion **MultiVision** hatten wir die besten Voraussetzungen, eine qualifizierte Publikation (mit der Hilfe von Branchenexperten und Praktiker) sowohl zu erstellen als auch flächendeckend bekannt zu machen.

Das ist gelungen. Bundesweit kennen und schätzen Verbraucher die Informationen, die sie mit der professionellen Textilpflege

assoziiieren, übrigens nicht mit ihrem Herausgeber. Vor allem verbinden die Verbraucher **Reiniger@work** mit dem Textilpflegebetrieb ihres Vertrauens, der es aushändigt und dessen Adresse auf der Rückseite aufgedruckt ist.

Die Werbewirkung hat nichts damit zu tun, wer im Impressum steht. Das ist gut so und war von Anfang an so gewollt. Dass die Publikation innerhalb der Branche als Multimatic-Produkt wahrgenommen wird, konnten wir nicht vermeiden.

Die Intension war und bleibt, mit allen der Branche zur Verfügung stehenden Mitteln, mehr Ware in die Betriebe zu bringen. Die Leistungsvielfalt der Textilpflege aktiv zu bewerben war darüber hinaus die Basisüberlegung des DTV-Ausschusses Marketing und PR, der mit seiner Plakataktion (die von Werbung und Öffentlichkeitsarbeit vom DTV und von EFIT begleitet wird) die Akzeptanz des Kundenmagazins **Reiniger@work** nutzt.

Von der Imageaufwertung der Branche, die mit dem geplanten Werbeauftritt im einheitlichen Design erreicht wird, profitieren alle Betriebe. Möglicherweise gibt es hier und da noch Optimierungsbedarf. Wir alle werden in den nächsten Monaten dazulernen. Verwertbare Erfahrungen gewinnen am Ende nur die, die aktiv mitmachen. Das ist Grund genug zu der Aktion ohne Voreingenommenheit ja zu sagen. Schließlich basiert der Grundgedanke auf der Erfahrung, dass Alleingänge wenig Gewinn bringen. Konstruktive Kritik muss erlaubt sein, setzt aber gelebte Erfahrungen voraus. Wie positiv die Erfahrungen sein werden, hängt davon ab, mit wie viel echtem Engagement wir dabei sind.

Ihr Dieter Kampmann

Reiniger@work im Textilunterricht

■ **BAD OLDESLOE** – »Ich bin froh, die moderne, ansprechend aufgemachte Kundeninformation **Reiniger@work** bei meinem Textilpflegebetrieb entdeckt zu haben! Für meinen Textilunterricht in der Hauptschule erhalte ich so die aktuellsten Informationen, z.B. über die neuesten Pflegesymbole. Die Verbraucherbildung ist im Schleswig-Holsteinischen Lehrplan verankert. Mit Hilfe des Verbrauchermagazins kann ich einem kleinen Teil der zukünftigen Verbrauchergeneration Wissenswertes über die professionelle Textilpflege mitgeben. Die entsprechenden Ausführungen in Lehrbüchern sind vielfach überholt.«

So schreibt Karin Voss, Lehrerin an einer Grund- und Hauptschule in Bad Oldesloe, mit etwa 1000 Kindern die größte dieser Art in Schleswig-Holstein.

Reiniger@work zieht Kreise, in einer Art, die Herausgeber und Redaktion nicht erwartet hätten, und verschafft Betrieben wie der Buchholz Textilpflegebetrieb in Bad Oldesloe eine ebenfalls weiter reichende Präsenz als vermutet.

Firmeninhaber Rainer Buchholz reagierte spontan und bot eine Betriebsbesichtigung an, um den Schülerinnen und Schülern den hautnahen Kontakt zu ermöglichen.



Karin Voss und Teilnehmer/innen des Wahlpflichtkurses Textillehre, 8. Schuljahr: Markus, Christina, Rosanne, Zeynep.



Jumag der "ANDERE" Schnelldampferzeuger

www.dampferzeuger.de

Tel. 0049 (0) 6203-494444 · Fax 0049 (0) 6203-4944 45



■ **Neu: Texcare Forum**

Seite 5

■ **Branchenoffensive startet**

im August

Seite 6

■ **Textilpflege nach**

vorne leben

Seite 10

■ **Interview mit Daniel Moniri**

Seite 11

■ **Reportage Trudrung**

Seite 14

■ **Profile:**

Horst und Boris Tophofen

Seite 16

■ **Ewald Brinker:**

Dafür stehe ich

Seite 18

■ **Historie:**

Beckers-Blaufärbers

Seite 21

■ **Leserbriefe**

Seite 22



Dieser Multivision liegt ein Exemplar von Reiniger@work bei. Falls nicht, bestellen Sie jetzt per Email: info@reiniger-at-work.de oder Tel.: (0 54 22) 100 35

Liebe Leserin, lieber Leser,

Image ist die Vorstellung, die andere von uns haben sollen, schreibt der Duden. Dass diese positiv sein soll, versteht sich. Aber selbst ein gutes Image birgt eine Gefahr: »Wer glaubt, ich bin seit 30 Jahren der Erste, also bleibe ich's, liegt falsch«, das sagte Eberhard von Kuenheim, Vorstand- und Aufsichtsratsvorsitzender der BMW AG. Ein gutes Image ist kein Ruhekitchen, es will gepflegt werden. Denn Imagepflege ist keine Lackfrage, kein Aufpolieren von Oberflächenglanz, »sondern eine Frage der Qualität der ganzen Konstruktion«, sagte Werner Niefer, ehemaliger Vorstandsvorsitzender der Mercedes Benz AG.

Es überrascht nicht wirklich, dass wir viele, kluge und lesenswerte Zitate von Topmanagern aus der Automobilbranche zum Thema Image finden. Kaum eine Branche arbeitet so konsequent und nachhaltig daran. Wobei das für jede Branche stimmt: Wer positiv gesehen werden will, muss sich am Markt entsprechend darstellen. Für Daniel Moniri, Textilpflegeunternehmer aus Düsseldorf (Titel), gehört dazu selbstverständlich der eigene gepflegte Auftritt, als Aushängeschild für die Leistungsfähigkeit seiner Dienstleistung (s. Seite 10).

Die Voraussetzung für ein gutes Image ist es, überhaupt gesehen zu werden. Die professionelle Textilpflege in den Fokus der Verbraucher rücken, will jetzt die Branchenkampagne 2006/07, übrigens eine echte Pionierleistung. Die ebenfalls viel zitierte Bündelung der Kräfte, das haben viele gescheiterte Aktionen der Vergangenheit gezeigt, ist schneller gesagt als getan. Nun verfügt die Textilpflegebranche nicht über die Ressourcen der Automobilindustrie, aber über eine Vielzahl von Spezialisten in Sachen Pflege, in Zukunft vielleicht auch für das Branchenimage.

Ihre *Gabriele Röschel-Wehmer*



Kurz notiert: Infotag Nassreinigung

■ **BÖNNIGHEIM** – Zu einem Infotag über die sachgemäße Aufbereitung bzw. die Nassreinigung von Oberbekleidung aus Altenheimen lädt die Technische Akademie Hohenstein ein: Am 13. Juni 2006 (10 bis ca. 15 Uhr) referieren Eugenie Bockelmann, Jürgen Tagge und Dr. Gunter Feile über den Nutzen für die Betriebe, den sie im Wert-erhalt der Oberbekleidung, zufriedeneren Kunden und Kostenvermeidung sehen.

Weitere Infos:

www.hohenstein.de

Thema Vogelgrippe

■ **BÖNNIGHEIM** – Die Vogelgrippe, ausgelöst durch den Erreger H5N1, hat nach wie vor bisher ungeahnte Auswirkungen auf den Menschen. Die Gütegemeinschaft sachgemäße Wäschepflege e.V. informiert gemeinsam mit den Hohensteiner Instituten und dem Institut für Hygiene und Umweltmedizin der Vivantes-Kliniken, Berlin: Eine hygienische Wiederaufbereitung von Wäsche im denkbar schlimmsten Falle wäre durch ein desinfizierendes Waschverfahren nach RAL-Gütezeichen 992/2 (Krankenhauswäsche) bzw. 992/3 (Wäsche aus Lebensmittelbetrieben) gewährleistet.

www.waeschereien.de

TREYSSE GmbH
Wäscherei- und Reinigungstechnik
PROFESSIONELLE WÄSCHEREITECHNIK VON
IPSO
BERATUNG-VERKAUF-FINANZIERUNG-
VERMIETUNG-SERVICE DEUTSCHLANDWEIT

TREYSSE GmbH - IPSO-DEUTSCHLAND



Hauptstraße 59 a
99869 Wangenheim
Tel. 036255-80694 / Fax. 036255-81001
www.treysse-waeschereitechnik.de
www.ipsorent.de
Mail info@treysse-waeschereitechnik.de

Ihre Vertretung für: **IPSO - Multimatic** 

CINET Meeting in London Innovation und Möglichkeiten

■ **LONDON** – CINET, internationales Komitee für Textilpflege, hielt unter dem Motto »Innovation and Market Challenges« Ende März seine Generalversammlung in London ab. Zur Einführung berichteten die Vertreter der nationalen Verbände über Situation und Trends in ihren Ländern hinsichtlich Markt, Umwelt, Forschung und technische Entwicklungen.

Der DTV war durch Friedrich Eberhard, Alpirsbach, vertreten. Chris Tebbs, Kanada, steuerte die Daten aus Amerika und Asien bei. Zu den notwendigen Regularien gehörte die Wiederwahl der Mandatsträger, wobei die Wiederwahl des langjährigen CINET Präsidenten, Theo Lagrange, Bonn, der aus Krankheitsgründen nicht teilnehmen konnte, um ein Jahr verschoben wurde. Einstimmig wiedergewählt wurden Vize-Präsident Murray Simpson, England, und Generalsekretär Peter Wennekes, Holland. Die insgesamt sehr interessante Vortragsreihe wurde mit einem Statement der wfk Krefeld über die Reinigungstechnologie der Zukunft eröffnet, das Peter Wennekes verlas. Eindrucksvoll sprach Dr. H. Gooijer vom KTK Institut, Holland, über umweltverträgliche Textilpflege mit dem besonderen Hinweis auf Entwicklungen wie den schmutzabweisenden Lotos-Effekt oder Mikro-Einschlüsse in Textilfasern. Beides, so Gooijer, biete dem Fachmann bisher unbekannt Chancen, da solche Effekte altern und nachgerüstet werden müssen. André Orban, ECSA (European Chlorinated Solvent Association), referierte über Gesetzgebung und Technologie und unterstrich, dass Perchlorethylene das am besten erforschte Lösemittel für die Textilreinigung sei. Auch in Zukunft seien vom Gesetzgeber in Europa keine negativen Überraschungen zu erwarten. Mr. Hearle, England, präsentierte die neueste Technik von Böwe. Hartmut Paul Kokerbeck, Krefeld, referierte für Multimatic über »Smartes Management durch Informations-Technologie«. Er stellte praktische Lösungen zur Gewinnung und Verarbeitung von Marketing- und Führungsdaten am Beispiel der Anlagen von Metalprogetti dar. Peter Wennekes, CINET, präsentierte die vorläufigen Ergebnisse der Fragebogenaktion 2005 zur Situation der Branche in den europäischen Mitgliedsländern. Abschließend stellte Hartmut



P. Kokerbeck in einem weiteren Referat den europäischen Delegierten die Kundenzeitschrift **Reiniger@work** vor und diskutierte gemeinsam mit Generalsekretär

Peter Wennekes über die Möglichkeiten, die Verbraucherinformation europaweit auszubauen. Einige Verbände äußerten spontan die Bereitschaft, in ihren Ländern mitzumachen.

Ebenfalls für alle sehr informativ endete die Tagung mit der Besichtigung des Zentralbetriebes von Jeeves of Belgravia in London-Tottenham. Diese vielleicht teuerste Reinigung Europas (Hose 15,- Euro, Hemd 7,50 Euro) gehört zur Johnson Gruppe.

Kok

SEITZ-Poster Imprägnierung



■ **KRIFTEL** – Damit Textilpflegekunden – wetterfest und gut geschützt – auch Spaß bei schlechtem Wetter haben, gibt es professionelle Imprägnierungen als attraktives Zusatzprodukt. Einen umfassenden Faserschutz, der allen Anforderungen moderner Textilien gerecht wird, bieten beispielsweise die Produkte Aquastop FC und Cetox Perfekt für die Maschine und Letex Spray zum nachträglich Ausrüsten aus dem Hause SEITZ. Der Hilfsmittelanbieter unterstützt diesen Service durch neue Poster zum Thema Imprägnierung, die über den Außendienst erhältlich sind.

www.seitz24.com

Branchentreff in Frankfurt

Texcare Forum soll Synergien schaffen

■ **FRANKFURT** – Erstmals in diesem Jahr trifft sich die Branche zum neuen Texcare Forum (24. – 25. November 2006), einer Kombination aus den Mitgliederversammlungen der Textilpflege-Verbände und Fachkonferenz. Veranstalter sind der Deutsche Textilreinigungs-Verband e.V. (DTV), der Industrieverband Textil Service e.V. (intex), der Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau-Fachverband Bekleidungs- und Ledertechnik (VDMA) sowie der Fachverband für Wäscherei-, Textil- und Versorgungsmanagement (FWL).

Die Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Veranstalter der Texcare International, wurde mit der Durchführung beauftragt.

Dr. Volker Schmid, Hauptgeschäftsführer des DTV: »Ich halte die Idee eines ersten großen Familientreffens der Branche für besonders wichtig.« Selbstverständlich, so Schmid, gebe es zwischen Kollegen, Lieferanten und Kunden Interessengegensätze. Die Branche sei jedoch nicht groß genug, sich den Luxus solcher Gegensätze leisten zu können. Das gemeinsame Ziel bleibe es, möglichst hohe Umsätze, möglichst rentabel zu erzielen. »Das Forum ist ein erster Meilenstein, sich dem gemeinsamen Branchenziel durch die Konzentration der Kräfte zu nähern.«

Auch Klaus Jahn, Geschäftsführer von intex, wertet das Texcare Forum als willkommene Gelegenheit, die Branchenvertreter auf einer Veranstaltung zusammenzuführen. »Wir legen unsere Jahrestagungen zusammen, um statt vieler Einzelveranstaltungen ein Forum zu schaffen, das Synergien für alle Beteiligten bietet.«

Am Vormittag des 24. November laden die Verbände intex und FWL ihre Mitglieder zur Jahresversammlung ins Congress Center Messe Frankfurt ein; parallel dazu trifft sich ein VDMA-Arbeitskreis. Das gemeinsame Mittagessen leitet über zur Fachkonferenz, die von Jörg Löhr eröffnet wird. Der angesehene Erfolgs- und Persönlichkeitstrainer, ehemaliger Handball-Nationalspieler und Unternehmensberater, gilt als einer der begehrtesten Referenten in Europa. Im Anschluss daran referieren Experten in jeweils 30-minütigen Fachvorträgen über Trends und Visionen der Branchen. Sie geben einen aktuellen Überblick über die Märkte für Waschmittel/Reinigung, Miettextilien sowie über die Marktentwicklung bei Textilreinigungs- und Wäschereima-

schinen. Ein Vortrag zum Thema Marketing wird die Konferenz abschließen.

Für interessierte Unternehmen besteht die Möglichkeit, sich während des Texcare Forums im Foyer des Congress Centers zu präsentieren. Auf dem Abendprogramm des 24. November steht eine Schifffahrt auf dem Main mit gemeinsamem Abendessen. Die Mitgliederversammlung des DTV findet traditionell am Samstag, dem 25. November statt, in diesem Jahr turnus-

gemäß mit den Präsidiumswahlen.

Mit einigen Hotels im Umkreis des Congress Centers hat die Messe Frankfurt Sonderkonditionen vereinbart. Die Teilnahme am Konferenzprogramm inklusive Mittagessen und Kaffeepausen kostet 80 Euro; die Abendveranstaltung 50 Euro pro Person.

Weitere Informationen:

www.texcare.messefrankfurt.com

Rubrik Texcare Forum



SEITZ GmbH
Gutenbergstrasse 3
65830 Krieffel / Germany
Tel. +49 (0)6192-9948-0
Fax +49 (0)6192-9948-99
www.seitz24.com



The fresher company.

Garantiert echte faser tiefe Frische...



odoSorb Spray

Holen Sie sich zusätzlichen Umsatz über die Ladentheke!

odoSorb befreit Schuhe und Textilien dauerhaft von hartnäckigen Gerüchen. Denn anders als bei vielen gängigen Produkten überdeckt **odoSorb** nicht durch „Parfümierung“, sondern isoliert die geruchsverursachenden Substanzen wie Schweiß, Urin oder Rauch. **odoSorb-Spray** gibt es jetzt auch als 100-ml Pumpflakon im attraktiven Werbeaufsteller direkt zum Verkauf an den Endverbraucher.

odoSorb

- enthält hochkonzentrierte wasserlösliche Wirkstoffe
- überdeckt die Gerüche nicht, sondern packt sie an der Wurzel
- isoliert und entfernt die verursachenden Substanzen gründlich

Branchenoffensive startet im August

Die Industrie gibt Starthilfe

■ **BONN/BOCHOLT** – Während der diesjährigen Landesverbandstagung des DTV-NRW in Bocholt Ende März präsentierte Gabriele Rejschek-Wehmeyer das Konzept der aktuellen Branchenkampagne, unter Einbeziehung des Kundenmagazins **Reiniger@work**. Zeitgleich wurde die vom DTV initiierte Aktion in Strasbourg bei der FATEX-Tagung, in Schwerin während der Tagung des DTV-OST und am 1. April 2006 während der EFIT-Jahrestagung in Hohenstein vorgestellt.

Alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer hatten die Gelegenheit, sich einen Überblick über den aktuellen Stand der Plakataktion und die begleitenden Werbemaßnahmen zu verschaffen. Sie konnten sich ihr Aktionsplakat gleich mitnehmen. Für alle anderen Betriebe halten jetzt die Außendienstmitarbeiter und -partner der Firmen BÜFA, Kreussler, Multimatic und SEITZ die Plakate bereit. Diese Unternehmen haben die Kosten für die Entwicklung und Produktion der DIN-A1-Plakate übernommen.



Pressekonferenz Verbandstag NRW: Der Vorstand nutzte die Gelegenheit, die Presse- und Rundfunkvertreter für die Branchenkampagne zu sensibilisieren.

Noch einmal zusammengefasst: Zusatzprodukte offensiv zu bewerben bzw. den Umsatz in der klassischen Textilpflege zu erhöhen, ist das Ziel der Gemeinschaftswerbung vom Deutschen Textilreinigungs-Verband und EFIT (Europäische Forschungsvereinigung Innovative Textilpflege e.V.), finanziert und gestützt von der Hilfsmittelindustrie und Multimatic. Der Schweizer Verband hat sich der Aktion angeschlossen.

Aktionsstart: 1. bis 31. August 2006

Das inhaltliche Konzept für die Plakataktion, die Themen und die Aktionszeiträume wurden vom DTV-Ausschuss Marketing und PR festgelegt. Er entwickelte die Idee, die bereits während der letzten Jahrestagung

in Hamburg vorgestellt wurde. Start der Branchenkampagne und erster Aktionsmonat ist der 1. August 2006 mit dem Thema Bettenreinigung. Mit Erfolg durch den Kalendereffekt rechnen die Verantwortlichen aufgrund der Kontinuität der Aktion durch die festgelegte Terminplanung. Die weiteren vorab geplanten drei Plakate zu den Themen:

- Imprägnierung (1. bis 30. November 2006),
- Anoraks und Outdoorbekleidung (1. bis 31. März 2007)
- Gardinen/Vorhänge (1. bis 31. Mai 2007)

werden mit genügend Vorlauf durch den DTV, EFIT und den Außendienst der beteiligten Unternehmen an die Betriebe weitergegeben.

Ein rundes Konzept

Parallel können die Betriebe, die nicht nur Plakate aufhängen, sondern eine runde Werbeaktion daraus machen wollen, (u.a. durch eigene Anzeigen, Flyer usw.) die Kundenzeitschrift **Reiniger@work** einsetzen. **Reiniger@work** wird zeitgleich die von der Branche gewünschten Themen behandeln. Im August gibt die Verbraucherinformation mit dem freundlichen Titel »Schlaf schön!« (analog zum Plakat) den deutlichen Hinweis, dass Bettenreinigung Profisache ist. Darüber hinaus wird die Kampagne über die Verbraucherhomepage von **Reiniger@work** im Internet inhaltlich und fachlich unterstützt.

Werbemittel und Pressearbeit

Für eine begleitende Presse- und Öffentlichkeitsarbeit stellen der DTV (Deutscher Textilreinigungs-Verband e.V., Bonn) und EFIT (Europäische Forschungsvereinigung Innovative Textilpflege e.V., Bönningheim) sorgen. DTV und EFIT stellen ihren Mit-

gliedern neben Anzeigenvorlagen und Handzetteln auch Presstexte zur Verfügung.

Kontakt:

Heike Fritsche

fritsche@dtv-bonn.de

Telefon: (02 28) 91 73 10

www.dtv-bonn.de

www.efit-textilpflege.de

■ »Das Image der professionellen Textilpflege zu optimieren, ist unser aller Ziel. Wenn uns das mit der Plakataktion, unterstützt durch Werbeaktionen der Betriebe und gezielte Pressearbeit der Verbände, gelingt, ist das für alle ein Gewinn. Natürlich wird ein Erfolg in Zahlen kaum messbar sein, wenn überhaupt, erst nachdem mehrere Aktionen gelaufen sind. Ich bin gespannt und sehr erfreut, dass sich auch der Schweizer Verband an der Kampagne beteiligt. Auch BÜFA wird mit den Plakaten über die Landesgrenzen hinaus aktiv werden.«
Sigrid Wedeking, BÜFA

■ »Die gemeinsam von den Verbänden und Zulieferern kreierte und finanzierte Werbekampagne mit vier Plakataktionen über ein Jahr ist ein guter erster Schritt zu einer koordinierten Öffentlichkeitsarbeit. Wir wünschen uns sehr, dass dies von vielen Textilreinigern aktiv aufgegriffen wird, um über das Angebot interessanter Zusatzleistungen Kunden neu zu gewinnen. Wenn sich aus diesem ersten Schritt dann eine selbstlaufende (nämlich von den sie nutzenden Textilreinigern eigenfinanzierte) Fortführung solcher Kampagnen ergibt, hat sich diese Aktion gelohnt.«

Kaspar D. Hasenclever, Kreussler

■ »Von der Imageaufwertung der Branche, die mit dem geplanten Werbeauftritt im einheitlichen Design erreicht wird, profitieren



Neben den Aktionsplakaten im DIN-A1-Format stellt der DTV seinen Mitgliedern Handzettel und Anzeigenvorlagen zur Verfügung. Sie bieten Raum für den Eindruck von Firmenlogo und Adresse.

alle Betriebe. Möglicherweise gibt es hier und da noch Optimierungsbedarf. Wir alle werden in den nächsten Monaten dazulernen. Verwertbare Erfahrungen gewinnen am Ende nur die, die aktiv mitmachen. Allein das ist aus meiner Sicht Grund genug zu der Aktion ohne Voreingenommenheit ja zu sagen.«

Dieter Kampmann, Multimatic

■ »Ich begrüße es sehr, dass diese gemeinsame Aktion einiger Zulieferer und Verbände zustande gekommen ist. Leider hat sie ein nur sehr begrenztes Budget. Spürbare Markterfolge werden wir hierdurch vermutlich nicht erzielen. Mein Wunsch wäre es, dass diese Aktion Signalwirkung für eine Werbeaktion der gesamten Branche einschließlich der Textilreiniger haben wird.«
Alexander Runge, SEITZ

Verbandstag NRW: Optimistisch mit der Zeit gehen

■ **BOCHOLT** – Start der diesjährigen Landesverbandstagung des Textilreinigungs-Verbandes Nordrhein-Westfalen Ende März war eine gelungene Pressekonferenz. Die Presse- und Rundfunkvertreter, die ins Residenzhotel in Bocholt kamen, interessierten sich für Ausbildungsmöglichkeiten in der professionellen Textilpflege, aber auch für die Gesamtsituation der Branche.

Diese lasse sich nicht beschönigen, bestätigte u.a. NRW-Verbands geschäftsführer Dr. Ralf Senf, Bonn. Eine optimistische Grundhaltung sei für den Verband und seine Mitgliedsbetriebe jedoch existenziell notwendig wie für die gesamte Branche. Diese werde aktuell durch die hohen Energiekosten sehr belastet, Verunsicherung schaffe zudem die zu erwartende Mehrwertsteuererhöhung. Gemeinsam müsse man sich den Anforderungen stellen, Kunden zu halten, Neukunden zu gewinnen und neue Marktsegmente zu erobern, betonten auch Bundesobermeisterin Alwine Heisterkamp, Bocholt, NRW-Verbandspräsident Philipp Lenemann, Herzogenrath, sowie Vizepräsident Siegfried Lange, Köln, im Austausch mit den Journalisten. Der NRW-Vorstand nutzte die Gelegenheit, die Pressevertreter für die im August startende Werbekampagne bzw. Plakataktion zu sensibilisieren.

Die Fragen nach dem aktuellen Ausbildungsstand beantworteten u.a. Udo Nagelschmidt vom Textilreiniger-Bildungszentrum Münsterland (TBZ), Rheine, sowie Heinz-Dieter Rohde von der Kreishandwerkerschaft Münster und Geschäftsführer der Textilreiniger-Innung Münster-Münsterland. Deutlich unterschätzt, so Udo Nagelschmidt, werde das Ausbildungsniveau. Die Branche brauche kompetenten und fähigen Nachwuchs. Benedikt Becker, Sieger des Bundesleistungswettbewerbs des Textilreinigerhandwerks, Rüthen, konnte seine jüngsten Erfahrungen weitergeben. Die Perspektive, den Betrieb seiner Eltern zu übernehmen, sei für ihn eine starke Motivation gewesen, sich nach dem Abitur für das Handwerk zu entscheiden. Dass dieser Ausbildungsberuf für junge Menschen ohne familiäre Bindung oder Unterstützung nicht wirklich attraktiv sei, könne er nach-

vollziehen. Definitiv keinen Anreiz schaffe das vergleichsweise geringe Lehrlingsgehalt. Allerdings biete gerade die Textilpflegebranche qualifizierten Kräften einen Arbeitsplatz mit Aufstiegschancen, betonte Udo Nagelschmidt. Für eine erfreuliche, tendenziell zunehmende Akzeptanz des Berufsbildes sprächen die bundesweit gestiegene Zahl der Auszubildenden, trotz geänderter Handwerksordnung, unterstrich auch Heinz-Dieter Rohde.



Anspruchsvolles Ambiente: NRW-Verbandstagung im Residenzhotel in Bocholt

Die Bündelung der Kräfte war ebenfalls ein Thema während der Obermeistertagung in Bocholt. Die sechs in NRW bestehenden Textilreiniger-Innungen sowie die Innung Osnabrück gehören dem Verband NRW an. Die Vorstöße, mitgliedsschwächere Innungen zusammenzuschließen, u.U. sogar zu einer einzigen Landesinnung, dürften inzwischen überholt sein, so Dr. Ralf Senf. Der Wert einer Innung ergebe sich nicht durch die Mitgliederzahl, sondern durch die Leistungsstärke, was durch die Innungen in NRW unter Beweis gestellt werde.

Parallel zum umfangreichen Vortragsteil am 2. Tagungstag konnten sich die Teilnehmer/innen an Infoständen der Industrie aktuell informieren. Nach der offiziellen Begrüßung durch Philipp Lenemann referierte Dieter Mönkemeier von der Bekleidungs-

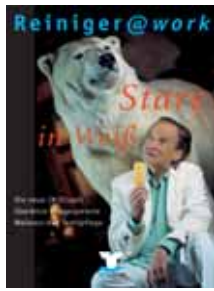
Berufsgenossenschaft, Augsburg, über den Systemwandel im Arbeitsschutz. Für die Betriebe hat dieser eine höhere Eigenverantwortung zur Folge. Der Unternehmer muss in seinem Betrieb die möglichen Gefährdungen nicht nur selbst beurteilen, sondern vor allem auch dokumentieren. Weitere Informationen: www.textil-bg.de. Über Ansätze und Überlegungen zur richtigen Positionierung in einem sich verändernden Markt sprach Udo Saal, satec GmbH, Rheinbreitbach.

Einen willkommenen, unterhaltsamen Beitrag leistete Siegfried Lange, Köln, mit der Präsentation von TV-Spots und Reportagen, zu denen auch ein Bericht über den Betrieb von Obermeister Hans Schwöpe, Köln, gehörte. Fazit: Textilpflege lässt Menschen lachen und wird mittlerweile wesentlich häufiger positiv dargestellt als in der Vergangenheit.

Kostenrechnung und Kalkulation sind nicht allein aufgrund der gestiegenen Energiekosten für alle Betriebe heute existenziell entscheidend. Sie setzen eine gründliche Betriebsdatenerfassung und -pflege voraus, die sich mit Hilfe zeitgemäßer EDV einfach und effizient betreiben lässt. Udo Nagelschmidt demonstrierte in Bocholt Erfahrungen und Möglichkeiten. Ergänzend dazu zeigte Jürgen Henning, Henning Datentechnik GmbH, Rheine, Chancen für funktionierende Kundenbindungssysteme dank moderner Kassensysteme (s. auch Seite 20). Kundenwerbung und Bindung bildeten einen deutlichen Schwerpunkt in Bocholt, nicht zuletzt durch die Präsentation der Branchenoffensive (s. Seite 6). Unter dem Motto *Sauber bleiben* stellte Thomas Dellenbusch von der Kontext Werbeagentur, Hilden, ein Aktionskonzept zum Thema Fußball vor. Die Umsetzung des legendären Zitates von Sepp Herberger in »11 Hosen müsst ihr sein« für Hosenwerbung, u.a. mit Abokarten, erntete spontane Sympathie.

Priorität hatte der Unterhaltungsfaktor während des Gesellschaftsabends als Abschluss der Tagung in den wunderschönen Räumlichkeiten des Residenzhotels. Der NRW-Verbandstag 2007 findet voraussichtlich in Beverungen statt.

Sommerausgabe **Reiniger@work** Jetzt beginnt die neue (W)Eiszeit



Weißer geht's nicht! Modebewusste Menschen jeden Geschlechts und jeden Alters tragen in diesem Sommer Weiß von Kopf bis Fuß. Ton in Ton wird es mit Creme oder Champagner kombiniert. Hauptsache, es strahlt. Wem das definitiv zu dezent ist, der setzt mit sanften Pastelltönen oder kräftigen Modefarben deutlichere Akzente.

Die neue Frische in Weiß ist Trend bei Modemachern von Baldessarini bis Versace, in den Kollektionen von C & A über H & M bis Zara. Weißheit ist also keine Frage des Preises.

Stars in Weiß heißt der Titel der aktuellen Ausgabe des Kundenmagazins **Reiniger@work**. Darauf präsentiert Max Schautzer einen super hellen Anzug aus Leinen-/Viskosegemisch. Designerin Doris Hartwich hat ihn dem sympathischen TV-Moderator nahezu auf den Leib geschneidert, Fotograf Stephan Pick das Modell effektiv auf die Bühne gebracht. Das Motiv weckt Assoziationen vom weißen Riesen, fröhlicher Eiszeit und dem Wunsch nach einem sauberen Auftritt.

So soll es sein: Kunden der professionellen Textilpflege dürfen unbesorgt ihr lebensmittelgefärbtes Eis schlecken, ohne sich über Flecken Gedanken machen zu müssen. Entweder wurde der Anzug gerade frisch gereinigt und (nach guter Beratung durch den Fachbetrieb) mit einem imprägnierenden Faserschutz ausgerüstet. Oder der Träger weiß, dass er ganz entspannt genießen kann, weil er seinen Anzug jederzeit wieder in Profihände geben kann. Weiß bleibt weiß, das gilt auch für empfindlichste Textilien. Darüber hinaus ist Textilpflege Wertehalt. Und da es vor allem die Generation ab 50 ist, die heute und morgen laut Werbeexperten die attraktivste Kundengruppe ist, macht Max Schautzer auf der neuen **Reiniger@work** nicht nur eine gute, sondern überzeugende Figur.

Wer die Stars in Weiß sind? Der weiße Riese im Hintergrund ebenso wie Max Schautzer, den – so haben wir getestet – auch wesentlich jüngere Menschen erkennen. Stars in Weiß. Das kann ebenso gut ein Synonym für Textilpflegebetriebe sein, die ihre Reinigungs- und Waschkraft betonen. Die Riesenwaschkraft ist schließlich kein Monopol für Haushaltswaschmittel. Selbst wenn es in der Werbung heute so weiß wie bei Mutti sein soll, können Textilpflegeprofis dagegen garantieren, dass Fasern geschützt und Farbechtheit erhalten bleiben.



Reiniger@work informiert Verbraucher, jetzt u.a. über die aktuellen Pflegesymbole.

Wie eine Wellnesskur für Textilien im Profibetrieb aussieht bzw. welchen Weg das Kleidungsstück auf seiner Reise durch den Betrieb – vom Ein- bis zum Auschecken – durchläuft, erfahren die Verbraucher jetzt in **Reiniger@work**. Ergänzt durch eine Übersicht der aktuellen Pflegekennzeichen ist das neue Kundenmagazin eine runde Information über Profipflege. Maschine auf, Kleidungsstück hinein: Waschen, Schleudern, Bügeln? Nein, so einfach geht es eben nicht, erfahren die Kunden. **Reiniger@work** sagt deutlich: Professionelle Textilpflege setzt sich aus fachgerechter Handarbeit und dem sorgfältigen Umgang mit Textilien zusammen.

Workshop Nassreinigung



Im Hause Buchholz Textilpflege: Wilfried Harms informierte über Möglichkeiten der professionellen Nassreinigung.

■ **BAD OLDESLOE** – Nassreinigung war das Thema eines weiteren Workshops im Hause Buchholz Textilpflege Ende Februar in Bad Oldesloe, unterstützt durch die Firma BÜFA, Oldenburg. Auf viel positive Resonanz waren hier in der Vergangenheit bereits die Detachur-Seminare gestoßen.

Um die Möglichkeiten der Nassreinigung zu demonstrieren und Fachwissen auszutauschen, hatte diesmal die Textilreiniger-Innung Hamburg eingeladen. Der Textilpflegebetrieb Buchholz machte den Workshop unter Praxisbedingungen möglich und stellte u.a. den großzügigen Arbeitsbereich der Wäscherei zur Verfügung, um hier mit Hilfe moderner Projektionstechnik die Themenbereiche Materialkunde, Hilfsmittel, Maschinenteknik etc. ausführlich behandeln zu können.

BÜFA übernahm die Theorie und Praxis und ergänzte das Fachwissen über die professionelle Nassreinigung mit wichtigen Hinweisen bezüglich der Detachur bei der Bearbeitung waschbarer Garderobe; Wilfried Harms erläuterte u.a. Sortierung und Vordetachur. Bewiesen wurde in Bad Oldesloe schließlich, dass selbst empfindliche Kleidungsstücke, z.B. aus Kaschmir, eine fachmännische Waschbehandlung einwandfrei überstehen. Dr. Jörg Schwerdtfeger ergänzte die Ausführungen über Grundlagen und Neuigkeiten bezüglich der Wirkung von Waschmitteln und speziellen Hilfsmitteln. Da der Workshop mit 23 Teilnehmer/innen sehr schnell ausgebucht war, gibt es eine Wiederholung im nächsten Jahr.

Datenbestand nutzen Wie binde ich Kunden wirklich?

■ **BOCHOLT** – Über den Erfolg von Kundenbindungssystemen bzw. über Wunsch und Wirklichkeit referierte Dipl.-Ing. Jürgen Henning, Rheine, während des diesjährigen Landesverbandstages des Textilreinigungs-Verbandes Nordrhein-Westfalen Ende März in Bocholt. Der Geschäftsführer der Henning-Datentechnik GmbH analysierte zunächst Kundenstrukturen in Textilreinigungen und stellte unterschiedliche Methoden zur Kundenbindung mit deren spezifischen Vor- und Nachteilen vor.

Der Bogen reichte von Abo- und Zehner-

karten über Payback-Systeme bis zur elektronischen Kundenkarte mit Wertkarten-Funktion. Besonderes Augenmerk lag dabei auf der Integration in Computer-Kassensysteme, dem Zusatznutzen der Kundendaten und der Betrugssicherheit. Im Foyer konnten sich die Teilnehmer/innen der Tagung von der Funktionsweise des ausgestellten DATAKASS-Systems eigenhändig überzeugen.

Mehr darüber in der nächsten Ausgabe der **MultiVision**.

www.henning-datentechnik.de





Treten Sie ein in die neue Qualitätsdimension und bieten Sie einfach mehr. Mit einem erstklassigen Produkt. Und einem erstklassigen Namen.



Der neue Faserschutz für die gesamte Obergarderobe. Lieferbar für alle Textilpflegesysteme.

Nutzen auch Sie diese Chance auf mehr Umsatz und mehr Gewinn. Werben Sie mit der weltweit bekannten Marke und der erstklassigen Wasser-, Schmutz und Fleck abweisenden Qualität.

Exklusiv aus dem Hause BÜFA.

**Rufen Sie uns
einfach an !**

BÜFA Reinigungssysteme GmbH & Co.KG
August-Hanken-Str. 30 · D-26125 Oldenburg
Tel. 0441 / 93 17-251 · Fax 0441 / 93 17-100
Internet: www.buefa.de

Textilpflege nach vorne leben Hightech Kundenpflege bei Goldstück Textilpflege



■ **DÜSSELDORF** – Daniel Moniri, Gewinner des Goldenen Kleiderbügels 2005 für herausragende Kundenpflege, hat nachgerüstet. Seit Jahresbeginn arbeitet er mit einer Organisations-Anlage von Multimatic, bestehend aus Kasse, automatischer Postenzusammenstellung und Speicherband, gesteuert durch die intelligente Software von Metalprogetti auf Barcode Basis.

»Wir haben gleichzeitig unser neues Kundenkarten-System eingeführt«, erzählt Daniel Moniri, »mit Goldstück-Logo und Magnetstreifen auf der Rückseite. Damit entsteht eine Datenbank, die es gestattet, jeden Kunden gezielt auf der Basis seines bisherigen Kaufverhaltens anzusprechen.« Goldstück macht ausgewählte Kunden auf Dienstleistungen aufmerksam, die sie bisher noch nicht in Anspruch genommen haben oder gibt besondere Anreize zu persönlichen Anlässen. Man kann Guthaben für besondere Rabattgestaltung verwalten oder Monatsrechnungen erfassen.

»Es ist ein außergewöhnlich professionelles

System und bietet dennoch äußerst persönlichen Kundenservice«, fasst Daniel Moniri zusammen. Bei aller Begeisterung für umweltschonende und Kosten sparende Technik steht bei Goldstück der echte Dienst am Kunden im Mittelpunkt aller Bemühungen, ehrlich, fachlich kompetent und sehr persönlich. »Meines Erachtens ist dies heutzutage ein wirklich seltener Zustand, besonders dann, wenn es mal zu Reklamationen kommt. Die erledigen wir bei Goldstück ohne *Wenn und Aber*. Die neue PC gestützte Ausrüstung in Verbindung mit der Kundenkarte hilft uns, unsere Bemühungen um die Kunden noch intensiver zu gestalten.«

»Meine Philosophie: Mit geringen Mitteln das eigene Image aufzuwerten. Wir repräsentieren unsere Branche nicht zuletzt durch unser eigenes, gepflegtes Erscheinungsbild. Auch damit beeinflussen wir die Vorstellung unserer Kunden vom Wert der Textilpflege und sind selbst überzeugende Werbeträger. Neben der Liebe zu Textilien und Mode, Offenheit für Zeitgeist und Trends brauchen wir Mut, uns individuell darzustellen. Selbstständig zu sein, heißt für mich, für meinen Erfolg selbst und ständig verantwortlich zu sein.«

Daniel Moniri, Düsseldorf

Interview mit Daniel Moniri

Wir sind unsere überzeugendsten Imageträger

Daniel Moniri, Inhaber der Goldstück Textilpflege, Düsseldorf (Titelfoto), unterscheidet sich. Nicht so sehr in dem, was er tut. Wie viele andere gute Textilpflegebetriebe hat er sich der Qualität seiner Dienstleistungen verschrieben. Es ist die Art, wie er es tut. Er lebt seine Idee vom positiven Image der professionellen Textilpflege überzeugend und mit sehr viel Authentizität, er ist glaubhaft. Selbst der eher gediegene Begriff der *gepflegten Erscheinung* wird mit ihm wieder zeitgemäß.

Herr Moniri, Sie leben, was sie verkaufen. Sie lieben Mode, schöne, gepflegte Textilien. Überzeugen Sie damit auch Ihre Kundinnen und Kunden?

Aber natürlich. Genau das gehört zu meinem Konzept. Die Pflege von Textilien ist eine Seite des Geschäfts. Ohne Qualität als

Standard ist Erfolg heute nicht mehr möglich. Das eigentliche Geschäft wird aber vom Unternehmer gemacht, durch seine Überzeugung und die Art, wie er diese zum Ausdruck bringt.

Das heißt konkret, Ihre eigene äußere Erscheinung, beispielsweise der schicke Anzug mit Krawatte, beeinflusst Ihr Geschäft und Ihren Erfolg.

Wie können wir textile Wertepflege verkaufen, wenn wir sie nicht selbst darstellen? Wir alle wissen, dass wir mehr für die Imagepflege unserer Branche tun müssen. Um die Dienstleistung langfristig am Leben zu erhalten, müssen wir sie vor allem lebendig halten. Unsere Kunden überzeugen wir nicht verbal, sondern durch das, was sie in unserem Geschäft sehen und erleben. Der Kunde, der mit einem Lächeln den Laden verlässt, kommt wieder.

In Ihrem Betrieb sind Sie als Chef an der Front also Ihr bester Werbeträger?

Ja, als Chef habe ich hier den größten Einfluss. Aber auch eine Verkäuferin oder ein Verkäufer müssen an dieser Stelle immer das Image des Betriebes spiegeln. Es ist meine Philosophie, die Dienstleistung Textilpflege nach vorne zu leben. Das Geschäft findet an der Theke statt, hier werden Kundenbeziehungen aufgebaut und gesichert. Wenn ich mit dem Kunden spreche, versetze ich mich in seine Position und stehe dann sozusagen auf der anderen Seite des Tresens. Wer Vertrauen gewinnen will, muss Vertrauen schaffen. In der Textilpflege setzt das ein vertrauenswürdiges und der Dienstleistung entsprechendes Äußeres voraus.

Das Outfit muss stimmen.

Völlig richtig!

Qualität auf die Bühne bringen

■ **MELLE** – Die Optik entscheidet über den Erfolg, ein professionelles Erscheinungsbild kreiert ein positives Image. Davon ist auch Ansgar Linnemann überzeugt. Er ist geschäftsführender Gesellschafter der Linnemann Objekt & Inneneinrichtungen GmbH + Co. KG, Melle-Wellingholzhausen.

Eine Reihe von Textilpflegebetrieben hat sich mittlerweile für Linnemann-Ladenbausysteme entschieden und mit der Neueinrichtung ihren Betrieb zum Aushängeschild für Qualität und Leistung gemacht. Wir fragten den Ladenbauspezialisten: Was macht der Ladenbau für das Image unserer Branche?

»Der Ladenbau ist die Visitenkarte des Unternehmens. Schon beim Betreten des Geschäftes macht sich der Kunde ein Bild über die Leistungsfähigkeit des Unternehmens. Zu einem gelungenen Ladenbau gehören neben einer guten Gesamtwirkung die Farbabstimmung der Materialien, die richtige Ausleuchtung, die Dekoration usw. Der Leistungsaspekt des Unternehmens bzw. der Dienstleistung muss im Mittelpunkt stehen. Die Ladeneinrichtung sollte die Bühne sein, auf der das Unternehmen seine Leistungen präsentiert. Wenn das Gesamtpaket stimmt, wird das Unterneh-

men in seinem Marktumfeld positiv gesehen. Aus gutem Grund sind die Besten jeder Branche stets mit ihrer Außendarstellung beschäftigt. Als kompetenter Ladenein-

richter helfen wir gern, das passende Bühnenbild für den erfolgreichen Marktauftritt zu erstellen.«

www.linnemann-melle.de



FATEX-Tagung in Strasbourg Zukunftsstandort Deutschland

■ **STRASBOURG** – Kinderfreundlichkeit war ebenfalls Programm während der diesjährigen FATEX-Mitgliederversammlung in Strasbourg. Während Mütter und Väter tagten, begleitete Familie Ruhkopf-Himmelsbach eine kleine Exkursion durch das Erlebnismuseum »Le Vaisseau«. Architektonisches Kulturprogramm bot Christian Himmelsbach vorab rund 40 Teilnehmern bei seiner fachkundigen Führung durch das Strasbourger Münster. Er erläuterte die einzelnen Bauphasen und religiösen Hintergründe, die sich in der Architektur niederschlagen.

Zu der von Ute Löffelhardt eröffneten Mitgliederversammlung im Hotel Beaucour kamen rund 70 Teilnehmer/innen. An die Vorstandswahl von Ute Löffelhardt als Vorsitzende, Christian Himmelsbach und Hermann Merkle als stellvertretende Vorsitzende schloss sich der Referatsteil an. Rechtsanwalt Winfried Maier berichtete über die neue BG-Vorschrift Betriebsärzte und Fachkräfte für Arbeitssicherheit, die seit dem 01.02.2006 in Kraft ist. Resümee der FATEX-Mitgliedsfirmen: Auch bei Druck durch Gewerbeaufsichtsämter die kommende Informationsschrift der BG abzuwarten. Betriebe, die derzeit noch nicht durch eine außerbetriebliche Regelbetreuung nach den alten Vorschriften versorgt werden, sollten als erste Maßnahme einen Sicherheitscheck der einzelnen Arbeitsplätze durchführen. Dafür gibt es einen Vordruck, der über die Website der BG und vom DTV angeboten wird. Wichtig: Die Dokumentation darüber ist aufzubewahren! Über die weitere aktuelle Entwicklung wird der FATEX seine Mitglieder informieren.

Auch in Strasbourg waren Energie bzw. Energiekosten ein aktuelles Thema. Erdwärme sei keine Utopie, sondern schlummere unter jedem Betrieb, betonte Referent, Dipl.-Geologe Dr. Helmut Schlöser aus Lorch. Er zeigte Möglichkeiten auf, diesen »Schatz« zu heben. Schlöser hält eine oberflächennahe Erdwärme bereits heute für betrieblich nutzbar und verwies auf ein von der EnBW beabsichtigtes Förderprogramm für die Beteiligung an Bohrkosten. Für eine individuelle Beratung stehe er zur Verfügung.

Branchenkampagne

Die gemeinsame Branchenkampagne Textilpflege stellte Volker Schmid vor. Sie stehe für Masseneffekt, zusätzlichen Umsatz,

Kalendereffekt und Kontinuität, so der Hauptgeschäftsführer des DTV (s. Seiten 6 + 7).

Die Perspektive »Deutschland – Zukunftsstandort für textile Dienstleister« zeigte der bekannte Grünen-Politiker Oswald Metzger auf. Souverän und humorvoll kommentierte er Schwachstellen und Widersprüche po-



Foto unten: Der neue FATEX-Vorstand.
Hintere Reihe: Wolfgang Kabus, Andreas Popp, Hermann Merkle, Volker Schmid, Kurt Schmidt, Martin Schwind, Horst Lange, Peter Weber, Horst Kober, Christian Himmelsbach. Vordere Reihe: Ute Löffelhardt, Viola Frey, Erich Lang, Winfried Maier, Claudia Görres-Lorch, Beate Schäfer (v.l.n.r.)
Es fehlt: Friedrich Eberhard

litischer Entscheidungen der letzten Jahre. Notwendige, wenn auch schmerzliche Veränderungen seien jetzt erforderlich, um den Tanker Deutschland, der über genügend bewegliches Potential verfüge, wieder in positives Fahrwasser zu bringen.

Kulinarisch getoppt wurde die Mitgliederversammlung durch ein Abendessen im Hotel Maison Kammerzell, das im ältesten Fachwerkhause in Strasbourg die Gäste empfängt. Ein Häppchen Kultur und unterhaltensame Entspannung genossen viele FATEX-Mitglieder noch nach der Tagung während des Stadtbummels und im Museum Art Modern.

DTV-Meisterkurse 2006/07

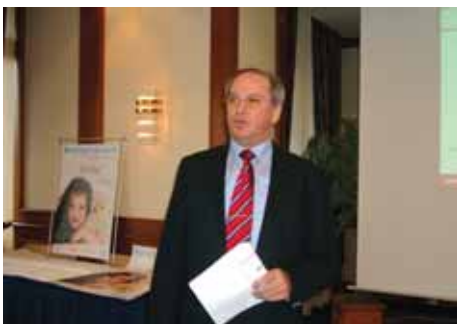
■ **BONN/MAINTAL** – Als Vorbereitung für die Textilreiniger-Meisterprüfung führt der DTV in Maintal Kurse durch, jeweils im 6-Wochen-Block. Der Unterricht der Teile I und II (Fachtheorie und -praxis) beginnt im Januar 2007 und endet mit der Ablegung der Prüfung im März/April 2007. Die Teile III und IV (wirtschaftliche, rechtliche, berufs- und arbeitspädagogische Kenntnisse) starten bereits Ende Oktober 2006. Teilnehmerinnen und Teilnehmer können gemäß Gesetz zur Förderung der beruflichen Aufstiegsfortbildung AFBG bei der nach Landesrecht zuständigen Behörde BAföG beantragen. Für sie stehen in Maintal in einem der Bildungsstätte angeschlossenen Internat Zimmer zur Verfügung.
Weitere Informationen und Anmeldung:
DTV-Geschäftsstelle
In der Raste 12
53129 Bonn
Telefon (0228) 91 73 10
Telefax (0228) 91 73 12 0

OTV tagte in Schwerin

Selbst kleine Energiefresser kosten

■ **SCHWERIN** – »Auch kleine Energieverschwender gehen in die Kosten«, so die einhellige Feststellung von Referenten und Teilnehmern des Verbandstages des Ostdeutschen Textilreinigungs-Verbandes Ende März in Schwerin. Der Themenschwerpunkt: Einsparung von Energiekosten.

Den Auftakt bildete ein Workshop über »Mindestlohneinführung, Tatex und Tarife«. Wie bekannt, hatte die Tatex-Gemeinschaft des DTV von der Gewerkschaft IG-Metall zum Deutschen Handels- und Industrieangestelltenverband (DHV) im Christlichen Gewerkschaftsbund Deutschlands (CGB) gewechselt und einen entsprechenden Entgelt- und Manteltarifvertrag abgeschlossen. Da es in den neuen Bundesländern noch Vorbehalte gebe, erklärte der Vorsitzende der DTV-Tarifkommission Ralph Rouget das Vertragswerk ausführlich.



Dieter Kampmann: Entscheidend für eine effektive Energiereduzierung ist auch die regelmäßige Wartung von Anlagen und Maschinen.

Dieter Kampmann, Multimatic iLSA Deutschland GmbH, eröffnete das Tagungsprogramm mit dem Themenkomplex Energieeinsparung in der Textilpflege. Er bezog sich auf Einsparungsmöglichkeiten in der klassischen Textilpflege und in Wäschereien. Überall gebe es eine Vielzahl kleiner Energiefresser, die oft unterschätzt würden, da Energie immer teurer werde. Obwohl der Anteil an strombetriebenen Geräten (im Vergleich zu Erdgas und Erdöl mit je 44 Prozent) nur neun Prozent betrage, liege der Kostenanteil für Strom bei 42 Prozent gegenüber Erdgas und Erdöl von je 28 Prozent.

Eine dringende Notwendigkeit sieht Kampmann in der kontinuierlichen Überwachung der Verbräuche. Noch entscheidender für eine effektive Energiereduzierung

sei die regelmäßige Wartung von Anlagen und Maschinen.

Harald Thieme von der Firma Jensen-Senking zeigt Wege zur Energiereduzierung bei Wäschereimaschinen auf, u.a. durch die Nachrüstung älterer Anlagen (Taktwaschanlagen) mit Wärmetauschern und Wasserrückgewinnungsanlagen. Im Bereich der Trocknung sei mit der technischen Entwicklung vom Abluft- zum Umlufttrockner ein hoher Grad an regenerativer Wiederverwendung erreicht worden. Als neue Entwicklung stellte er die Infra-Rot-Technologie vor, mit der die Energiezufuhr präzise durch direkte Temperaturmessung im Trockner gesteuert wird.

Auf Kosteneinsparung durch neueste Nassreinigungstechnik wies Knut Meier zu Hartum von Miele Professional hin. Über Trends bei Waschmitteln und Haushaltswäsche referierte Dr. Wolfgang Schiller, Bundesanstalt für Materialforschung Berlin. Er prognostizierte: In Europa werde die 60-Grad-Wäsche für Koch/Bunt in absehbarer Zeit auf eine 40-Grad-Wäsche auch in den Haushalten absinken. Eine Weiterentwicklung von Waschmaschinen für den Haushaltsbereich (Novotronic) werde ebenfalls zur Reduzierung des Einsatzes von Wasser und Energie führen. Das, so Schiller, habe schließlich eine veränderte Zusammensetzung der bisherigen Waschmittel zur Folge.

Zur neuen Vorschriftenstruktur der Berufsgenossenschaften sprach Dr. Ronald Unger, Textil- und Bekleidungsberufsgenossenschaft. Mit dem veränderten Regelwerk wurden Doppelregelungen wie gesetzliche Vorschriften und berufsgenossenschaftliche Vorschriften verringert und dem Unternehmer mehr Eigenverantwortung übertragen.

Norbert Müller Tillmann, Wirtschaftsministerium Mecklenburg-Vorpommern,

riss im letzten Referat schließlich Kriterien des Vergaberechts an. In einer ausführlichen Frage-Antwort-Runde konnten Detailfragen einzelner Unternehmen besprochen werden.

Während der Mitgliederversammlung in Schwerin wurden der Vorstand entlastet, der Haushaltsplan 2006 bestätigt und die Geschäftsführung einstimmig wieder gewählt. Aus persönlichen Gründen schied Vorstandsmitglied Hans-Günther Berthold (Landesinnung Sachsen-Anhalt) aus; eine sofortige Nachwahl war aufgrund der Satzung nicht notwendig.

Eine positive Bewertung erhielt die OTV-Tagung übrigens auch aufgrund der starken Darstellung der Industrie sowie dem gelungenen Rahmenprogramm. Ein Höhepunkt war das historische Rittermahl im Schweriner Weinhaus Uhle mit Mittelalterspektakel.

DAS ORIGINAL

MACHEN SIE IHREN KUNDEN ZUM STAMMKUNDEN MIT DER



UND WERDEN SIE LIZENZNEHMER DER

Nr. 1

der Kundenkarten für beste Textilpflege

CLEANCARD SERVICE
Färberstr. 10 · 30453 Hannover
Telefon 0511-2131-130
www.cleancard.de

Ein Praxisbeispiel: Sieben gute Gründe für den Erfolg

■ **FRIEDRICHSDORF** – Der Textilpflegebetrieb von Anke und Michael Trudrung floriert. Das Unternehmen besteht seit mehr als 35 Jahren. »Ein Erfolgsgeheimnis haben wir nicht«, sagt Anke Trudrung. Bei genauerer Betrachtung resümierte Hartmut P. Kokerbeck jedoch sieben gute Gründe für den Erfolg während seines Besuches in Friedrichsdorf.



Anke und Michael Trudrung, Friedrichsdorf, Taunus, betrachten ihr Geschäft mit den Augen der Kunden und erkennen bzw. erfüllen deren Bedürfnisse.

Das Geschäft mit den Augen der Kunden zu betrachten, ist laut Michael Trudrung seit jeher Prämisse. »Daran erkennen wir ganz klar die Forderungen, die wir erfüllen müssen.«

■ Grund Nr. 1 – Convenience (Annehmlichkeit, Bequemlichkeit)

Die Vorteile wie Arbeiterleichterung etc. beeinflussen die Kaufentscheidung heute stärker als früher. »Nun liegt es an uns«, so Michael Trudrung, »wie viel Bequemlichkeit wir bieten. Für unsere Kunden fängt sie mit dem gut erreichbaren Standort und bequemen Parkplatzmöglichkeiten an. Die Optik des Ladens stimmt, unsere Öffnungszeiten passen zu den Einkaufsgewohnheiten. Durch das Mehr an Convenience an unserem neuen Standort, der zunächst nachteilig schien, da wir vom Zentrum in ein Randgebiet umgezogen waren, erreichten wir einen Umsatzsprung von 30%. Neben dem Hauptbetrieb unterhalten wir zwei eigene Filialen in Einkaufsmärkten der Firma TOOM. In beiden bieten wir den Hemdendienst vor Ort. Ein wichtiger Fre-

quenzträger ist übrigens in beiden Fällen die Toto-Lotto-Annahme für ein weiteres Stück Bequemlichkeit.

■ Grund Nr. 2 – Leistung

verstärkt diesen Aspekt. Michael Trudrung: »Der Kunde erwartet Fachkompetenz, Service, Qualität und akzeptable Preise. Alles zusammen empfindet er als unsere Leistung. Die Verkäuferin muss neben der selbstverständlichen Freundlichkeit kompetent und sicher beraten. Wir arbeiten auf einem mittleren Preisniveau. Die Hose kostet 3,70 Euro, das Hemd 1,60 Euro. Jedes Teil wird sorgfältig entfleckt, sauber und geruchfrei gereinigt und bestmöglich gebügelt. Qualitätskontrolle in allen Bearbeitungsstufen und die gründliche Schlussinspektion sind Chefsache.

Wie Convenience und Leistung als ideale Voraussetzungen gehalten werden, ist laut Anke Trudrung vor allem vom Personal abhängig.

■ Grund Nr. 3 – Personal

Dazu gehören Leistungsbereitschaft, Team-

geist und Weiterbildung. »Neben meinem Mann und mir arbeiten bei uns sieben Fachkräfte, die gut miteinander harmonisieren. Darauf haben wir geachtet. Teamfähigkeit zählt mehr als die Einzelleistung. Dann kommt die Führung der Crew, wir leben vor, was wir erwarten und fordern nicht



Die regelmäßige Nachschulung der Mitarbeiter/innen gehört zur Unternehmensphilosophie und garantiert dafür, dass Qualitäts- und Leistungsstandard gehalten werden.

mehr als wir selbst tun. Das gilt für den persönlichen Einsatz ebenso wie für das Fachliche. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden regelmäßig nachgeschult. Das hohe Leistungsniveau erlaubt trotz des moderaten Teile-Preises eine vernünftige Entlohnung.

Über eine sinnvolle Kalkulation von Löhnen und Preisen entscheidet

■ Grund 4 – Die Ausrüstung

Anke Trudrung: »Wir hatten das Glück, den idealen Grundriss der Textilreinigung als Basis für die Planung unseres neuen Wohn-

und Geschäftshauses machen zu können. Die 220 qm Betriebsfläche wurden für optimale Betriebsabläufe angelegt. Eine Klimaanlage war für uns ein Muss. Wir fördern damit nicht nur das Wohlbefinden unserer Mitarbeiterinnen. Im Winter entziehen wir Luftfeuchtigkeit und haben deshalb niemals beschlagene Scheiben und verkrümelte Ware. Übrigens heizen wir mit der Abwärme unseres Betriebes das Warmwasser des gesamten Gebäudes. Nur bei



Das Ehepaar Trudrung ist überzeugt:
»Zeitgerechte Investitionen kosten nicht etwa Geld, sondern sparen in erheblichem Maße Kosten.«

Spitzenbedarf schaltet sich der Warmwasserboiler automatisch zu.

Zum Stand der Technik Michael Trudrung: »Zur optimalen Betriebsausrüstung gehört die regelmäßige Erneuerung des Maschinenparks. Zeitgerechte Investitionen reduzieren Energiekosten und erhöhen die Produktivität, die Lohnkosten pro Teil sinken automatisch. Wir reinvestieren im Rhythmus der Abschreibungszeiträume, sparen die AfA-Beträge an und setzen sie für die neue Technik ein. Die gut gepflegten, ausgemusterten Maschinen und Geräte haben in der Regel noch einen guten Marktwert. Optimale Hilfestellung geben

uns die wenigen Zulieferer, auf die wir uns konzentrieren. Wir wollen uns um unsere Kunden und unser Personal kümmern. Reibungslos funktionierende Technik und Verfahrenstechnik sowie erstklassige Ausrüstungen, Produkte und Service zu einem angemessenen Preis erwarten wir von unseren gut ausgesuchten Partnern. Aktuell rüsten wir unsere Computerkassen mit dem einem Software-Modul zur Erfassung der Kundendaten nach, um unsere Kundenpflege noch weiter zu optimieren.« Wenn bis hierhin alles stimmt, ist das Know-how des Unternehmers ein weiterer wichtiger Erfolgsfaktor, bestätigt Hartmut P. Kokerbeck, FML-Beratungs GmbH, Krefeld.

Grund 5 – Fachwissen

Dazu Anke Trudrung: »Wir wurden beide in die Textilreinigung hineingeboren. Die Familie meines Mannes gründete 1960 in Porz bei Köln eine Sofortreinigung und baute sie später zu einem Zentralbetrieb aus, der dort heute noch besteht. Michael lernte wie auch sein Bruder das Handwerk der Färber und Chemischreiniger und machte sich schon bald in Siegburg selbstständig, hatte später einen Betrieb in Zülpich und kam 1988 als Handelsvertreter für Maschinen nach Hessen. Wir lernten uns kennen, als Michael meinen Eltern eine Reinigungsmaschine verkaufte.

Gründe 6 + 7 – Managementqualitäten und Unternehmergeist

Ich habe Hotelkauffrau gelernt und später Fotolaborantin; denn mein Vater betrieb

neben der Reinigung auch noch die damals neue automatische Fotoentwicklung.

Durch die Heirat mit meinem Mann und die gemeinsame Firma holte mich die Textilreinigung wieder ein. Im Hotelfach habe ich gelernt, wie wichtig der Dienst am Kunden ist und bemühe mich täglich, diese Botschaft in unserm Betrieb zu vermitteln. Fachwissen und Unternehmergeist haben wir in den Betrieben unserer Eltern mitbekommen. Dass wir beide eine ausgeprägte Fähigkeit für das Management haben, ist eine glückliche Fügung.«

Sieben Gründe für den Erfolg im Überblick

1. Convenience

(Annehmlichkeit, Bequemlichkeit)

Standort

Ambiente

Öffnungszeiten

2. Leistung

Fachkompetenz

Service

Qualität

Preis

3. Personal

Leistungsbereitschaft

Teamgeist

Fortbildung

4. Ausrüstung

Betriebsräume klimatisiert

Stets auf dem Stand der Technik

Konzentration auf wenige Zulieferer

5. Fachwissen

6. Management Qualitäten

7. Unternehmergeist

SCHIBENSKY GmbH

Für Ihren Betrieb – Alles aus einer Hand:

- Maschinen und Geräte für Ihre Bügelei
- Ersatzteile, Betriebsmittel und Zubehör
- Wäscherei- und Textilreinigungsmaschinen
- Thermopatch - Textilkennzeichnungssysteme
- Gebrauchtmaschinen

Unser Kundendienst hilft Ihnen gern!

SCHIBENSKY GmbH • Gutenbergstr. 7 • 28816 Stuhr

Tel. 0421-56784 • Fax 0421-56785

www.schibensky.de • kontakt@schibensky.de

Horst und Boris Tophofen

Der Vater war Motor, jetzt gibt der Junior Gas

■ **DÜSSELDORF** – Es gibt eine engagierte, junge Unternehmergeneration in der Branche, mit starker Rückendeckung. Töchter und Söhne treten in die Fußstapfen ihrer Eltern und wollen dennoch keine ausgetretenen Pfade beschreiten. Genau das braucht die Branche, bestätigt einer, der mit der klassischen Textilpflege erfolgreich wurde. Horst Tophofen ist bereit zu übergeben, in die qualifizierten Hände seine Sohnes, ohne sich gleich zu verabschieden. Sein Part bleibt. Er war und ist Motor des Unternehmens. Dafür hat sein Sohn Boris Tophofen großen Respekt.

Mit Horst und Boris Tophofen startet die **MultiVision** eine neue Reihe von Portraits über Mütter, Väter, Töchter und Söhne der Branche.



Boris und Horst Tophofen

»Für die unternehmerische Zukunft meines Sohnes wünsche ich mir, dass er als guter Meister der Branche lange erhalten bleibt.«

Horst Tophofen

Seit 30 Jahren ist er in der Branche. Am 5. Oktober 1976 übernahm Horst Tophofen seinen Betrieb in Düsseldorf-Unterrath. Damals war er ein wenig Handwerker, etwas mehr Kaufmann und sehr strebsam. Der seinerzeit hervorragend ausgestattete Betrieb auf 200 qm konnte auf vorhandenes Kundenpotenzial zurückgreifen. Horst Tophofen aktivierte es bestmöglich und führte seinen Betrieb in den Erfolg. In Düsseldorf gibt es heute neun Tophofen Textilreinigungen, davon sind acht voll ausgestattet, der neunte mit Nassreinigungssystem und Bügelei. Hier vermarktet Tophofen das dem Betrieb verliehene Umweltzeichen »Der blaue Engel«.

Die professionelle Textilpflege ist immer noch Schwerpunkt aller unternehmerischen Aktivitäten der Familie Tophofen, darüber hinaus betreibt ihre Parkhaus- und Garagenverwaltung u.a. drei Parkhäuser mit ca. 1000 Stellplätzen.

Die Branche hat sich verändert, Horst Tophofen erinnert sich: »Mit der Einstellung und Leistung von vor 30 Jahren könnte heute kein Geld mehr verdient werden.«

Nicht von heute auf morgen, sondern langsam, aber sicher habe sich die Branche verändert. Als *wacher* Unternehmer hatte sich Horst Tophofen auf die veränderte Garderobe und neue Kundenbedürfnisse ein- und umgestellt. Allerdings räumt Horst Tophofen ein: »Da, wo das Geld knapp ist, war noch nie unsere Kundschaft.« Es gäbe eine Menge Gründe, angefangen von den zunehmend waschbaren Textilien, über den Wettbewerb durch hochentwickelte Haushaltsmaschinen und leistungsstarke Waschmittel, bis hin zur allgemein angespannten Wirtschaftslage, die professionelle Textilpflege aufzugeben. Wer heute in der Branche erfolgreich sei, habe aber vermutlich einiges richtig gemacht.

Heute, so Horst Tophofen, bestehe die klassische Textilpflege aus rund 3000 Einzelkämpfern. Er wünscht sich, dass es auch in Zukunft mindestens so viele bleiben, um eine bundesweit flächendeckende Verfügbarkeit der Dienstleistung zu sichern. Seinem Sohn wünscht er, dass dieser allzeit die richtige Entscheidung treffen möge und der Branche als guter Meister lange erhalten bleibe.

»Reinigung gibt es in 30 Jahren übrigens auch noch!« Horst Tophofen ist Textilpflege-Unternehmer mit Überzeugung.

Weiterhin aktiv erfüllt er den Part im Unternehmen, Personal, Qualität und Effizienz weiter auszubauen. Ganz privat gehört seine Leidenschaft seinen Turnierpferden, den Schützen, Karnevalisten und den Maltesern. Er ist vielseitig engagiert und liebt es zu reisen. Gerade war er in Kambodscha und Thailand. Ruhe findet er in seiner Wohnung am Tegernsee, falls Zeit dazu bleibt.

»Bewundert habe ich an meinem Vater immer, dass er Probleme sofort erkennt und diesen entgegenwirkt.«

Boris Tophofen

Da, wo es Sinn macht, will Boris Tophofen in die Fußstapfen seines Vater treten. Der habe ihm gezeigt, wie man durch persönliches Engagement und Durchsetzungsvermögen 30 Jahre lang ein erfolgreiches Unternehmen aufbauen bzw. führen kann. Das sagt er mit großem Respekt vor den Leistungen seines Vaters.

Die Textilreinigung begleitete seine Kindheit. Als er alt genug dafür war, besserte er in den Ferien sein Taschengeld in den Betrieben seiner Eltern auf. Nach dem Abitur und Zivildienst begann er seine Ausbildung, ebenfalls in den elterlichen Betrieben. 2001 legte er seine Meisterprüfung in Frankfurt ab.

Die Liebe zum Beruf wuchs mit dem Know-how und den Erfahrungen; die Vielseitigkeit sowie die Mischung aus Handwerk, Technik, Betriebswirtschaft und Kundenkontakt reizten ihn.

Optimierung der Betriebsorganisation DTV-Praxisseminar im Juli

Boris Tophofen sieht den Erfolg vor allem in der Beweglichkeit des Unternehmers. Die Textilreinigung werde in den nächsten Jahrzehnten eben nicht aussterben. Dass sich die geforderten Dienstleistungen weiterhin verändern werden, sei eine Erfahrung aus der Vergangenheit. Mit schlechter Bügelqualität, mäßiger Detachierleistung und überhöhten Preisen werde sich niemand am Markt behaupten können.

Die perfekte hygienische Aufarbeitung von Garderobe wäre nur die halbe Wahrheit, antwortet Boris Tophofen auf die Frage nach seiner Motivation. Nein, es sei vor allem auch die persönliche Freiheit und die wirtschaftliche Befriedigung. Ganz praxisnah zählt für ihn dazu die Zufriedenstellung der Kunden, die Sicherung des Produktionsablaufes und nicht zuletzt die Verantwortung, 45 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen sicheren Arbeitsplatz zu erhalten.

Verändert in dem elterlichen Betrieb mit sehr solider Basis hat Boris Tophofen bereits eine Menge, dieser Prozess wird sich fortsetzen. Konkreten bzw. akuten Änderungen und Hintergrundinformationen über die automatische Annahme- und Ausgabe als Teil des umfassenden Organisationssystems MultiTrans. Alle Fragen rund um diese ausgereifte Technik zur Serviceerweiterung beantwortet der Multimatic iLSA Deutschland-Geschäftsführer darüber hinaus am Praxismodell im Betrieb.

Was er sich für die Branche wünscht? Weniger Lethargie und mehr Offenheit für die Kundenbedürfnisse. Das Image der 70er Jahre müsse da, wo noch vorhanden, abgebaut werden und die Devise »Das machen wir doch gerne für Sie!« gelebt werden.

In der Ausbildung hat Boris Tophofen alles gelernt, was für den Beruf wichtig ist. Hier ist er Handwerker geworden. Ein Unternehmen zu führen, sei etwas völlig anderes. Den eisernen Willen seines Vater bewundert er, aber auch die Fähigkeit, anbahnende Probleme sofort zu erkennen und aktiv anzugehen. Fasziniert hat ihn stets das immense Merkvermögen seines Vaters. Der habe ihm aber auch tausend andere Dinge voraus. Boris Tophofen ist dankbar, dass er sich von seinem Vater so vieles *abgucken* darf. Welch ein Kompliment.

■ **DAD DÜRKHEIM** – Das ursprünglich für Februar geplante DTV-Praxisseminar, eine Gemeinschaftsveranstaltung der Europäische Textilreiniger-Wirtschafts-Gesellschaft mbH, Bonn, und dem Gesamtverband Neuzeitlicher Textilpflegebetriebe e.V., Gelsenkirchen, findet nun am 5. Juli 2006 statt. Es wird im Seminarhotel Mercure, Bad Dürkheim, und im Betrieb von Raimund Zischka, Haus der Kleiderpflege, in Simmern veranstaltet.



Auf dem Programm steht die »Optimierung von Betriebsabläufen und Serviceerweiterung von Textilpflegebetrieben durch automatische Annahme- und Ausgabesysteme«. Wie das in der Praxis aussieht, erfahren die Teilnehmerinnen und Teilnehmer während des Firmenbesuches in der Zischka-Filiale im Globus-Markt Grünstadt/Pfalz.

Vorab wird Inhaber Raimund Zischka im theoretischen Teil im Seminarhotel sein Betriebskonzept vorstellen. Anschließend gibt Dieter Kampmann technische Erklärungen und Hintergrundinformationen über die automatische Annahme- und Ausgabe als Teil des umfassenden Organisationssystems MultiTrans. Alle Fragen rund um diese ausgereifte Technik zur Serviceerweiterung beantwortet der Multimatic iLSA Deutschland-Geschäftsführer darüber hinaus am Praxismodell im Betrieb.

In dem optisch modern gestalteten und dem Globus Ambiente angepassten Betrieb steht die automatische Annahme/Ausgabe den Kunden während der gesamten Öffnungszeiten des Marktes zur Verfügung. Die Mitarbeiterinnen sind angewiesen, die Kunden mit der automatischen Annahme/Ausgabe vertraut zu machen. Die Verkäuferin hilft bei der Bedienung wie das die Deutsche Bahn auf großen Bahnhöfen an den Fahrkartenautomaten macht.

Wie das Organisations- und Transportsystem MultiTrans eine effiziente Datenerfassung als Basis für gezielten Marketing bietet, lernen die Seminarteilnehmer/innen

ebenfalls. Das automatische Annahme- und Ausgabe-System unterstützt ganz nebenbei die Erfassung aller Kundendaten. Wie sich diese für gezieltes Marketing aufbereiten lassen, erklärt Marketingexperte Hartmut P. Kokerbeck, Krefeld.

Ergänzend referiert und diskutiert Horst Lange, Inhaber »Die feine Reinigung«, Stuttgart, über seine langjährigen Erfahrungen beim Einsatz von Sortieranlagen und Ausgabesystemen. Er erläutert die Möglichkeiten der Kostensenkung durch straffe Betriebsorganisation.

Termin: 5. Juli 2006

10.00 bis 16.30 Uhr

Tagungsort: Mercure Hotel Bad Dürkheim an den Salinen

**Kurbrunnenstraße 30 - 32
67098 Bad Dürkheim**

Telefon (49) 06322 / 601 618

Telefax (49) 06322 / 601 619

Email: Gordia.Huelsmann@salinhotel.com

www.mercure.com

Die Erfolgreiche!

- ✓ **Neutrale Stammkundenverwaltung**
- ✓ **Kundenadressen sind ausschließlich Ihr Eigentum**
- ✓ **Kostenlose Kundenkarte für den Endkunden!**
- ✓ **Niedrigste Kosten für den Reiniger!**
- ✓ **Erheblicher Liquiditätsgewinn**
- ✓ **Erfolgreiches Controlling**

... aufladen & sauber sparen



Kontakt:
KKS GmbH
kks@kkservices.de
Telefon: 05121-59080

www.SauberCard.de

...und Sie werden erfolgreich!

Dafür stehe ich: Reinigungstechnik made for Germany



Ewald Brinker, Technischer Leiter der Multimatic iLSA Deutschland GmbH

Unsere Philosophie ist klar: Keine Plattform-Produktion für den Weltmarkt, nur um Kosten zu sparen. Multimatic Reinigungsmaschinen sind keine Durchschnittsprodukte, die überall in der Welt verkauft werden. Sie sind für Deutschland konzipiert, speziell für die Anforderungen und Erwartungen des hiesigen Marktes. Unser Produktionspartner iLSA in Bologna baut von jeher nach den technischen Vorgaben aus Melle. Die sind das Ergebnis jahrzehntelanger enger Zusammenarbeit mit den deutschen Textilreinigern. Als Technischer Leiter stehe ich in Melle im ständigen Austausch mit unseren Kunden, den Kundendiensttechnikern vor Ort und unseren Verkaufsberatern. Dadurch können Praxiserfahrungen und Kundenwünsche direkt erfasst und zur technischen Optimierung an unseren Produktionspartner weitergegeben werden. Selbstverständlich fließen auch die Anregungen der Hilfsmitteltechniker und die Anforderungen der Hilfsmittelindustrie in unsere Entwicklungen ein. Diskutiert werden Verfahren und Handling stets auf der Suche nach höchster Qualität. Letztlich bestimmen unsere Kunden, wie Multimatic Maschinen konzipiert werden und was sie leisten müssen.

Die flächendeckende Multimatic Kundendienst-Organisation schafft die besten Vor-

aussetzungen für eine kontinuierliche bundesweite Kommunikation und den effizienten Wissenstransfer.

Wir wissen, was unsere Kunden bewegt. Konkrete Daten liefern schließlich unbestechliche Hinweise auf das langfristige Verhalten der Maschinen in der Praxis, einschließlich der Betriebskosten für die gesamte Lebenszeit. Die strikte Trennung von Produktion und Marketing macht es möglich, Maschinen »made for Germany« anbieten zu können. Technik und Verantwortung lassen sich für mich nicht voneinander trennen. Reinigungstechnik für den Standort Deutschland! Dafür stehe ich als Technischer Leiter im Hause Multimatic iLSA Deutschland.

Anmerkung der Redaktion:

Zu den Aufgaben von Ewald Brinker als Verantwortlichen für die Weiterentwicklung von Multimatic Textilpflege-technik, gehören ebenfalls seit langem die Einführung sowie Aus- und Weiterbildung im Bereich Reinigungstechnik. Auch den Branchennachwuchs mit der Technik vertraut zu machen, die ihn in der Praxis zum gewünschten Erfolg führt, betrachtet er als seinen persönlichen Auftrag, wenn er als Dozent in die zahlreichen Ausbildungseinrichtungen geht. 29 Jahre praktische

Branchen- und Technikerfahrungen stellt Ewald Brinker den Auszubildenden im Rahmen von DTV-Meistervorbereitungskursen, dem Meistervorbereitungslehrgang im TBZ-Rheine sowie den Auszubildenden bzw. Berufsschülern der Theodor-Litt-Textilfachschule Neumünster, den Schülern des Berufskolleg der Stadt Köln/Berufsschule Köln, dem Ernst-August-Delius-Berufskolleg-Textil Bielefeld und den Berufsbildenden Schulen Hannover zur Verfügung. Hier geht es ihm insbesondere um die Vermittlung von neutralem Fachwissen – aus der Praxis für die Praxis – im konstruktiven Technikaustausch mit den Unternehmer/innen und Mitarbeiter/innen der Textilpflege von morgen.

www.multimatic.de

Schulungsunterlagen Maschinenkunde



■ **MELLE** – Der Meller Maschinenanbieter, Multimatic iLSA Deutschland, stellt allen Interessenten kostenlos Schulungsunterlagen auf CD-ROM zur Verfügung. Dabei handelt es sich um Lehrmaterial zur Maschinenkunde, das auch in den Vorbereitungskursen zur Meisterprüfung verwendet wird.

Aufbau und Funktionsweise von Textilreinigungsmaschinen werden darin ausführlich behandelt. Die Informationen bieten auch für die betriebliche Praxis in der klassischen Textilpflege wertvolle Hinweise zur Wartung und Fehlererkennung.

Multimatic iLSA Deutschland

Telefon (05422) 1000

info@multimatic.de

Verstärkt Wäschereimaschinen-Aktivitäten Neue Tochterfirma von Multimatic

■ **MELLE** – Seit vielen Jahren liefert der bekannte Ausrüster aus Melle neben Reinigungsmaschinen und Finishgeräten auch Waschmaschinen, Trockner und Mangeln für Klein- und Mittelbetriebe unter der Marke MultiWash. Dieses Geschäftsfeld wird nun durch individuelle Lösungen für spezielle Kundengruppen ergänzt. Dazu wurde die Tochterfirma Multimatic Maschinen GmbH gegründet. Die Firma hat Anfang des Jahres 2006 ihren Geschäftsbetrieb aufgenommen. Geschäftsführer und Mit-Gesellschafter ist Willi Dietrich, Hameln. Er arbeitet seit 33 Jahren erfolgreich in Planung und Verkauf von Wäschereieinrichtungen.



Willi Dietrich und Dieter Kampmann

Dieter Kampmann, Geschäftsführer Multimatic iLSA Deutschland, stellt fest: »In den letzten Jahren hat sich gezeigt, dass individuelle Lösungen für Wäschedienstleistungen, zugeschnitten auf spezielle Kundengruppen, immer mehr an Bedeutung gewinnen. Auch wir wurden immer wieder nach Vorschlägen gefragt. Deshalb haben wir uns entschlossen, für die Bereiche Wäscherei und Wäschevermietbetriebe eine eigenständige Firma zu errichten, die für diese Bereiche Maschinen und Organisationslösungen anbieten wird.«

Willi Dietrich erläutert: »Wir konnten mit führenden deutschen und europäischen Herstellern Vertriebsvereinbarungen treffen. Ein Schwerpunkt unseres Angebotes ist die Erarbeitung von maßgeschneiderten Lösungen für alle Bereiche der Textildienstleistungen, angepasst an die Aufgabenstellung der Kunden. Besonders interessante Lösungen können wir für das Waschen und Finishen von Berufskleidung und

Wäsche aus Alten- und Pflegeheimen anbieten. Darüber hinaus liefern wir in Zusammenarbeit mit den Herstellern Metalprogetti und Olmatic personalsparende Lösungen für die Sortierung und Auslieferung von hängender oder gelegter Bekleidung.«

Der neu gegründete Wäschereiausrüster hat jetzt den Vertrieb des Waschsystems WS 50 übernommen. Diese zum Patent angemeldete Neuentwicklung der K&S Waschsysteme GmbH, Salzgitter-Bad, wurde inzwischen durch die Geschäftsführer und Konstrukteure Burkhard Krause und Peter Schwolow an die Wismarer Wäscherei übergeben. Das System mit einer Stundenleistung bis zu 500 kg eignet sich für alle Wäschereien.

Die Multimatic Maschinen GmbH hat ihren Sitz bei Multimatic iLSA Deutschland in Melle. Herr Dietrich ist dort telefonisch unter (0 54 22) 1 00 19, oder per Email: wdietrich@multimatic.de zu erreichen.

Mehr Intelligenz im Betrieb



■ **HANNOVER** – Das neue IMT (Inteli Manager Tool) Kit für die neue Girbau Inteli Steuerung ist fertig. Bestehend aus der Inteli Smart Card, einem Kartelese-system Smart Card sowie einer CD mit der entsprechenden Software für den Laptop, bietet es die Möglichkeit, Programme für die Inteli Steuerung auf dem Laptop zu kopieren, zu modifizieren, zu speichern und schließlich wieder auf die Smart Card zu übertragen, um diese Programme dann wieder auf die jeweilige Maschine mit Inteli Steuerung zu kopieren. Das Ergebnis ist laut Girbau eine erhebliche Zeitverkürzung bei der Programmierung. In vielen Fällen könne man bereits auf existierende Programme zurückgreifen. Ein weiterer Vorteil: Programm-Modifikationen können beim Kunden ohne Serviceeinsatz gefahren werden, da dieser eine entsprechende Smart Card mit dem gewünschten Programm per Post bekommt und sich sein Programm auf die Inteli Steuerung kopieren kann.

»Zur Zeit sind die HS-6013 und die HS-6017 mit Inteli Steuerung lieferbar. Girbau, S.A. wird als nächstes Projekt die Inteli Steuerung in die HS-4022, HS-4040, HS-4055 und HS-4110 integrieren, damit dann auch diese Maschinen von der Vielzahl an Vorteilen profitieren können«, so die Geschäftsleitung.

www.girbau.com

Innovativ aus Tradition **GIRBAU Deutschland**

Sprichwörtlich solide, ausgereifte Konstruktionen sichern den langjährigen Betrieb unserer Maschinen bei extrem geringer Störanfälligkeit.

Vahrenwalder Straße 7
D- 30165 Hannover
Tel. 05 11 / 93 57 570
Fax: 05 11 / 93 57 579
www.girbau.com ♦ E-mail: girbau@girbau.de

Bundesweite Servicepartner Neu im Multimatic Kundendienst

■ **MELLE** – Das zuverlässige, flächendeckende Vertriebs- und Kundendienst-Netz gehört zu den Säulen der Multimatic iLSA Deutschland GmbH. Sitz der Servicezentrale ist in Melle; darüber hinaus sorgen die selbstständigen Vertriebs- und Servicepartner bundesweit für optimale Beratung und reibungslosen Kundendienst vor Ort. Die Branchenspezialisten versorgen alle Multimatic-Kunden sicher und schnell und garantieren eine Ersatzteilversorgung mit 24 Stunden Lieferservice.

Neu im Serviceteam sind Lothar Löchelt, Hilmar Röder und Stefan Steinke. Sie bringen langjährige Erfahrungen im Kundendienst sowie umfangreiches Fachwissen mit. Ab sofort sind sie Ansprechpartner für alle Fragen rund um den technischen Support und den effektiven Maschinenbetrieb. An das Vertrauen und die Kompetenz ihrer Vorgänger anknüpfend, erfüllen sie Kundendienst nach Multimatic Standard.



Ausgehend vom Standort Jülich übernimmt der gelernte Elektroinstallations-Meister und Kälteanlagenbauer **Lothar Löchelt**, Jahrgang 1954, den Großraum Aachen, für den bisher Lothar Brinlinger verantwortlich war.



Hilmar Röder tritt die Nachfolge von Wolfgang Bender im Großraum Frankfurt an; hier bleibt auch Elmar Oberle weiterhin aktiv. Der im Jahr 1962 geborene Elektroniker bringt Erfahrungen als Wäschereileiter mit.



Stefan Steinke, geb. 1965, ist Elektroinstallateur-Meister, Elektroniker und Klimatechniker. Anstelle von Sigfrid Blickle steht er jetzt im Großraum München allen alten und neuen Multimatic-Kunden zur Verfügung.

Die Multimatic Geschäftsleitung bedankt sich bei Wolfgang Bender, Sigfrid Blickle und Lothar Brinlinger für ihre engagierte und zuverlässige Kundenbetreuung und wünscht ihnen Glück und Gesundheit im wohl verdienten Ruhestand.

- **Lothar Löchelt**
Wiehengebirgsstr. 68
49328 Melle
Tel. (05427) 60180
Mobil 0170 7350645
- **Hilmar Röder**
Bahnstr. 37
64390 Erzhausen
Tel. (06150) 961820
Mobil 0171 5702508
- **Stefan Steinke**
Mitterbuchbach 5
84568 Pleiskirchen
Tel. (08635) 693940
Mobil 0175 9567109

Prinzen-Reinigung

■ **ESCHWEILER** – Wichtiger als der Orden, der ihr bei der Prinzenvisite bereits mehrfach verliehen wurde, ist für Ute Oehring die Mundpropaganda. Die Inhaberin der First-Class-Reinigung in Eschweiler hat sich als offizielle Hofreinigerin einen Namen gemacht. Vor rund sechs Jahren dachte sie erstmals darüber nach, wie gründlich die Uniformen der Karnevalsprinzen und ihrer Hofstaaten wohl gereinigt würden. Einer der Prinzen (in Eschweiler gibt es übrigens 23 Karnevalsvereine aber nur einen Prinzen für alle), hatte nach der Saison in der Zeitung den vielen fleißigen Händen gedankt, die ihm seine Regentschaft erleichtert hätten. Er



Auch dieser Prinz hat sich entschieden: Ein Prinzenornat kostet zwischen 2000 und 3000 Euro. Kein Wunder, dass eine First-Class-Reinigung gefragt ist.

würdigte Komitee, Zeremonienmeister, Prinzenführer und nicht zuletzt seine Frau, die sein Ornat täglich ausgebürstet, gelüftet und somit sein stets properes Erscheinen möglich gemacht hatte. Unglaublich, dachte Ute Oehring. Etwas mehr Reinlichkeit stünde jedem Prinzen gut zu Gesicht, und wenn er jemandem für ein wirklich sauberes Ornat danken sollte, dann doch einem Textilreiniger.

Natürlich, erinnert sich die Reinigermeisterin, habe ihr Betrieb in den letzten 30 Jahren bereits etliche Prinzen gewänder gereinigt, mal mehr, mal weniger. Dieses Geschäft, so entschied sie damals, sei offensichtlich noch deutlich ausbaufähig. Sie schrieb an das Komitee und bat um die offizielle Ernennung zum »Prinzlichen Hofreiniger«. Dafür würde sie für Prinz und Zeremonienmeister kostenlos reinigen. Das war seit dem für alle Prinzen ein überzeugendes Angebot. So weit sie wisse, so Ute Oehring, habe sich bisher keine andere Reinigung für diesen Titel beworben. Das Risiko sei relativ hoch: »Ein Prinzenornat kostet 2000 bis 3000 Euro und es gibt keinen Ersatz. Stellen Sie sich vor, der Prinz hätte ab Weiberfastnacht kein Ornat mehr! So schnell kann dann auch der beste Schneider nicht arbeiten!« Kein Wunder, dass Eschweiler Prinzen auf First-Class-Reinigungsqualität schwören.

www.first-class-reinigung.de

200 Jahre »Becker-Blaufärbers«

Sie sind Familie, ein starkes Team und echte Profis

■ **RÜTHEN** – 200-jähriges Jubiläum feierte Textilpflege Becker im letzten Jahr. Das Handwerk zu pflegen, Tradition zu wahren und höchsten Qualitätsansprüchen zu genügen, ist der Anspruch von Marlies und Hugo Becker, die den Betrieb heute führen. Sohn Benedikt bleibt diesen Werten treu.



Das Haus der Beckers an der Niederen Straße wurde im Jahre 1684 erbaut, es ist das zweitälteste in Rüthen. In der Stadt mit rund 6000 Einwohnern hat Tradition eine Heimat.

An dieser hält Familie Becker fest. Daher überrascht es wenig, im Betrieb unter den insgesamt 12 Mitarbeiter/innen allein sechs Familienmitglieder zu finden. Neben Marlies und Hugo Becker bilden die Schwestern des Inhabers Elisabeth Beckmann und Anita Koppenhöfer sowie Kusine Maria Pilkmann den zuverlässigen, erfahrenen Stamm. Sie sind mit der Textilpflege aufgewachsen. »In unserem Kinderzimmer, von dessen Fenster aus wir in den Betrieb schauen konnten, wenn hier spät abends noch gearbeitet wurde, schläft heute unsere Mutter. Nun sieht sie uns bei der Arbeit zu«, erzählt Elisabeth Beckmann. Mutter und Großmutter Klara Becker gehört mit 90 Jahren immer noch dazu.

Erinnerungen wohnen im alten Fachwerkhaus mit Anbau, dessen räumliche Gegebenheiten nicht wirklich optimal sind. Dennoch gibt es ein funktionierendes System. Flexibilität und reibungslose Abläufe sind vor allem eine Frage der Einstellung. Die Basis dafür schafft nicht allein der Familienzusammenhalt, sondern die gemeinsame Liebe zur Textilpflege.

Denn es geht eben doch, mit dem Traditions-Handwerk Textilpflege auf höchstem Qualitätsniveau gutes Geld zu verdienen. Fleiß wird vorausgesetzt, vor allem aber echtes, fachliches Können. So überrascht es kaum, dass Benedikt Becker, der den elterlichen Betrieb aus vollster Überzeugung übernehmen will, den letzten Leistungswettbewerb als bundesweit Bester absolvierte (siehe *MultiVision* 63/06).

Es muss Leidenschaft sein. Wie sonst könnten Textilien mit solcher Akribie behandelt, derart perfekte Bügelergebnisse erreicht werden? Das dürfte jeder Gast bei einem Betriebsrundgang denken und fühlen. Hier hat Textilpflege eine besondere Atmosphäre. Auf Holz- und Formbügeln hängen fast ausschließlich hochwertige Ware, überwiegend Markenmode, und, im eigens dafür eingerichteten Raum, traumhafte Hochzeitskleider und Abendroben. Sie können hier übrigens so lange hängen bleiben, bis die Kunden sie wieder benötigen. Diesen Service nehmen sie dankbar an; dem Pflegeteam gibt es den Spielraum, die arbeitsintensiven Teile in aller Ruhe zu behandeln. Wie viel Arbeit hinter der sorgfältigen Becker-Qualität steckt, wissen die Kunden selten. Die meisten kennen die vielen Arbeitsschritte und Handgriffe, u.a. für zeitraubende Nachbesserungen, nicht.



Hugo Becker (Foto links oben neben seinem Sohn und Nachfolger Benedikt Becker), Spezialist für Fleckentfernung, bearbeitet Textilien traditionsgemäß mit speziellen Bürsten sanft und gründlich, um wasserlösliche Flecken zu entfernen.

Die treuen und langjährigen Kunden orientieren sich an der sichtbaren und fühlbaren Reinigungs- und Finishqualität aus dem Hause Becker, die für sie zum Status quo für professionelle Textilpflege geworden ist.

Das große Einzugsgebiet unterstreicht Akzeptanz und Bedarf, etliche Kunden fahren mehr als 100 km. Einen Hol- und Bringdienst gibt es auf Wunsch. Bis auf eine Annahmestelle gibt es keine weiteren Filialen. Die Becker-Kunden wählen den direkten Weg zu ihrem Handwerksbetrieb mit wahrhaft meisterlicher Leistung.

»Becker-Blaufärbers«, ein Unternehmen, das sich seit seiner Gründung an der gleichen Stelle befindet, immer im Familienbesitz war und auch in die nächste Generation gehen wird«, schrieb die Westfalenpost zum 200. Jahrestag.



Familie, Team und Profis: Marlies Becker, Elisabeth Beckmann, Hugo Becker, Klara Becker, Anita Koppenhöfer und Maria Pilkmann. Elisabeth Beckmann setzt höchste Qualitätsmaßstäbe beim Hemdenfinish. (v.l.n.r.)

Der DTV hilft Abwassergebühren sparen



■ **BONN** – »Wir sind überzeugt, dass auch Sie bis zu 40 % Abwassergebühren sparen wollen! Das Honorar ist erfolgsorientiert.« Das klingt vielversprechend. Seriös, so warnt jetzt der Deutsche Textilreinigungsbund e.V., Bonn, sind solche Angebot meistens nicht.

Abwassergebühren werden in aller Regel anhand des Frischwasserverbrauchs berechnet. Da die Betriebe einen entsprechenden Anteil innerbetrieblicher Wasserverluste beim Trocknen und Dämpfen haben, kann dieser bei der Berechnung der Abwassergebühren berücksichtigt werden.

Die Kommunen erkennen einen Verlust zwischen 10 und 35 % an. Im Durchschnitt sind das

- 15 % für Wäschereien
- 10 % für Reinigungen,

die von der Abwassermenge abgezogen werden. Der ATV-Arbeitsbericht über »Abzugsfähige Abwassermengen«, so der DTV,

Impressum

Herausgeber

Multimatic iLSA Deutschland GmbH
Dieter Kampmann
Gerdener Straße 71
D-49324 Melle
Tel. [05422] 100-0 · Fax 100 48
www.multimatic.de
dkampmann@multimatic.de

Redaktion und Anzeigen

Gabriele Rejschek-Wehmeyer (V.i.S.d.P.)
Fahrenkampstraße 38
32257 Bünde
Telefon + Fax [052 23] 18 83 79
info@wortundidee.de

Titelfoto

Florian Forsch

Gestaltung

Astrid Farthmann, Bünde

Druck und Verarbeitung

Druckerei + Verlag B. Scholten Melle

bestätige dies. Der Verband stellt seinen Mitgliedern ein entsprechendes Schreiben mit dem ATV-Arbeitsbericht zur Vorlage bei der Behörde zur Verfügung. Sollte das nicht ausreichen, kann ein Gutachten bei den wfk-Instituten in Krefeld angefordert werden (Ansprechpartner ist Prof. Hloch), für das eine Aufwandsentschädigung in Höhe von 95 Euro berechnet wird.

»Dagegen sparen Sie für die Zukunft jährlich durchschnittlich 15 % Abwassergebühren«, so die Geschäftsstelle des DTV. Wer jedoch die Forderungen überziehe, müsse damit rechnen, dass die Kommune die Installation von Abwassermessern fordern; das könne teuer werden. Zu beachten seien außerdem Änderungen in den kommunalen Abwassersatzungen und damit verbundene Auswirkungen.

Zu berücksichtigen sind:

- Grenzwerte für Indirekteinleiter,
- das Einhalten des Anhangs 55
- »Wäschereien« der Abwasserordnung, die Einhaltung der Eigenüberwachungsvorschrift und die Frage: Auf was bezieht sich die Gebührenordnung der Kommune (z. B. Grenzwerte, Staffelung der Abwasserverschmutzung)?

Der DTV habe in der jüngsten Vergangenheit zahlreiche Abwassergebührenbescheide angefochten und Gebührensenkungen erreicht. Wer schnelle Hilfe benötige, wende sich direkt an:

Heike Fritsche

Leiterin der Informationsstelle für Unternehmensführung im DTV
Telefon (02 28) 91 731 - 25
Email: fritsche@dtv-bonn.de
www.dtv-bonn.de

Joachim Krause

Vorsitzender des Ausschusses für Technik und Umweltschutz
c/o Coburger Handtuch+Matten-Service
Telefon: (095 63) 3 09 90
Email: info@chms.de

Leserbrief MultiVision 63|06:

Frischer Umsatz mit sauberen Betten

Über die Möglichkeiten, mehr Umsatz und Rendite mit dem Bettengeschäft zu machen, berichtete **MultiVision** in der letzten Ausgabe, u. a.



mit einem typischen Kalkulationsbeispiel. Nils Theilmann, Inhaber der Firma clean & pretty in Frankfurt, ergänzt den Beitrag um eine wichtige Information: Es ist richtig, das Zusatzgeschäft Betten und Decken ist durchaus lukrativ. Aufgrund der gestiegenen Energiekosten möchte ich an dieser Stelle anmerken, dass zur Kostenkalkulation auch die Trocknung zu zählen ist. Eine Daunendecke beispielweise, die eine lange Trocknungszeit braucht, kostet entsprechend viel Energie. Den Arbeitsaufwand würde ich hingegen als minimal betrachten und mit maximal zehn, eher fünf Minuten ansetzen. Entsprechend gering schlagen die Arbeits- bzw. Lohnkosten zu Buche.

Orientieren wir uns an dem in der MultiVision veröffentlichten Kalkulationsmodell, ist das Ergebnis realistisch, wenn wir die Arbeitszeit (Lohn) subtrahieren und dafür höhere Energiekosten für die Trocknung addieren. Die Energiekosten für Strom, Gas etc. sind u. a. individuell zu betrachten.

Nils Theilmann, Frankfurt

Leserbrief MultiVision 62|05

Eine gepflegte Verbindung

Auf diesem Weg möchte ich mich noch ganz herzlich für den Bericht in der **MultiVision** 62|05 bedanken. Jeder Mensch lebt von Anerkennung und positiven Worten. Sie haben unsere Ideen anerkannt und besonders mich beflügelt, die Geschäftsideen, die mir sehr am Herzen liegen, weiter zu verfolgen. Ich wünsche der

MultiVision weitere positive Resonanz auf die Artikel. Es gibt einfach viel zu wenig Lob und Anerkennung der geleisteten Arbeit. Finden Sie nicht?

Inzwischen habe ich meinen Tischwäscheservice auch dahingehend ausgebaut, dass ich erstmals einen Blumenladen ausgestattet habe, um auch auf diesem Wege auf unseren Service hinzuweisen und neue Kunden zu gewinnen. Nun bin ich gespannt, wie das angenommen wird. Wichtig war für mich übrigens, dass der Stil des Blumenladens zu meinem passt, so dass wir als Dienstleistungspartner gemeinsam harmonisch und stimmig auftreten. Es ist meine Überzeugung, dass wir nur das verkaufen können, was auch unserer Unternehmensphilosophie entspricht. Ich persönlich stehe voll und ganz hinter unserem textilen Dekoservice. Nur wer wirklich an das glaubt, was er tut, kann schließlich Kunden überzeugen und dadurch gewinnen.



Susanne Kehl, Lippstadt

Anmerkung der Redaktion: Vielen Dank, Frau Kehl, für das Lob und die ergänzenden Informationen. Gern halten wir unsere Leserinnen und Leser über die Entwicklung Ihrer Geschäftsidee auf dem Laufenden.

Der aktuelle Leser-Tipp:

Transportfolien sind kein Permanentschutz

Viele Reinigungen verpacken die gereinigte Obergarderobe in Folienhüllen. Diese sind zum Transport bestens geeignet, nicht aber für eine langfristige Aufbewahrung. Diese wichtige Information sollte bei den Kund/innen ankommen, empfiehlt Ute Oerhing, First-Class-Reinigung, Eschwege: »Die Folie ist sehr dünn, daher vom

Abfallvolumen gering, sie schützt vor Feuchtigkeit und Wiederanschmutzung, zur Lagerung der Textilien eignet sie sich nicht. Sie ist lichtdurchlässig, was ein Ausbleichen oder gar Vergilben zur Folge haben kann. Die Textilien können unter der Folie nicht *atmen*, was vor allem für Naturtextilien wichtig ist. Wenn die Folie altert, besteht die Gefahr, dass sie Weichmacher aus ihrer Substanz abgeben, welche die Faser schädigen können.

Mein Tipp: Spezielle Hüllen aus dem Handel empfehlen oder den Kund/innen raten, mit einem alten Bettbezug zu improvisieren. Ich selbst habe Textilbezüge für ca. 2,50 Euro pro Stück im Baumarkt gefunden.

Ausschließlich bei sehr hochwertiger Garderobe liefert der Textilhandel die Hüllen gleich mit, z.B. bei einem Kition-Sakko (ab 3500 Euro), Chanel Couture, Versace Couture usw. (ab 5000 Euro). Selbst ein teurer Boss-Anzug muss jedoch ohne Hülle auskommen.

Die exquisiten Hüllen aus Gewebe mit Beschichtung sind natürlich trotzdem luftdurchlässig.

Noch nicht auf dem Markt, aber sehr sinnvoll wäre aus meiner Sicht folgende Variante: Eine Hülle aus ungebleichtem, leichtem Nessel, ähnlich wie der umweltfreundliche Einkaufsbeutel. Das wäre das perfekte Kundengeschenk, z.B. zu Weihnachten.

Anmerkung der Redaktion: Frau Oehring, wir danken Ihnen für den hilfreichen Tipp. Wir sind gespannt, ob wir auf Ihre Anregung, textile Hüllen zu fertigen und anzubieten, eine Resonanz aus Industrie oder Handel bekommen. Mit dem Eindruck des Unternehmens darauf wäre das in der Tat ein nützliches, wieder verwertbares Giveaway mit Umweltschutzaspekt. Ähnlich wie im Lebensmittelhandel ist der Kunde u.U. bereit, eine solche Hülle zu kaufen. Wir freuen uns auf Reaktionen!

Ihre Meinung ist uns wichtig!

Haben Sie Anregungen, Fragen, Wünsche?

Schreiben/mailen Sie uns

info@wortundidee.de oder per Post:

MultiVision · Gabriele Rejschek-Wehmeyer
Fahrenkampstraße 38 · 32257 Bünde

Günstige Gebrauchtmaschinen:

KWL-Maschinen

- **Multimatic S 320 KWL Senza**
Füllmenge 16 kg, HD + el. beh., Bj. 1996
- **Multimatic Senza 320 KWL**
Füllmenge 16 kg, el. beh., Bj. 2002/04
- **Multimatic Senza Plus 320 KWL**
Füllmenge 16 kg, el. beh., Bj. 2000
- **Multimatic TOPLINE 320 KWL**
Füllmenge 16 kg, el. beh., Bj. 2001
- **Multimatic Phoenix 420 KWL**
Füllmenge 21 kg, el. beh., Bj. 1996
- **Multimatic Phoenix 500 KWL**
Füllmenge 25 kg, HD, Bj. 1995
- **Böwe K 16 [mit und ohne Destillation]**
Füllmenge 16 kg, HD, Bj. 1995/97
- **Satec-KWL, Typ B 300 D/LW/K**
Füllmenge 15 kg, HD, Bj. 2004
- **Satec-KWL, Typ B 250**
Füllmenge 13 kg, el. beh., Bj. 1995
- **Union Starlet 280 KWL**
Füllmenge 14 kg, el. beh., Bj. 1999
- **Union 260 KWL Markant V**
Füllmenge 13 kg, el. beh., Bj. 1997
- **Union 500 KWL Markant V**
Füllmenge 25 kg, HD, Bj. 1998

Die Maschinen entsprechen der
31. bzw. 2. BImSchV

**Finishgeräte/Nass-
reinigungstechnik
ständig am Lager!**

Multimatic 
iLSA Deutschland GmbH

Gardener Straße 71
D-49324 Melle
Telefon [054 22] 10 00
Telefax [054 22] 100 48
Email: info@multimatic.de
www.multimatic.de

Vermitteln Sie Weißheit!

Reiniger@work

Ihr Kundenmagazin für die
professionelle Textilpflege.

Jetzt bestellen:

info@reiniger-at-work.de

»Ich bin froh, die ansprechend aufgemachte Kundeninformation *Reiniger@work* entdeckt zu haben!

Für meinen Textilunterricht habe ich so die aktuellsten Informationen, z.B. über die neuesten Pflegesymbole.«

Karin Voss,
Lehrerin, Bad Oldesloe

»Ich bin positiv überrascht, welche Kreise *Reiniger@work* zieht. Wenn ich damit heute schon meine Kunden von morgen gewinnen kann, ist das Imagewerbung mit Langzeitwirkung.«

Rainer Buchholz,
Buchholz Textilpflege,
Bad Oldesloe

