

Multi VISION

Nr. 53
JUNI 2003



So richtig nett
ist's nur
im frischen Bett!

Aktuell:
**Frankfurter Schule
lud ein**

Blickpunkt:
**Neuester Hit:
Pferdedecken**

Neue Produkte:
**Bügelschäden sind
vermeidbar**

Titelthema:
**Zusatzprodukte in
der Textilpflege**

Editorial



Für einen starken Auftritt sorgen

Den Schulterchluss üben. Ein viel zitiertes hehrer Vorsatz, der nicht so leicht in die Tat umzusetzen ist. Dennoch, ist der Wille erst einmal da, lässt sich etwas bewegen. Schwere Zeiten fordern keine Opfer, sondern sinnvolle Konzepte und gemeinsame Lösungen. Diese zu finden, ist das Ziel der ersten gemeinsamen Referatetagung der Textilpflegeverbände. Sie gehen damit einen ersten entscheidenden Schritt, den ich aus Unternehmersicht nur begrüßen kann. Natürlich bin ich Realist. Niemand von uns wird am 5. Juli mit einem Patentrezept für den sicheren Erfolg in der Tasche von Köln nach Hause fahren. Wer das glaubt, muss enttäuscht werden.

Hängen wir unsere Erwartungen also nicht so hoch auf, holen wir sie runter und bringen sie auf einen einfachen gemeinsamen Nenner: Wir alle suchen nach neuen Möglichkeiten. Vielleicht genügen aber auch schon ein paar betriebswirtschaftliche Anregungen und der praxisnahe Austausch, um das eigene Potential wieder zu aktivieren, eigene Ressourcen wieder zu entdecken und neu zu nutzen.

Die professionelle Textilpflege wie sie sich heute darstellt, ist nicht nur das Ergebnis wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Prozesse. Sie ist das, was wir daraus gemacht haben. Und sie wird auch in Zukunft das sein, was wir aus ihr machen. Meine Vision: Eine flexible und zeitgemäß präsentierte Dienstleistungsbranche mit einem breiten Leistungsangebot, das möglicherweise weit über unsere derzeitigen Vorstellungen hinausgeht. Realisierbare Zusatzprodukte in der Textilpflege, die auf die Vielfalt und Leistungsstärke unserer Branche aufmerksam machen und dazu beitragen, neue Kunden zu gewinnen, sind für mich ein gangbarer Weg, den wir hier und jetzt beginnen können. Viele Maschinen- und Hilfsmittelanbieter haben dafür bereits beste Voraussetzungen geschaffen.

Ihr Dieter Kampmann
E-mail: DKampmann@ilsa-d.de

SICHTWEISE

Kein Lamento auf Stammtischniveau

Mit Spannung erwartet die Branche die erste gemeinsame Referatetagung der Branchenverbände am 4. und 5. Juli 2003 im Holiday-Inn-Hotel in Köln-Wahn. Das Thema, das alle bewegt: „Wege aus der Krise“. Es soll konkret werden, so DTV-Präsident Friedrich Habermeyer. In der MultiVision sagt er nun im Namen der Verbände, worum es in Köln geht: Jeder Textilreiniger im Privatkundengeschäft merkt es, die Umsatzerhebungen aller Organisationen zeigen es: Es hat sich etwas verändert im Privatkundengeschäft der Reiniger in Deutschland, und zwar zum Negativen. Allgemeine Erklärungen sind wohlfeil: Die generelle Konsumflaute, schlechte Regierungspolitik und dadurch verunsicherte Kunden, die steigende Arbeitslosigkeit usw. Nun könnte man es darauf beruhen lassen, sich einigeln und auf bessere Zeiten hoffen. Genau das wollen wir nicht.

DTV und der GV sind entschlossen, das Thema offensiv anzugehen und Wege aus der Krise zu suchen. Dazu soll die gemeinsame Referatetagung in Köln am 5. Juli 2003 dienen, zu der ich alle interessierten Reiniger herzlich einlade. Wir wollen dort klare Handlungsoptionen diskutieren, kein "Lamento auf Stammtischniveau". Die Referate und die breite Diskussion, der wir ausreichend Zeit einräumen wollen, sollen Antworten auf entscheidende Fragen bringen. Die Verbände freuen sich auf eine informative Tagung mit Ihnen in Köln!

Friedrich Habermeyer, Präsident DTV

Horst Schönwälder, Präsident GV

Erste Referate-Tagung DTV und GV

Gemeinsame Lösungen finden

KÖLN - Zur 1. Referatetagung laden die beiden deutschen Textilpflegeverbände jetzt ein. Termin: 4. und 5. Juli 2003; Veranstaltungsort: Hotel Holiday Inn Köln-Bonn Airport. DTV und GV wollen die kritische Situation der Textilpflegebranche mit den Tagungsteilnehmer/innen diskutieren. Namhafte Referenten vermitteln Denkanstöße.

Friedrich Habermeyer, Brake. Nach dem Mittagessen gibt es Raum für einen ausführlichen Austausch mit den Referenten.

Die Teilnahmegebühr von € 29,- pro Person enthält den Mittags-Imbiss am Samstag sowie die Straßenbahnfahrt inkl. Verpflegung und Getränke. Zimmerbuchung: Direkt im Hotel

Gesellig beginnt die Tagung am Freitag, den 4. Juli 2003, mit einer Straßenbahnfahrt mit dem „Colonia-Express“. Offiziell eröffnet wird sie am Samstag, den 5. Juli 2003, um 10.00 Uhr durch die Präsidenten der Verbände, Horst Schönwälder und Friedrich Habermeyer. Tagungsthemen:

„Wie kann ein Unternehmensberater in schwierigen Zeiten helfen?“, Siegfried Hellweg von der Treuhand Unternehmensberatungsgesellschaft mbH, Dortmund.

„Raus aus der Depression - zurück in die Zukunft!“,

Hartmut Paul Kokerbeck, FML Beratungs-GmbH, Krefeld.

Fallbeispiel aus der Praxis (mit Echtzahlen): „Wirtschaftliche Perspektiven durch sinnvolle Strukturänderungen“,



Holiday Inn Köln-Bonn Airport unter dem Stichwort DTV/GV
Telefon 0 22 03 / 56 10

www.dtv-bonn.de
www.textilpflegebetriebe.de

INHALT

Kurz notiert	4
Umweltzertifikat für Petra Alikotsi	4
Frankfurter Schule lud ein	5
EFIT feierte Jubiläum	5
Aktuelle Termine	5
Profile: Ute Salow	6
Yvonne Kauff: Morgens um sieben geht's los	6
Neuester Hit: Pferdedecken	6
Cross-Selling am Counter	7
Bügelschäden sind vermeidbar	8
Das Sun-Block Konzept	8
Praxis: Beschichtete Kleidung	9
Titelthema Service-Profile	10/11
ILSA S.p.A. in Las Vegas	12
Presto Shop, Luxemburg	12
Textilpflege in Euroland	13/14



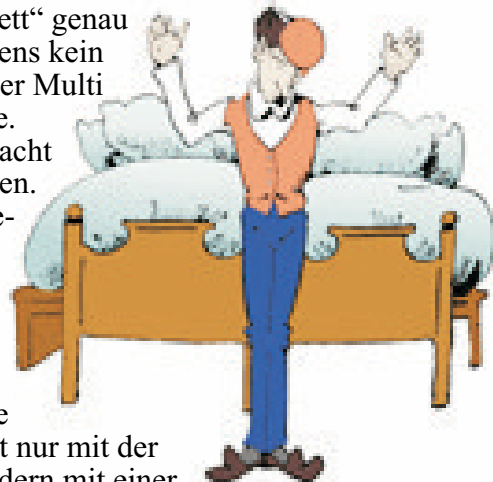
Textilpflege-Chat

Austausch im Internet: Seit dem 12. Mai 2003 stehen Kolleginnen und Kollegen der Textilreiniger-Innung Osnabrück-Münsterland (fast) täglich zwischen 22:00 - 22:30 Uhr zur Verfügung. Sie wollen auch auf diesem Weg an der Branche Interessierten Rede und Antwort stehen. Die Innung weist darauf hin, dass dieser Service zunächst eine Testaktion ist. Wenn das Angebot angenommen wird, kann es möglicherweise eine Dauereinrichtung werden. Nächster offizieller Chat-Termin ist übrigens der 6. Juli 2003 (18:30 - 19:30 Uhr). Thema: Ist ein gemeinsames Textilpflegelogo (wie bei Fleischern, Apotheken etc.) umsatzfördernd? Gibt es gravierende Bedenken? www.alles-sauber.com

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

erinnern Sie sich daran, wie häufig früher die Oberbetten gewaschen wurden? Das war eher eine Seltenheit. Zu Hause waschen war nicht möglich. Wer „etwas auf sich hielt“, so erzählte meine Großmutter, gab vielleicht einmal im Jahr die Federbetten in professionelle Hände. In diesem Zusammenhang denke ich an das geflügelte Wort: Vom Waschen wird es auch nicht besser.

Vieles hat sich geändert, auch das Hygienebewusstsein. Heute ist es oft ein ganz anderes Thema, das die Menschen zwingt, sich mit der Reinigung ihrer Betten zu befassen: Allergien gehören zu den häufigsten Problemen, mit denen sich das Gesundheitswesen beschäftigen muss. Die Ursachen sind so vielfältig wie die Menschen, die darunter leiden. Babys, Kleinkinder, Erwachsene aller Altersgruppen sind betroffen. Wesentlich einfacher, als die Ursachen herauszufinden und zu beheben, ist die Vorsorge. Und die beginnt in vielen Fällen ganz einfach bei einem sauberen Bett, in dem die Menschen einen Großteil ihrer Lebenszeit verbringen. Sorgen Sie also dafür, dass diese sich darin wohl fühlen. Schon Peter Alexander traf mit seinem alten Schlagertext „So richtig nett ist's nur im Bett“ genau den richtigen Nerv. Dies ist übrigens kein Appell, den ich als Redakteurin der Multi Vision an Sie weitergeben möchte. Vorher habe ich mich schlaue gemacht und mit Branchenprofis gesprochen. So sagt der erfahrene Textilpflegeunternehmer Roland Eilers ganz klar: Der Umsatz liegt in den Betten, wir müssen ihn nur wecken (Seite 10/11). Wie sich das wirtschaftlich rechnet, kalkuliert Dieter Kampmann für Sie (Seite 10). Anregungen, sich nicht nur mit der professionellen Bettenpflege, sondern mit einer großen Palette interessanter Zusatzprodukte in der Textilpflege zu profilieren geben wir in dieser MultiVision. Sollten Sie etwas vermissen, habe ich es entweder nicht gewusst oder der redaktionelle Platz hat nicht mehr gereicht. Dann freue ich mich auf Ihre Tipps und Hinweise, die wir in der nächsten Ausgabe aufgreifen werden.



Ihre Gabriele Rejschek-Wehmeyer

info@wortundidee.de

Herausgeber: ILSA Deutschland GmbH - D. Kampmann - Gerdener Str. 71 D-49324 Melle, Tel. 0 54 22 / 10 00, Fax 0 54 22 / 1 00 48, www.ilsa-d.de
E-mail: DKampmann@ilsa-d.de

Redaktion: Wort und Idee, Fahrenkampstraße 38, D-32257 Bünde
Tel. / Fax 0 52 23 / 18 83 79, E-mail: info@wortundidee.de

Anzeigen: Marketing Service M. Schwarz, Rotdornweg 32, D-49326 Melle,
Tel. 0 54 22 / 4 21 57, Fax 0 54 22 / 95 91 13, E-mail: mv@ms-schwarz.de

Druck / Verarbeitung: Druckerei + Verlag B. Scholten GmbH & Co, Melle



CLEAN '03 - Weltkongress

und Ausstellung zugleich ist die Clean Show vom 11. bis 14. August 2003 im Las Vegas Convention Center. Die amerikanische Fachmesse rangiert nach Aussagen des Veranstalters, Riddle & Associates, Atlanta, USA, unter den Top 100 der nordamerikanischen Fachmessen. Präsentiert werden alle Facetten der Textilpflegeindustrie für Kleinunternehmen bis zum industriellen Großbetrieb für textile Dienstleistungen. Aussteller sind Produzenten und Vertriebsunternehmen von Produkten, Zubehör und Serviceleistungen für die Branche. www.cleanshow.com

PER-VERBOT IN USA - Nach zweijährigen Verhandlungen wird in Süd Kalifornien ein schrittweises Per-Verbot umgesetzt. 1. Januar 2003: Neuinstallation von Permaschienen verboten. 1.7. 2004: Alle auf ein geschlossenes System umgerüstete Maschinen müssen mit primären und sekundären Sicherheitssystemen (4. Generation) arbeiten oder durch ein Nicht-Per-System ersetzt werden. November 2007: Alle Permaschienen müssen mit primären und sekundären Sicherheitssystemen ausgerüstet sein. Bis 2002: Erlaubnis für Permaschienen in Reinigungen. Betriebe, die sich bis zum Stichtag vom Per getrennt haben, können mit finanzieller Unterstützung rechnen. „Für den deutschen Markt relativiert sich die Bedeutung dieses Verbotes durch die 2. BimSchV“, kommentiert Dieter Kampmann, Geschäftsführer iLSA Deutschland. www.cinet-online.net

UMWELTZERTIFIKAT - Mit dem Zertifikat „Für die Umwelt – freiwillig überwacht“ werden diejenigen Betriebe ausgezeichnet, die im Rahmen der Initiative der Textilpflegeverbände die „Freiwillige Überwachung“ erfolgreich praktizieren und schon jetzt Sicherheitsgebäude für die Maschinenbefüllung und die Entsorgung der Destillationsrückstände verwenden. Die Geschäftsstelle des Gesamtverbandes Neuzeitlicher Textilpflege-Betriebe Deutschlands e.V., Gelsenkirchen, appelliert noch einmal eindringlich an alle Teilnehmer der Freiwilligen Überwachung bereits jetzt auf Sicherheitsgebäude umzustellen. Mit Ablauf des Jahres 2004 endet die Selbstverpflichtungserklärung der Verbände und der Industrie dem Ministerium gegenüber, so dass zu diesem Zeitpunkt das Verbot der Deckelfässer greifen werde. www.textilpflegebetriebe.de

11. TEXCARE – Termin für die nächste internationale Fachmesse Texcare International: 6. bis 10. Juni 2004. Die Messe Frankfurt erwartet rund 250 Aussteller für den „Weltmarkt moderner Textilpflege“, der im 2-Jahres-Rhythmus in Frankfurt bzw. Asien stattfindet. www.texcare.com

AKTUELL

Umweltzertifikat für Petra Alikotsi

Etwas gegen die Unwissenheit tun

RATINGEN – „Nach unseren Recherchen haben wir zum ersten ‚Tag der offenen Tür‘ eines Reinigungsbetriebes in Ratingen eingeladen“, sagt Petra Alikotsi. Die Inhaberin des Textilpflegebetriebes Alikotsi und einer Änderungs-Schneiderei in der Sohlstättenstraße 20 in Ratingen-Tiefenbroich erlaubte einen Blick hinter die Kulissen. Der Erfolg war selbst für sie eine Überraschung und Bestätigung: Der Informationsbedarf ist riesig.

und die Entsorgung der Destillationsrückstände verwenden. Feierlicher Auftakt des Informationstages war die Übergabe des Zertifikates durch Waltraud Lang, Geschäftsstellenleiterin des GV, und Stefan Böhm, Geschäftsführer der AUBET, in Anwesenheit des Bürgermeisters und der Presse. Danach konnten sich Kunden und Interessierte selbst davon überzeugen, was es bedeutet, „umweltgerecht“ zu reinigen oder zu waschen. „Die Leute haben keine Vorstel-



Grund zum feiern hatte Petra Alikotsi (Mitte), hier mit Stefan Böhm, AUBET (ganz links), Frank G. Odenbach (2.v.r.) und Kunden. Foto: Klaus Peter Lang

Petra Alikotsi hatte einen werbewirksamen Aufhänger. Sie präsentierte nicht nur ihr umfangreiches Serviceangebot, sondern auch eine wichtige Kundeninformation: Im Rahmen der Initiative „Für die Umwelt – freiwillig überwacht“ wurde sie mit dem Umweltzertifikat ausgezeichnet, das die Betriebe erhalten, die die Freiwillige Überwachung erfolgreich praktizieren und bereits jetzt Sicherheitsgebäude für die Befüllung der Maschine

lung davon, wie in der professionellen Textilpflege heute gearbeitet wird und welchen Aufwand wir betreiben.“ Für die Branchenfrau und ihre drei Mitarbeiterinnen war das eine bedeutende Erfahrung.

„Wir waren erstaunt, welchen Informationsbedarf die Kunden haben und wie wichtig gezielte positive Informationen über unsere Dienstleistung sind.“ Petra Alikotsi wird am Ball bleiben.

Ein großes Jubiläum

HANNOVER – 150 Jahre F.A. Stichweh. Das war am 23. Mai 2003 der richtige Zeitpunkt eine außergewöhnliche Unternehmensgeschichte zu würdigen und die Männer, die über Generationen Meilensteine in der professionellen Textilpflege gesetzt haben. 1853 fing alles an: Friedrich August Stichweh gründete F. A. Stichweh als Färberei in Hannover und legte mit der „Chemischen Waschanstalt“ den Grundstein für den Erfolg des Unternehmens, das seinen Namen als Markenbegriff etablierte. Mit der Fusion von F. A.



Stichweh in Hannover und Palthe B. V. in Almelo, Holland, entstand 1999 der größte Textilreiniger auf dem europäischen Kontinent. Unter dem Dach der Stichweh-Gruppe firmieren heute F. A. Stichweh Textilreinigung, (120 Textilreinigungs-Sofortdienste in Norddeutschland), Stichweh Service Center (Dienstleister für alle Textilpflege-Betriebe in Norddeutschland) und F. A. Stichweh Franchise-System. Mehr in der nächsten MultiVision. www.stichweh.com

Ausbildungsberuf Textilreiniger Frankfurter Schule lud ein

FRANKFURT a.M. - Den Ausbildungsberuf „Textilreiniger“ überzeugend darzustellen, war Anliegen des Bereiches Textilreinigung der Frankfurter Schule für Bekleidung und Mode. Das modernste Technikum Europas für Aus- und Weiterbildung stellte sich am 10. Mai 2003 der Öffentlichkeit vor.



Wie und an welchen Maschinen in der modernen Textilpflege ausgebildet wird, erlebten die zahlreichen Besucher hautnah. Auszubildende führten ihre Tätigkeiten vor; das gesamte Kollegium stand für Informationen über den novellierten Ausbildungsberuf bereit. Die technische Ausstattung erlaubte einen Einblick in alle Bereiche der professionellen Textilpflege: Die klassische Reinigung in Per, KWL, die Nassreinigung und Wäscherei, ebenfalls komplett ausgerüstet. Die Maschinen, Arbeitsabläufe, aber auch die Gesamteinrichtung des neuen Standortes fanden großes Interesse. Für die zeitgemäße Demonstration echter Textilpflegepraxis lieferte iLSA Deutschland Maschinen- und Gerätetechnik. Die 10 kg Multimatic Phönix für Per wurde komplett neu „überholt“. Neu investiert

Eine praxisnahe Ausbildung an allen Maschinen und Geräten ist in Frankfurt garantiert.

hatte die Schule in eine 16 kg Senza für KWL mit Destillation und erste Anlage mit Online-Steuerung. Um den Finishbereich auf den neuesten technischen Stand zu bringen, stellte iLSA Deutschland noch einen Maxi-Shirty kostenlos zur Verfügung. Mit dem neuen Technikum hat die Frankfurter Schule die besten Voraussetzungen für den theoretischen und praktischen Unterricht geschaffen.
www.modeschule.de

EFIT feierte Jubiläum 50 Jahre Textilpflegeforschung

BÖNNIGHEIM – Die entscheidende Rolle der EFIT, der Europäischen Forschungsvereinigung Innovative Textilpflege e. V. (EFIT), ehem. FTR, stand im Mittelpunkt der diesjährigen Jahrestagung und Jubiläumsveranstaltung auf Schloss Hohenstein.

Den notwendigen Wandel von der FTR zur EFIT begründete Dr. Stefan Mecheels mit der Entwicklung der Textilreinigungsbranche in den vergangenen Jahren. Gewürdigt wurde insbesondere der Stellenwert der EFIT innerhalb der Forschungsorganisationen Europas von Repräsentanten der internationalen Verbände. In den Grußworten fanden auch die Leistungen von Prof. Dr. Josef Kurz Anerkennung. Den fachlichen Rahmen der Jahrestagung bildeten Referate, beispielsweise von CINET-Präsident Théo Lagrange (s. S.13) über die Situation der europäischen Textilpflegebranche. Einen Blick auf die Branche in den USA erlaubte der Vortrag von Dr. Manfred Wentz. Seine Zahlen belegen: In den USA liegt der Pro-Kopf-Umsatz für Leistungen der Textilreinigung beim Dreifachen des deutschen

Wertes. Gute Zukunftschancen prognostizierte der Geschäftsführer des Bundesverbandes des Deutschen Textileinzelhandels, Jürgen Dax, für eine Kooperationen zwischen Einzelhandel und Textilreinigungen in den nächsten Jahren. Die Aktivitäten der EFIT-Kompetenzoffensive präsentierte Rose-Marie Riedl von den Hohensteiner Instituten: PR- und Presseaktivitäten sowie Möglichkeiten zur Werbung und Verkaufsförderung. Jürgen Tagge vom Hohensteiner EFIT-Team zeigte Potenziale zur Umsatzsteigerung: Optimierte Qualitätssicherung und Kundenkommunikation sowie die Erschließung neuer Kundengruppen und Arbeitsbereiche. Über die aktuelle Entwicklung der Lösemittel sprach Eugenie Bockelmann, über das Aus- und Weiterbildungsprogramm der EFIT Dr. Maximilian Swerev, beide von den Hohensteiner Instituten.
www.efit-textilpflege.de



Termine

**Der Gesamtverband bietet an:
Ausbildung zum Sachkundigen**

gem. § 21 UVV VBG 66

Schwerpunkt Per:

Kassel (Per + KWL)	15.06.
Gelsenkirchen	28.06., 20.09.
Manching	12.07.
Koblenz	19.07.
Stuttgart	26.07.
Hamburg	16.08.
Berlin	23.08.
Dresden	30.08.

Schwerpunkt KWL:

Gelsenkirchen	29.06., 21.09.
Manching	13.07.
Koblenz	20.07.
Stuttgart	27.07.
Hamburg	17.08.
Berlin	24.08.
Dresden	31.08.

Spezial- Detachur-Seminar für KWL

N.N. in NRW 13.09.

Verkäuferinnen-Seminar:

Gelsenkirchen 27.09.

www.textilpflegebetriebe.de

Akademie Hohenstein e.V.

Praxisseminare:

Vordetachur und Grundreinigung	20.- 21.10.
Flecken-Entfernung	22.- 23.10.
Bügeln auf Flachbügeltischen	24.10.
Fleckenentfernung für Fortgeschrittene	-

Termine auf Anfrage

Sachkundelehrgänge:

KWL-Maschinen	26.10.
Per-Maschinen	26.10.

Fernlehrgang:

Geprüfte/r Umweltfachfrau/mann	
Textilreinigung	26.10.

Spezialseminare:

Reklamationsbearbeitung - Termin auf Anfrage

Mehr Erfolg durch bessere

Textilkenntnisse - Termin auf Anfrage

Intervall-Fernlehrgänge:

Geprüfte/r Fachfrau/mann	
Textilreinigung & Umweltschutz	3.11.

Geprüfte/r Betriebsleiter/in

Textilreinigung	3.11.
-----------------	-------

www.hohenstein.de

Textilreiniger-Innung Osnabrück-Emsland

OSNABRÜCK – Thema eines kostenlosen Referenten-Abends am **9. Juli 2003** (Beginn: 20.00 Uhr) ist die Bedeutung und Reformation von Berufsorganisationen in der heutigen Zeit. DTV-Präsident Friedrich Habermeyer stellt die notwendigen Anstrengungen und Pläne zur Modernisierung des Deutschen Textilreiniger Verbandes (DTV) dar. Dr. Manfred Huppertz, BÜFA, spricht über die Unverzichtbarkeit von Berufsorganisationen als Selbstvertretungsorgane der Branche. Dieter Kampmann, Geschäftsführer von iLSA Deutschland, beleuchtet den Aspekt von Berufsorganisationen als wichtige Ansprechpartner der Industrie. Obermeisterin Ingrid Niehaus moderiert die anschließende Diskussion. **Veranstaltungsort:** Kaffeehaus Penterknapp, Osnabrücker Str. 64, 49565 Bramsche. Anmeldungen bitte schriftlich: info@alles-sauber.com



Ute Salow

Von Haus aus Powerfrau

Macht ist ihr nicht wichtig. Sich persönlich weiter zu entwickeln, Ziele konsequent zu verfolgen, um schließlich erfolgreich zu sein, liegt in ihrer Natur. Ute Salow ist eine Frau mit klaren Vorstellungen und Strukturen, die Familie ihre Basis. In diesem Jahr feiert die 43jährige Mutter von zwei erwachsenen Töchtern mit ihrem Mann Silberhochzeit. Familie und berufliche Selbständigkeit unter einen Hut zu bekommen, war nie ein Thema. Als Frau in der ehemaligen DDR gehörte das einfach dazu. Gleichberechtigung war für Ute Salow selbstverständlich. Dass Frauen vieles anders machen, stellt sie nicht in Frage. Im Gegenteil: Die Obermeisterin und stellvertretende Bundesobermeisterin bringt auf allen Ebenen ihre weibliche Sicht der Dinge engagiert ein. Als sich Ute Salow im Jahre 1992 selbstständig machte, hatte sie den Bedarf an qualifizierten Textilpflegebetrieben mit guten Serviceangeboten in ihrem Umfeld erkannt. Ihr Motiv: Der Wunsch eigenverantwortlich zu arbeiten und neue Maßstäbe zu setzen. Sie erlernte das Handwerk in der Praxis und legte 1994 ihre Meisterprüfung ab. Die Ausbildung in der Textilpflege ist ihr heute ein besonderes Anliegen, für das sie sich in der Textilreiniger-Innung Kammerbezirk Dresden, als stellvertretende Bundesobermeisterin und als Lehrlingswart (im geteilten Amt) der Innung Berlin-Brandenburg sowie im eigenen Betrieb stark macht. Die Innungsarbeit steht ganz oben auf der Liste ihrer Prioritäten, neben ihrem Einsatz im Vorstand des Regionalverbandes Ost des DTV. Dann ist da natürlich noch das eigene Unternehmen, das sie derzeit umstrukturiert und in dem sie 10 Mitarbeiterinnen und 2 Auszubildende beschäftigt. Seit 1998 ist die Änderungsschneiderei ein wichtiger Service des Betriebes, mit einer Schneidermeisterin, die auch ausbildet. Andere Wege zu beschreiten gehört sozusagen zum Lebensplan der Unternehmerin. „Ein Weg beginnt immer irgendwo, er muss nur konsequent verfolgt werden“, lautet ihre Devise. Ute Salow kennt ihre Richtung.

BLICKPUNKT

Morgens um sieben geht's los

Seit 50 Jahren ein "sauberes Geschäft"

MAINZ - Die Ladengestaltung ist perfekt, das Serviceangebot rund. „Mit jedem Kleidungsstück gibt uns der Kunde etwas ganz Persönliches von sich“, sagt Yvonne Kauff. In ihrem Betrieb werden die Menschen entsprechend empfangen und bedient.

Was sie unter professioneller Textilpflege versteht? „Ordentliche, fach- und sachgerechte Sauberkeit verkaufen.“ Die Kundenbindung ist ihr wichtig. Sie fördert diese unter anderem mit Abokarten. Die Kunden nehmen das Angebot an. Textilpflege Kauff hat Tradition. Den Kingsgard-Betrieb in der Nähe des Mainzer Hauptbahnhofes gibt es seit 50 Jahren. Kundenfreundliche Geschäftszeiten gehören zum Service, den vor allem Berufstätige schätzen. Morgens um 7.00 Uhr sind die Türen geöffnet.

Die Liebe zur Textilpflege wurde Yvonne Kauff quasi in die Wiege gelegt. Seit 30 Jahren ist ihr Vater Winfried in der Branche. Dass die Zeiten schwierig geworden sind, ist ihr bewusst, hemmt sie aber nicht in ihrem unternehmerischen Engagement. Der Laden wurde völlig neu durchgestylt und Anfang dieses Jahres wieder eröffnet. Wie es die Zeit verlangt, so sagt sie, habe sie u.a. in ein Profi-



Nassreinigungssystem mit anspruchsvoller Finishtechnik investiert und erfolgreich den Hemden-Service etabliert, neben allen anderen klassischen Textilpflegedienstleistungen. Kauff-Kunden werden rundum versorgt. Viele kommen mit der Bahn und liefern auf dem Weg zur Arbeit, ins Büro oder die Bank ihre Garderobe ab. Unterstützt wird Yvonne Kauff von ihren sechs Mitarbeiterinnen, im Schicht-Betrieb bis 18.30 Uhr. Ganz wichtig für die Qualität ihrer Dienstleistung, betont sie: „Die Technik muss stimmen und der Service unseres Maschinenlieferanten.“ Die Geschäftsfrau unterstreicht ihre Aussage mit einem uns vertrauten Satz: „iLSA bringt's auf den Punkt.“

Textilpflegebetrieb Tetzner

Neuester Hit: Pferdedecken

ECKERNFÖRDE – „Wir sind Pflege-Spezialisten für alle Textilien, nicht Chemischreiniger, Wäscher, Fleckenputzer oder Bügler für Edelgarderobe.“ Das ist Jan-Mark Haufes Devise. Der 30jährige Unternehmer sieht im Wandel der Branche eine Herausforderung und eine Chance, sich als textiler Dienstleister zu profilieren. Aktuellstes Serviceangebot ist die Pflege von Pferdedecken.

Jan-Mark Haufe führt die Firma Tetzner, die sein Großvater väterlicherseits 1967 von seinem Großvater mütterlicherseits kaufte. Vater Otto Haufe wurde in der Branche ein bekannter Unternehmer, Sohn Jan-Mark absolvierte eine sorgfältige Ausbildung und legte 1996 die Meisterprüfung ab.

Das Unternehmen besteht heute aus vier Betrieben und 20 Mitarbeiterinnen: Tetzner Reinigung in Eckernförde, Sauberland in Kappeln, Fasson in Eckernförde und Kingsgard in Gettorf. Fasson und Kingsgard sind kalte Läden. Tetzner Reinigung ist ein vollstufiger Betrieb mit



Jan-Mark Haufe, hier vor seinem Sauberland Betrieb.

einer leistungsfähigen Nassreinigung. Sauberland ein typischer Sofortdienst, im November 2002 umgestellt auf KWL Lösemittel mit einer Multimatic Senza Plus 12 kg durch den iLSA Deutschland Kundenberater Gerd Pape. Bereits in der Vergangenheit hatte die Firma Textner flexibel auf die Marktent-

wicklung reagiert und nicht übersehen, dass der viel beklagte Rückgang insbesondere die herkömmlichen Warengruppen betrifft. Da die Landkreise Rendsburg-Eckernförde und Schleswig-Flensburg nicht gerade ein Eldorado für die Textilreinigung im herkömmlichen Sinne sind, wurde hier schon vor Jahren in allen Betrieben eine Änderungsschneiderei eingebaut. Als weiterer Service folgte der Hemdendienst, der erfolgreich angenommen wurde. Dann ging es an die Betten: Daunenbetten, Steppdecken und Kissen sind seither ein stetig wachsender Umsatzträger. Und dabei so einfach zu bearbeiten, fast ohne Personalkosten. „Die Investition in die Nasstechnik“, so Jan-Mark Haufe, „war überschaubar. Man braucht sie ohnehin in jedem Unternehmen. Eine 16 kg Maschine sollte es aber auf jeden Fall sein“, erklärt er, „sonst klappt’s nicht mit den Betten“. Für die neueste Dienstleistung, die Pflege von Pferdedecken akquiriert Jan-Mark Haufe



in Pferdeställen und bei den zahlreichen Reitturnieren im Einzugsgebiet. „Im Frühjahr werden die Pferdedecken abgenommen und über den Sommer eingelagert. Das ist die Hochsaison für das Waschen der Decken“, weiß er. Die Bearbeitung ist ähnlich unkompliziert wie bei den Betten: Transport im Plastiksack zur Waschtechnik, auf Risse prüfen, waschen, trocknen, fertig. „Unsere Erfolge sind natürlich keine Selbstläufer“, sagt Jan-Mark Haufe. „Wir arbeiten unablässig und intensiv daran, unsere Leistungen den Kunden nahe zu bringen. Dazu gehört gezielte Werbung: Anzeigen, Handzettel, Plakate, Poster, Anhänge-Etiketten und Abo-Karten. Was das betrifft, arbeiten wir schon seit langer Zeit mit dem Marketing Service Schwarz aus Melle zusammen.“ Selbst die Schmutzfangmatte im Ladeneingang wurde mit dem Pferdeposter aus Melle bedruckt, um die Pferdedecken-Aktion zu unterstützen.

info@reinigung-tetzner.de

SEITZ bietet Unterstützung:

Cross-Selling am Counter

KRIFTEL - Ein „Kommunikationsloch“ ist das Ergebnis mangelnder Kommunikation, so die SEITZ GmbH, Kriftel. Diese sei in Textilpflegebetrieben leider noch Standard. Die Kunden wüßten selten oder gar nicht, welche Möglichkeiten sie haben, ihre Textilien pflegen zu lassen, von der Leistungsvielfalt moderner Textilpflege ganz zu schweigen. So wichtig wie der Einsatz hochwertiger Produkte sei die gezielte Kundeninformation, so der Hilfsmittelanbieter.

Ein ganz normaler Tag in einer Reinigung: Ein Kunde betritt das Geschäft und hat Bekleidung in der Hand. „Tag, Reinigen?“ „Tag, ja Reinigen!“ – „Dienstag?“ – „OK: Dienstag“ und draußen ist er. Die Dinge gehen ihren Gang und das zu behandelnde Stück seinen Weg. Die Entscheidung, wie damit weiter verfahren wird, trifft der Reiniger bzw. sein Frontpersonal. Das führt unweigerlich zu einem Ergebnis, das den Kundenwünschen häufig wenig entspricht.

„Das muss nicht so sein“, so die Firma SEITZ. Die Endverbraucher müssten wissen, dass sie, wie in jedem anderem Einzelhandelsbereich, grundsätzlich eine Wahl haben, beispielsweise zwischen der Vollreinigung mit Detachur und – für weniger verfleckte Garderobe – einem Kleiderbad. Oder, dass man empfindliche Fasern wie Wolle, Samt und Seide am besten in die Nassreinigung gibt. Die Bereitschaft der Kunden mehr für „mehr“ zu bezahlen sei ungeahnt hoch.

Wenig Aufklärung gebe es auch über zusätzliche Ausrüstungsoptionen, obwohl SEITZ seit Jahren hervorragende Produkte entwickelt und auf dem Markt eingeführt habe: Appreturen für Abendkleider oder Vorhänge, beispielsweise: NovaFinish, Viva Finish oder Viva Starch, sowie die atmungsaktive Appretur für die Nassreinigung Frankopret TOP. Für den „Weichgriff“ eines Cashmir-Pullovers Sorge Frankosoft. Als Fleckschutzausrüstung und Imprägnierung für Garderobe oder Tischwäsche bietet Seitz die Cetox Produkte oder Aquastop FC, für die Entfernung unangenehmer Gerüche odoSorb.

Cross-Selling am Counter: Der gezielte Verkauf der Dienstleistung Textilpflege mit all ihren Zusatzleistungen. Darin liege die Zukunft. Die Kunden müssten wissen, für welches „Geld“ sie welche Leistung kaufen können. Dazu gehöre vielleicht auch,



im Bereich Hemdenservice fehlende Knöpfe zu ergänzen oder handrulierte Tücher mit der Hand auszubügeln. So manches Designerteil komme dann in der richtigen Konsistenz aus der Reinigung – vielleicht für einige Euro mehr – aber zur Zufriedenheit der Kunden. www.seitz24.com

Elektronisch gesteuerte Temperatur

Bügel Schäden sind vermeidbar

Das bestätigt Eugenie Bockelmann vom Forschungsinstitut Hohenstein in der „Aktuelle FTR-Information“ und gibt Anwendertipps zu einem wichtigen Thema. Während der Anteil edler Business-Garderobe in der Textilreinigung zunimmt, werden diese Warenarten gleichzeitig immer empfindlicher. Das große Problem: Bügel Schäden sind für den Kunden sofort erkennbar und sehr oft nicht zu reparieren. Die sichere Lösung: Das Bügeleisen JW5 von Wende.

Die Finish-Qualität ist durch den Einsatz von Saug-Blas-Tischen stark vom richtigen Umgang mit dem Bügeleisen abhängig. Besonders schwierig: Die korrekte Dosierung der drei Haupteinflussgrößen Wärme, Feuchtigkeit und Druck.

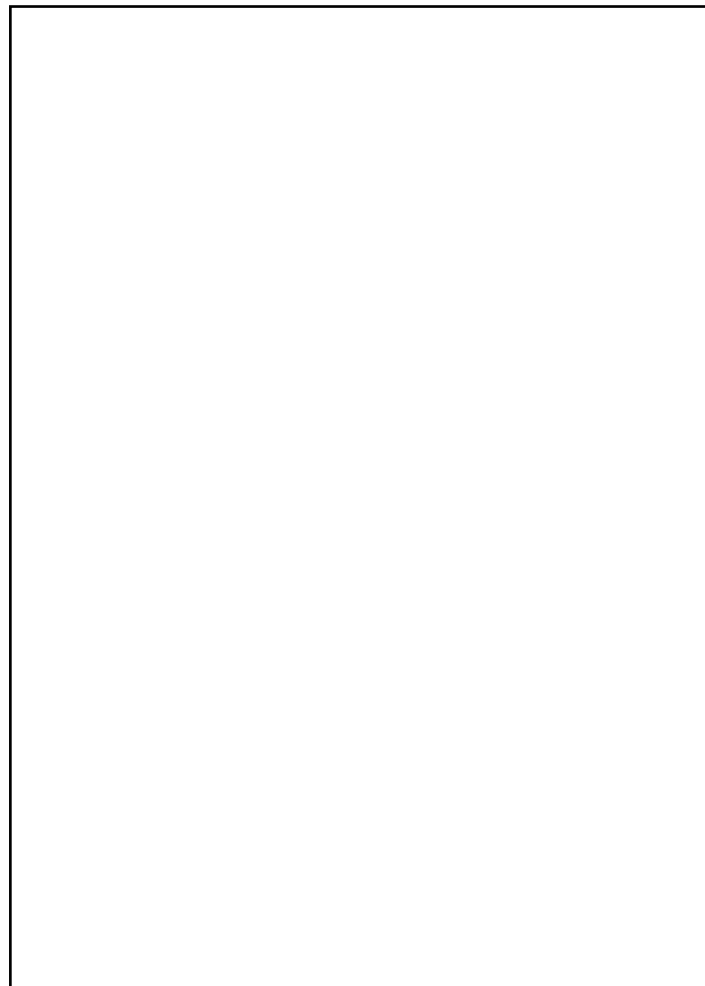
Fehler wie Anschmelzung oder Versengung der Faser gehen auf zu hohe Temperatur an der Kontaktfläche des Eisens und/oder im Dampf zurück. Das ideale Bügeleisen steuert seine Temperatur selbsttätig, Bedienungsfehler aufgrund falscher Einschätzung der Temperaturempfindlichkeit entfallen. Die Steuerung erfolgt automatisch in Abhängigkeit von der zu bügelnden Ware für (fast) alle Warenqualitäten. Wie? Das ist das Betriebsgeheimnis des Herstellers Wende-Bügeltechnik. Wichtiger Vertriebspartner ist die iLSA Deutschland GmbH. Ewald Brinker, technischer Leiter von iLSA: „Unsere Kunden sind begeistert. Einige haben spontan alle Bügelplätze umgerüstet. Der Dampfbedarf reduziert sich um rund 50% im Vergleich zu herkömmlichen Dampf-Bügeleisen. Das optimale Dampfkammersystem in Verbindung

mit der neu entwickelten Elektronik verhindert außerdem den Kondensataustritt („Spucken“), selbst nach längeren Bügel-pausen. Zusätzliche Dampferhitzer/Nachverdampfer sind völlig überflüssig.“ Auch ohne Teflonsohle gleitet das superleichte JW5 mit Griff für Rechts- und Linkshänder über die textile Oberfläche und glättet das Bügelgut schneller als ein herkömmliches Eisen. Der Kontakter, die Elektronik sowie die optische Kontrolle der Heizfunktion sind ebenfalls in den Griff untergebracht. Durch sinnvolle Anordnung (Schutzmantel für Dampfschlauch und Kabel) des Anschlusses gibt es praktisch kein Nachsetzen des Dampfschlauches mehr. Das Eisen kann an jeden Hochdruck-Dampf-erzeuger angeschlossen werden.
www.ilsa-d.de



Gesundheitsschutz in der professionellen Textilpflege

Das Sun-Block Konzept von Büfa jetzt aktuell



UV-Schutz in Textilien ist ein aktuelles Thema für die Bekleidungsindustrie. Verbraucher wollen vor den Gefahren durch schädliche UV-Strahlen geschützt sein. Den Zusatznutzen „Gesundheitsschutz“ können Textilpflegebetriebe ihren Kunden mit dem Sun-Block-System bieten.

Hautschutz durch Sonnencremes mit einem hohen Lichtschutzfaktor ist längst eine Selbstverständlichkeit, das Risiko von Hauterkrankungen bis hin zu Hautkrebs weltweit bekannt. Inzwischen legen Verbraucher auch großen Wert auf Textilien mit UV-Schutz. „Normale“ Textilien schützen die Haut nur begrenzt. Gerade bei luftiger, leichter Sommergarderobe ist die Sonnenschutzfunktion oft gering und reduziert sich stark mit zunehmendem Feuchtigkeitsanteil (z.B. Schweiß). Die Internationale Prüfungsgemeinschaft für angewandten UV-Schutz erarbeitete ein Prüfverfahren zur Kennzeichnung von UV geschützten Textilien. Die Forschungsinstitute Hohenstein, das Österreichische Textil Forschungsinstitut und das schweizerische Textilprüfungsinstitut "Testex" entwickelten den UV-Standard 801, der eine einfache Kalkulation über die Aufenthaltsdauer im Freien erlaubt. Mehr als ein wirkungsvolles Marketing-Konzept für die Textilpflegebranche entwickelte die BÜFA Reinigungssysteme GmbH & Co. KG, Oldenburg, mit ihrem „Sun-Block-System“. Die Produkte dieses Systems rüsten die Textilien während der Reinigungsbehandlung mit einem wirksamen Sonnenschutz aus. „Dabei ist kein zusätzlicher Arbeitsaufwand erforderlich“, unterstreicht BÜFA. „Der UV-Filter ist Bestandteil der Spezialreinigungsverstärker bzw. -waschmittel Secapur Sun-Block (für PER), Benzapon Sun-Block (für KWL) und Odopal Sun-Block (für Wasser) für die UV-Ausrüstung der gesamten Sommergarderobe. Untersuchungen bestätigen: Sie reduzieren die UV-Durchlässigkeit deutlich, selbst bei nasser Kleidung. Tragekomfort und Atmungsaktivität bleiben unvermindert. Damit die Betriebe offensiv mit dem „Zusatznutzen“ UV-Schutz in der Textilpflege werben können, liefert BÜFA kostenlos das erforderliche Plakat- und Prospektmaterial. www.buefa.de

Ärger mit beschichteten Textilien

Des einen Freud, des anderen Leid!

So ließe sich die Situation umschreiben, wenn es um beschichtete Textilien geht. Es gibt kaum noch Bekleidungsstücke, die nicht beschichtet sind - für Textilpflegebetriebe eine echte Herausforderung. Wie diese damit umgehen können, erläutert Textilpflege-Sachverständiger Dipl.-Ing. Heinrich Kreipe für die MultiVision.



Dipl.-Ing. Heinrich Kreipe

Von der Garderobe des täglichen Gebrauchs bis hin zur Abendkleidung, beschichtet sind sie fast alle. Die Beschichtungen befinden sich innen, außen und zwischen Gewebelagen eines Textils. Als Materialien werden hauptsächlich PVC, PC, Polyurethan und Wachs verwendet.

Diese Beschichtungsmassen sollen unter anderem Glanzeffekte erzeugen. Dafür werden zusätzlich Farben, aber auch Prägungen eingesetzt. Es gibt aber auch Innenbeschichtungen, die beispielsweise Oberbekleidung eine Daundichtigkeit verleihen sollen.

Kommen diese Artikel nun in den Textilpflegebetrieb, muss sich das Unternehmen nach der Pflegekennzeichnung richten. Eine einfache Warenschau, um die Empfindlichkeit des Materials zu erkennen, ist nicht möglich. Denn diese ist sehr stark von der Alterung der Beschichtung abhängig, was gleichbedeutend mit der Herabsetzung der Wasch- bzw. Reinigungsbeständigkeit ist.

Die ersten beiden Pflegebehandlungen übersteht das beschichtete Material in der Regel ohne Schaden, nicht jedoch eine dritte Bearbeitung.

Der Kunde schließt daraus: Der Textilpflegebetrieb hat einen Fehler gemacht! Das ist durchaus verständlich. Nun ist die Sachkunde des Personals im Reinigungsbetrieb gefordert, diese scheinbar unlogische Situation zu erklären. Aber selbst die sachlich fundamentiertesten Darlegungen werden den Kunden nicht restlos überzeugen, Zweifel bleiben.

In jedem Fall bietet es sich an, in diesen Gesprächen auch auf die verlängerte Gewährleistung des Textileinzelhandels hinzuweisen, die früher 6 und heute 24 Monate beträgt. Somit besteht eine größere Chance, einen Artikel dort zu reklamieren, wo er gekauft wurde. Vielleicht nutzt der Textilreinigungsbetrieb eine solche Reklamation auch, um einen Kontakt zum jeweiligen Textileinzelhändler herzustellen.

Ein wichtiger Hinweis: Nicht der Hersteller, sondern der Einzelhändler ist Vertragspartner des Kunden.

Internet-News

Was es heißt, Ärger mit beschichteten Textilien zu haben, weiß Ute Oehring aus ihrer langjährigen Textilpflegepraxis. Sie weiß aber auch: Wer sich schlau macht, kann Fehler vermeiden und bereits im Vorfeld erkennen, welche Probleme z.B. beschichtete Textilien mit sich bringen. Die engagierte Unternehmerin nutzt das zeitgemäße Medium „Internet“, um Informationen über die professionelle Textilpflege weiterzugeben. In ihrem neuen Monats-Special greift sie das Thema „Beschichtungen“ auf und gibt ausführliche Praxis-Tipps.

www.first-class-reinigung.de

Musterbrief an den Vermieter

Sehr geehrter Herr/Frau ...,

die Textilreinigungsbranche hat in dem Segment Privatkundengeschäft - unserem ausschließlichen Geschäftsfeld - im Jahre 2002 einen durchschnittlichen Umsatzrückgang in Höhe von 15 % hinnehmen müssen. Leider

sind auch wir von dieser Entwicklung nicht verschont geblieben. Unser Verband macht uns keinerlei Hoffnung auf eine Besserung im Jahr 2003.

Wir können unser Geschäft deswegen nur erhalten, in dem wir die Kosten radikal kürzen. Wir bitten Sie so höflich wie dringend darum, hierzu einen Beitrag zu leisten, in dem Sie uns bei der vereinbarten Miete einen Nachlass in Höhe von 15 % zunächst befristet bis zum Jahresende 2003 einräu-

men. Wir werden unaufgefordert im Januar 2004 die aktuelle Situation sowie die statistische Entwicklung der Branche vortragen mit der Bitte, dass Sie einen Beitrag zur Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens sowie für die Fortführung des Mietverhältnisses leisten können.

Im Voraus möchten wir uns für Ihr Verständnis bedanken.

Freundliche Grüße



Dr. Volker Schmid

BONN – Durchschlagenden Erfolg hatten die Mitglieder des DTV e.V., Bonn, die sich mit einem Musterbrief an ihre Vermieter gewandt hatten, um eine Senkung der Mietkosten zu bewirken. Sie waren dem Rat der Infostelle für Unternehmensführung im DTV gefolgt. „Es gab bisher keine negative Rückmeldung“, bestätigt Dr. Volker Schmid der MultiVision-Redaktion. „Mindestens 50 Betriebe waren definitiv erfolgreich. Wir haben die Stimmung genau getroffen und sind stolz darauf, unseren Mitgliedern diese Einsparung gebracht zu haben“, so Dr. Schmid, der gemeinsam mit Winfried Maier am 1. Januar 2003 die Infostelle übernommen hat. Bereits im April hatte die Infostelle die Empfehlung gegeben, mit dem Vermieter in Verhandlungen einzutreten und auf den aktuellen Umsatzrückgang in der Branche hinzuweisen. Der durchschnittliche Rückgang von 15% lasse sich nur durch radikales Kostenmanagement auffangen. Einer der größten Kostenblöcke sei die Miete. Aus vertraglichen Gesichtspunkten müsse sich ein Vermieter darauf nicht einlassen. Andererseits sei auch für ihn das Risiko relativ groß, in den Zeiten der allgemeinen Konsumunlust einen akzeptablen Nachmieter zu finden. Für alle, die ihre Forderung an ihren Vermieter ebenfalls schriftlich formulieren möchten, an dieser Stelle noch einmal der „Musterbrief“. Darüber hinaus steht die Infostelle des DTV bei der Ausarbeitung vertraglicher Vereinbarungen zur Verfügung. Auch dafür sind Mustertexte abrufbar. www.dtv-bonn.de

Mehr als saubere Betten

Verkaufen Sie Wohlgefühl

Es geht nicht allein um Hygiene; es geht vor allem um die Erhöhung der Lebensqualität, wenn wir unsere Heimtextilien einer regelmäßigen Tiefenreinigung oder Spezialwaschpflege unterziehen. Gemeint sind Decken, Gardinen, Vorhänge und Teppiche und - oder insbesondere – unsere Oberbetten. Denn, so richtig nett ist es tatsächlich nur im sauberen Bett. Frisch und flauschig verschafft es ein echtes „Wohlgefühl“. Und das ist ein überzeugendes Verkaufsargument.

Während die Kleiderpflege in unserem Kulturkreis selbstverständlich ist, gilt das für die Pflege von Oberbetten und Kopfkissen nicht zwangsläufig. Der vielleicht offensichtlichste Grund: Oberbetten, vor allem Federbetten und volumige Decken, lassen sich in der Haushaltsmaschine eher schlecht als recht waschen. Was dagegen spricht, die Betten in Profihände zu geben, lässt sich nur vermuten. Obwohl heute in erster Linie waschbare Betten gekauft werden, landen sie nicht grundsätzlich in der Haushaltsmaschine. Wenn sie ebenfalls nicht in die Betriebe kommen, liegt der Verdacht nahe: Sie werden nur sehr selten gepflegt. Nun sind es nicht nur Allergiker, die Wert auf Hygiene legen, aber ihre Betten nicht unbedingt in die viel zu kleine Haushaltsmaschine stopfen wollen (von der Trocknung ganz zu schweigen). „Jeder ist ein

potentieller Kunde“, sagt Roland Eilers (siehe Interview), der sich mit seinem „Betten-Geschäft“ ein bedeutendes Umsatzpotential sichert. Auch er unterstreicht: Vor dem Gewinn durch die zusätzliche Dienstleistung, die ja grundsätzlich zum Leistungsspektrum der Textilpflege gehört, steht die Kundeninformation. Dazu gehört das persönliche Gespräch ebenso wie professionelle Werbung und Öffentlichkeitsarbeit. Optimal ist eine gezielte Kombination. Wer Kunden gewinnen will, muss mit ihnen kommunizieren, und es gibt unterschiedliche Wege dies zu tun. Im Auftrag von iLSA Deutschland hat Marketing Service Schwarz, Melle, als Spezialist für die Textilpflege-

branche ein komplettes Werbepaket für die professionelle Bettenpflege erarbeitet: Werbeposter, Handzettel und Etiketten mit zeitgemäßen Motiven, Anzeigenvorlagen sowie umfangreiche Informationen zum Thema „Betten und Allergien“. Für die Ausarbeitung entsprechender Info- und Presstexte steht auch „Wort und Idee“ als kompetenter Ansprechpartner für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der Textilpflegebranche zur Verfügung. Entscheidendes Argument hinter allen Werbeaussagen ist ein gesundes Preis-Leistungsverhältnis, das auch für den Verbraucher nachvollziehbar sein muss. Wenn das stimmt, klappt es auch mit den Betten!



Betten-Reinigung

Ein echter Gewinn in Zahlen

Den Betten-Service mit marktgerechten, günstigen Preisen anbieten zu können, so dass er sich für den Textilpflegebetrieb in jedem Fall rechnet, ist keine Utopie. Es ist eine echte Chance, auf die eigene Leistungsvielfalt hinzuweisen und mit einem neuen „alten“ Produkt Umsatz zu machen“, sagt Dieter Kampmann, Geschäftsführer von iLSA Deutschland.

Ausgehend von einem Potential von **82.000.000 Betten** und einem Pflegezyklus **1 mal pro Jahr**, wobei viele Haushalte bereits über Sommer- und Winterbetten verfügen, setzen wir einen **Preis pro Pflege von € 20,00** für 1 Oberbett und 1 Kopfkissen an. Potentieller Umsatz von: **€ 1.640.000.000,00**

Das entspricht übrigens dem derzeitigen Gesamtumsatz in der Chemischreinigung in Deutschland. Notwendige technische



Ausstattung: Waschschleudermaschine und Wäschetrockner (jeweils 14 – 16 kg Beladepazität). Der Ertrag (Grenzkostenrechnung) entspricht rund 50% des Umsatzes.

Ertragsrechnung:

1 Charge	
(1 Bett + 1 Kopfkis.) = Erlös	€ 20,00
Kosten pro Charge:	
Umsatzsteuer	€ 2,76
Waschaktive Substanzen	€ 1,00
Wasser/elektr. Strom/Dampf	€ 0,54
Arbeitslohn (15 min à € 16,00)	€ 4,00
Abschreibung und Verzinsung	€ 1,50
	€ 9,80

Deckungsbeitrag auf Basis der Grenzkostenkalkulation pro Bett € 10,21

Wenn täglich 10 Betten bearbeitet werden, ergibt sich daraus ein Tagesertrag von € 102,10 das sind pro Monat: € 2.246,20

Gezielt Bedürfnisse wecken und Kunden ansprechen

Der Umsatz liegt in den Betten

Die Eilers Textilpflege GmbH, Morsum, wurde am 5. April 1971 von Heinz Eilers gegründet. Sohn Roland übernahm im letzten Jahr die alleinige Unternehmensführung des Zentralbetriebes mit acht Filialen, 10 Annahmestellen und 40 Beschäftigten. Ansässig ist das Unternehmen im sogenannten Speckgürtel von Bremen, einige Filialen sind jedoch auch ländlich geprägt.

MultiVision: Herr Eilers, Sie bieten den Bettenservice als Zusatzleistung in Ihrem Betrieb offensiv an und sind sehr erfolgreich damit, ist das richtig?

Roland Eilers: Der Bettenservice ist schon seit vielen Jahren in unserem Angebot, anfänglich haben wir nur durch Leistungstafeln in unseren Läden dafür geworben. Das Feedback unserer Kunden machte uns darauf aufmerksam, dass es hier einen größeren Bedarf gibt. Also sind wir in die Werbeoffensive gegangen, unterstützt durch den Marketing Service Schwarz, Melle. Durch gezielte Werbemaßnahmen wurde unser Bettenservice populär.

MultiVision: Was spricht für den Bettenservice in der Textilpflege-Praxis?

Roland Eilers: Die Ausführung der Bettenreinigung ist eine unkomplizierte Sache, wenn die notwendigen Maschinen vorhanden sind. Ein weiterer Aspekt ist der hieraus resultierende Wettbewerbsvorteil gegenüber Mitbewerbern, denen die maschinelle Ausstattung dafür fehlt. Im Gegensatz zur "Normalgarderobe" wächst der Anteil der Betten kontinuierlich und ist bei weitem noch nicht ausgeschöpft.

MultiVision: Sie gehen davon aus, dass das Bettengeschäft auch künftig ihre Umsätze fördert.

Roland Eilers: Garantiert, es ist ein dauerhaftes Umsatzpotential, das nicht im Privathaushalt erledigt werden kann. Zudem gewinnt der Bettenservice durch ein wachsendes Hygienebewusstsein der Bevölkerung auch im Hinblick auf Allergien immer mehr Bedeutung. Wir beobachten, dass sich die Kunden beim Kauf neuer Betten immer häufiger für waschbare bzw. kochbare Produkte entscheiden.

MultiVision: Heißt das, die Kunden wissen, dass sich ihre waschbaren Betten professionell optimal pflegen lassen?



Cornelia und Roland Eilers zeigen echtes Service-Profil mit Ihrem "Betten-Geschäft".

Roland Eilers: Das ist sicherlich so, unsere Werbung trägt dazu bei. Unsere Kunden wissen, auch durch Empfehlungen, dass unser Preis-Leistungs-Verhältnis stimmt. Positiver Nebeneffekt dieser Werbeaktionen: Die Verbraucher nehmen zur Kenntnis, dass die Textilpflege mehr kann als nur Garderobe zu reinigen.

MultiVision: Welchen Kundenkreis sprechen Sie an, haben Sie neue Kunden gewonnen?

Roland Eilers: Auf jeden Fall, inzwischen auch viele Leute, die sonst nicht in die Reinigung gehen. Der Bettenservice ist für jeden Haushalt interessant, jeder ist ein potentieller Kunde.

MultiVision: Wie werben Sie konkret?

Roland Eilers: Mit Plakaten in Schaufenstern, Aufstellern vor den Geschäften, und zielgerichteten Anzeigen. Dazu kommen Flyer, die wir den Kunden mitgeben. Die Zeitungswerbung versuchen wir themengebunden zu platzieren, beispielsweise zu Frühlingsfesten, in Sonderbeilagen zu Schützenfesten, Gewerbeschauen etc., um den Aufmerksamkeitsgrad zu erhöhen. Wichtig beim Bettengeschäft: Der Kunde muss bereit sein, sein Bett zu wechseln, von Sommer auf Winter oder umgekehrt. Wir erinnern ihn daran, indem wir unsere Werbeaktionen gezielt

und zum richtigen Zeitpunkt wiederholen. Unsere Erfahrung hat dabei gezeigt, dass Werbung professionell gestaltet sein muss, also lassen wir das auch von Profis machen.

MultiVision: Welche Voraussetzungen braucht ein Betrieb, um mit dem Bettengeschäft erfolgreich zu sein?

Roland Eilers: Maschinen und Trockner mit genügend Beladepazität, was in unserem Zentralbetrieb natürlich gegeben ist. Je nach Wetterlage müssen die Betten manchmal innerhalb eines Tages fertiggestellt werden. Wichtig ist eine sorgfältige Trocknung. Mit einem sauberen und flauschigen Bett verkaufen wir auch "Wohlgefühl". Kunden, die zufrieden mit ihrem frischen Bett nach Hause gehen, kommen garantiert wieder. Betriebswirtschaftlich muss die Bereitschaft vorhanden sein, ein gewisses Budget für Werbemaßnahmen festzulegen und einzusetzen, ohne innerhalb weniger Wochen messbare Erträge zu erzielen. Gute Reinigungsergebnisse und Kundenzufriedenheit müssen sich erst herumsprechen. Zusammen mit gezielten Werbemaßnahmen lässt sich dann das gewünschte Ziel erreichen.

MultiVision: Herr Eilers, vielen Dank für das Gespräch und weiterhin viel Erfolg mit Ihren Zusatzprodukten.



Änderungen in der VOC-Richtlinie

In der Präambel zur Richtlinie wird unter Punkt 20 festgehalten, dass für die „Trockenreinigung“ (Übersetzung der offiziellen Formulierung „Dry-Cleaning“) ein Null-Grenzwert angemessen ist, mit möglichen spezifizierten Ausnahmen.

- Artikel 5, Abs. 8 der Richtlinie bestimmt: Ein Emissionsgrenzwert von 20 mg/m³ Abluft bei Anlagen, die mit einem Lösemittel der Gefahrenklasse R 40 arbeiten (Per gehört dazu) darf nicht überschritten werden. Diese Vorschrift wurde für die Textilpflegebranche fallen gelassen und durch folgenden Text ersetzt: «Trockenreinigung: Gesamtemissionsgrenzwert 20 g/kg». Die Erläuterung präzisiert: «angegeben als Masse des emittierten Lösemittels je Kilogramm des gereinigten und getrockneten Produkts». Eine weitere Klarstellung erfolgt durch den nachfolgenden Text: „Der Emissionsgrenzwert nach Artikel 5, Absatz 8 gilt hier nicht“.

- Der letzte Entwurf sah für Neuanlagen einen Gesamtemissions-Grenzwert von 30 g/kg, und für bestehende Anlagen 20 g/kg vor. Der höhere Wert für Neuanlagen wurde fallen gelassen.

- In den ersten Entwürfen wurde der Begriff «flüchtige organische Verbindungen» nicht genau definiert, darunter sollten alle Verbräuche lt. Lösemittel-Bilanz erfasst werden. CINET überzeugte: Das Lösemittel, das sich in den Destillierrückständen befindet, ist nicht flüchtig, sondern wird entweder zurückgewonnen, wieder aufbereitet und wiederverwendet, oder ohne Belastung für die Umwelt entsorgt. Bei den Entwürfen dieser Richtlinie arbeiteten CINET und ECSA in enger Verbindung mit der „European Solvents Volatile Organic Compounds Co-Ordination Group (ES-VOC-CG)“ zusammen. Dies ist das europäische Gremium, das die Einsprüche und Änderungsvorschläge aller Branchen, die mit Lösemittel arbeiten und durch die Richtlinie betroffen sind, koordiniert hat.

www.cinet-online.net

EUROPA

Presto Shop – Nettoyage à Sec

Klares Design für eine klare Linie

LUXEMBURG - Topmodern und mit einem klaren Design präsentiert sich der „Presto-Shop“ im ebenfalls neu gestalteten CORA Einkaufszentrum in Foetz. Seit 1976 gibt es hier den Textilpflegebetrieb, seit dem letzten Jahr in völlig neuer Optik und technisch optimiert.

„Die anderen Presto-Shops werden folgen“, informiert Andre Medernach, Inhaber der insgesamt sechs „Presto Shop – Nettoyage à Sec“-Betriebe. Seine Eltern hatten das Unternehmen im Jahre 1957 gegründet, in dem er seit 1966 aktiv

ist und das er seit 1988 leitet. Dienstleistungen des Presto Shop: Reinigung, Wäscherei, Pflege von Teppichen, Leder, Gardinen, eben alles, was zur Textilpflege gehört, einschließlich des Hemdenservice. Auch in Luxemburg stagniert das Geschäft mit der Textilpflege. „Ein 24 Stunden-Service ließ sich im Einkaufszentrum zwar nicht umsetzen“, informiert Medernach, „da dies um 20.00 Uhr schließt.“ Bis dahin haben die Kunden jedoch die Möglichkeit, ihre

Garderobe abzugeben. Neue Betriebe wird es in Luxemburg in absehbarer Zeit nicht geben, prognostiziert Medernach. KWL-Maschinen seien Vorschrift. Die KWL-Technik von iLSA war für ihn die überzeugende Lösung. Volker Schulke stand als selbstständiger Handelsvertreter und iLSA Deutschland-Partner bei der Installation der Maschinenteknik kompetent zur Seite. „Der Blick über die Grenzen“, so Schulke, „befruchtet immer beide Seiten. Wir müssen längst europäisch denken und doch stets die spezifischen Gegebenheiten des jeweiligen Landes berücksichtigen“, betont Schulke.



Ein völlig neues Design für die Presto Shops in Luxemburg

iLSA S.p.A. in Las Vegas

Hochleistungstechnik für den US-Markt

BOLOGNA/ITALIEN - Während in Italien die meisten Menschen ihren Urlaub am Meer verbringen, sind Repräsentanten und Mitarbeiter/innen der Firma iLSA S.p.A., Bologna, auf der wichtigsten internationalen Fachmesse dieses Jahres vertreten: Vom 11. bis 14. August 2003 auf der Clean in Las Vegas.

Auf einer Ausstellungsfläche von 280 m² (Stand-Nr. 1456) präsentiert der italienische Maschinenhersteller seine umfangreiche Produktreihe unter dem Markennamen „Columbia“. iLSA ist seit 1982 in den USA vertreten, seit 1995 mit einer eigenen Niederlassung in New York. Für die schnelle Bedienung des US-Marktes sorgt ein umfangreiches Maschinen- und Ersatzteillager. Speziell auf die Bedürfnisse des US-Marktes zugeschnitten ist die iLSA-Reinigungsmaschinen-Technologie, die einen sicheren und emissionsarmen Umgang mit Perchllorethylen ge-

währleistet, aber auch Lösungen für den Einsatz alternativer Lösemittel bietet. iLSA war das erste Unternehmen in den USA, deren Permaschinen im Jahr 2002 vom Ministerium für Umweltschutz in New York zertifiziert wurden, was notwendig ist, um die Maschinen in diesem Staat verkaufen zu dürfen. In den USA werden Textilpflegemaschinen generell über eine zentrale Dampfversorgung betrieben; gefragt sind daher Maschinen mittlerer und großer Beladepazität mit hoher Produktivität und kurzen Chargenzeiten. Diesen Forderungen wird iLSA insbesondere mit ihrer optimierten "BW"-Technologie mit axialer Trocknungsluftführung durch spezielle, patentierte Beladetüren gerecht. Weitere technische Neuheiten, die schon auf der Expo Detergo zu sehen waren: Der IL 3 Computer mit Touch Screen und der Online-Service. Der Erfolg der Messe, so iLSA Italien, gelte als vielversprechend.

Textilpflege im internationalen Überblick

Ein Blick über den Tellerrand ins Euroland!

„Es sind letztlich die gesetzlichen Rahmenbedingungen, die über das Wohl und Wehe der Branche in der Europäischen Union entscheiden“, sagt Théo Lagrange. Der CINET-Präsident gibt einen interessanten Überblick über die Situation im vereinigten „Euroland“.

Die VOC-Richtlinie (VOC, zu deutsch flüchtige organische Verbindungen) ist das entscheidende Papier für die gesamte Industrie, die sich mit Chemikalien beschäftigt. Unter Mitwirkung von CINET und als Ergebnis der CINET-Einsprüche und Änderungsvorschläge wurden für die Textilpflegebranche wichtige Änderungen erreicht, welche die Richtlinie zu einer realistischen Grundlage machen, auf der die Betriebe heute arbeiten können. Der Erfolg der Betriebe in Zukunft hängt darüber hinaus von einer Reihe weiterer Faktoren ab, unterstreicht Théo Lagrange. Das sind zum einen die unterschiedlichen Dienstleistungs- bzw. Betriebsformen (siehe Kastentext). Die deutschsprachigen Länder sowie Skandinavien und die Niederlande sind, was den Stand der Technik betrifft, sicherlich am weitesten fortgeschritten, das ist nicht zuletzt auf die strengen Umweltauflagen zurückzuführen. Die Menschen der Länder mit romanischen Sprachwurzeln, besonders im Mittelmeerraum, sehen die Dinge grundsätzlich etwas lockerer und halten Umweltschutzmaßnahmen oft für überzogen.

BELGIEN nimmt eine Sonderstellung ein. Es ist kein homogener Staat, sondern eine Föderation mit drei unterschiedlich-

en Verwaltungen: Flandern, Wallonien und Brüssel-Hauptstadt. Ebenso wenig homogen ist die Branche mit einem Dachverband, in dem sprachliche Abgrenzungen und lokalpatriotische Profilierungsversuche zu Unstimmigkeiten führen. Zu allem Überfluss gibt es regional unterschiedliche Umweltvorschriften.

DÄNEMARK hat größtenteils gut ausgestattete Betriebe, mit einem hohen Qualitätsstandard. Die Preise sind entsprechend hoch; die Dänen begründen dies mit überhöhten Anforderungen an den Umweltschutz und sehr hohen Lösemittelpreisen. Die im vergangenen Jahr abgelöste Regierung hatte bzgl. der Grenzwerte die Daumenschrauben angezogen. Bei der jetzigen liberal-konservativen Regierung wird es für die Branche unter Umständen Erleichterungen geben, Verhandlungen mit den Behörden sind in vollem Gange. Hier konnte CINET in Zusammenarbeit mit ECSA mit einer Akte voller überzeugender Argumente aushelfen.

In **FINNLAND** ist die Situation ähnlich wie in Dänemark, mit dem Unterschied, dass ein Großbetrieb eine herausragende Stellung am Markt einnimmt. Das Preisniveau ist extrem hoch.

FRANKREICH ist das klassische Franchise-Land. Discount-Reinigungen wirkten Ende der 90er Jahre das beschauliche Gewerbe gehörig durcheinander. Die etablierte Franchise-Kette „5 à Sec“ beherrscht den nationalen Markt mit einem einfachen System: Niedrige Einheitspreise für alle Standardartikel, kurze Lieferzeiten, ein stark automatisierter Betriebsablauf und somit niedrige Lohnkosten. „5 à Sec“ hat 1.400 Betriebe weltweit.

Probleme haben die Franzosen mit der neuen Verordnung „arrêté 2345“. Alle Maschinen unterliegen einer nationalen Zertifizierung, was bislang allerdings sehr locker gehandhabt wurde. Die erforderliche nachträgliche Zertifizierung kostet nun eine Menge Geld und kann bisher ausschließlich vom Forschungsinstitut CTTN in Lyon durchgeführt werden. Die Branche, besonders die Maschinenhersteller aus Italien, wehrt sich entschieden gegen diese Regelung.

DEUTSCHLANDS Zahlen sind alarmierend: In den 80er Jahren gab es noch ca. 7.500 Betriebe, 2001 nur noch 3.750. Die Zahl der Beschäftigten sank von 1986 bis 1999 von 75.000 auf 37.000. Auch das war nicht das „Ende der Fahnenstange“, 2002 gab es nur noch 3.590 Reinigungsbetriebe.

In **GROSSBRITANNIEN** beherrschen zwei Großunternehmen den Markt, die Johnson-Gruppe und Sketchley, sowie die beiden weniger großen Safeway und Brooks. Die Konkurrenz ist hart, aber nicht immer britisch fair. Beispiel: Eine Firma, die Nassreinigungs-Systeme vertreibt, hatte im Anschluss an einen „Lancet“-Artikel über Krebsgefahr bei Per ein Horror-Szenario gegen Per vom Stapel gelassen. Ein gefundenes Fressen für die Öko-Lobby! Heute herrscht erfreulicher Weise wieder Ruhe an der Lösemittelfront. Die Johnson Gruppe hat z.Zt. in Großbritannien 504 Betriebe, die meisten arbeiten mit Per, lediglich 20 mit KWL-Systemen, 5 sind GreenEarth-Betriebe in der Praxiserprobung.

GRIECHENLANDS Betriebe in den Großstädten sind erst teilweise modernisiert, oft wird noch mit White-Spirit ge-

Kriterien für zeitgemäße Betriebsformen

Bei der „Reinigung im Verbrauchermarkt“ beispielsweise sind Größe des Marktes und durchschnittliche Verweildauer des Kunden bedeutend, eine schnelle Lieferung sollte vorrangig sein. Optimal ist, wenn der Kunde seine Garderobe beim Eintritt in den Markt abgeben und beim Verlassen wieder abholen kann. Wichtig: Permaschinen werden hier immer seltener zugelassen; KWL ist eine ausgezeichnete Alternative. Wichtige Voraussetzung für die „Reinigung in der Innenstadt“ sollte sein, dass die Anlaufstelle ohne Schwierigkeiten entweder mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder im Individualverkehr erreichbar ist. Wichtige

Kriterien: Fußläufigkeit, Haltestellen und Parkmöglichkeiten. Die individuelle Kundenbetreuung ist für „Reinigungen im Wohngebiet“ wesentlich bedeutender als Lieferzeiten. Gut geführte Geschäfte in Wohngebieten sind absolut wettbewerbsfähig. Was den „Zentralbetrieb mit Annahmestellen“ betrifft, ist zwischen «lauwarmen» und «kalten» Filialen zu unterscheiden. Vorteil der lauwarmen Filialen: Kleine Bügelfehler, übersehene leichte Flecken oder Appreturränder können nachgebessert werden; vorausgesetzt, die Annahmestelle hat mindestens einen Bügelplatz mit Detachierpistole. Kalte Annahmestellen sind nicht mehr zeitge-

mäß. Der Zentralbetrieb muss perfekt ausgestattet sein, um bestmögliche Lieferzeiten zu garantieren. Der Transport der Ware bei dem heutigen Verkehrsaufkommen ist ein logistisches Problem, das viele Betriebe lösen, indem sie nachts ausliefern. Ein Vorteil des Zentralbetriebes mit Annahmestellen: Der Inhaber muss den Auflagen des Umweltschutzes nur an einer Stelle gerecht werden! (Weitere Vorteile sieht Théo Lagrange jedoch nicht.) Alle Betriebe müssen sich künftig marktgerecht positionieren. Dazu gehören zeitgemäße Marktstrategien und informative Öffentlichkeitsarbeit.

arbeitet. Kredite sind sehr teuer, die Versorgung mit Lösemitteln ist oft problematisch. Es gibt fast ausschließlich kleine Familienbetriebe. Betriebe mit mehr als drei Angestellten sind die Ausnahme. Die griechischen Fachleute beklagen die mangelnde Pflegekennzeichnung. Außerdem seien die europäischen „Fleischthöpfe“, sprich Kredite, für sie schier unerreichbar.

In der Republik **IRLAND** gibt es ausschließlich Familienbetriebe in Stadtregionen und fast nur Perbetriebe. Die Nassreinigung ist in Ansätzen vorhanden.

ITALIEN hat für 57,3 Mio. Einwohner rund 25.000 Reinigungen, 1 Reinigung im Schnitt also ein „Einzugsgebiet“ von knapp 2.300 Einwohnern. Eine für uns unglaubliche Konstellation, jedoch mit einem realen Hintergrund: Im Jahre 1960 wurde ein Gesetz erlassen, das Betrieben, die Maschinen mit einer maximalen Beladepazität von 10 kg installierten, wirtschaftliche Vorteile bot. Viele Kleinbetriebe und Fabriken entstanden, besonders im Raum Bologna, die solche Maschinen herstellen. Bei dem italienischen Fiskalsystem können die meisten Reinigungsbetriebe trotzdem relativ unbeschadet

überleben. Die Umweltauflagen werden in der Regel als „unverbindliche Hinweise“ betrachtet. Die Italiener haben hier eine Überlebensstrategie entwickelt, die ihresgleichen sucht.

LUXEMBURG ist klein, aber wirtschaftlich gesehen ein Riese. 190 Banken aus aller Welt machen Luxemburg zum Steuerparadies. 5 à Sec hat hier die Nase vorn mit 17 von insgesamt 38 Betrieben.

Die **NIEDERLANDE** ist ein Land am Wasser mit daher strengen Vorschriften zum Schutz des Erdreichs und des Grundwassers. Ehe ein Bauwerk erstellt werden darf, erfolgt stets eine sorgfältige Untersuchung des Baugrundes. Wegen hoher behördlicher Auflagen ist die Zahl der Reinigungen relativ gering. Es gibt in der Regel gut ausgestattete Betriebe. Rynex wird dort abschließend getestet, ebenso GreenEarth. CO2 ist bei TKT in der intensiven Erprobung.

Über **ÖSTERREICH** haben wir nur äußerst spärliche Informationen. Dort gibt es hin und wieder Schaukämpfe mit Greenpeace und ab und zu spektakuläre Auseinandersetzungen mit skurrilen Professoren.

Aktuelle Forschung

wfk-Conference

Vom 18. bis 21. Mai 2003 fand in Düsseldorf die 41st International wfk-Detergency Conference statt. Etwa 80 Referenten stellten den rund 370 Teilnehmern aus aller Welt neueste Erkenntnisse über Grundlagen der Reinigungstechnologie, Reinigung im Haushalt, gewerbliche Textilpflege, Reinigung harter Oberflächen sowie Aufbereitung medizinischer Instrumente vor.

Die Proceedings der 41st IDC sind beim wfk-Forschungsinstitut erhältlich.

Die International wfk-Detergency Conference (IDC), ehemals wfk-Referatetagung, wird seit 1949 vom wfk-Forschungsinstitut für Reinigungstechnologie an der Hochschule Niederrhein veranstaltet. Im Laufe der vergangenen 54 Jahre wurden die Arbeitsgebiete des Instituts sowie der wfk-Konferenz kontinuierlich erweitert.

www.wfk.de

Kontakte zu **PORTUGAL** gibt es kaum. Bemühungen über UEAPME, die Organisation der KMU, Verbindungen herzustellen, waren erfolglos.

In **SPANIEN** führten die Reiniger bis zum Erscheinen von Franchise-Ketten Anfang der 90er Jahre ein sehr beschauliches Dasein. Als aber die Ketten „5 à Sec“, „Vit sec“ und „Presto“ sich besonders in Verbrauchermärkten installierten, wehte plötzlich ein anderer Wind. Die Kunden hatten schnell begriffen, dass sie zu einem attraktiven Preis eine annehmbare Qualität geboten bekamen.

SCHWEDENS Situation ist ähnlich wie die in Finnland. Die Großstädte des Südens bestimmen das Tempo.

Wie immer die Situation der Branche in den einzelnen Ländern aussieht, die von Théo Lagrange zusammengetragenen Daten aus den Textilpflegeverbänden der CINET-Mitgliedsländer machen deutlich: Es hat sich eine Menge getan, aufgrund neuer Erkenntnisse und einer ausgefeilten Maschinenteknik im Sinne des Umweltschutzes. CINET ist daran maßgeblich beteiligt und gibt auch künftig Hilfestellung auf internationaler Ebene.



Zitat Théo Lagrange:

„Die heutigen Generationen sind imperativ aufgerufen, den kritischen Ist-Zustand unserer Natur zu analysieren, aus den Fehlern der Vergangenheit zu lernen und ausdrücklich danach zu trachten, diese nicht zu wiederholen.“

Es ist zu spät, aus profilneurotischen Erwägungen heraus alte Positionen hartnäckig zu verteidigen, denn die nackte Wirklichkeit hat diese Positionen vielfach ad absurdum geführt.

Wir müssen deshalb nach wie vor bereit sein, den Dialog mit allen Kreisen zu führen, denen der Schutz der Umwelt ein Anliegen ist und zwar vorbehaltlos und vorurteilsfrei. Wir sind dazu bereit und bieten unsere Kooperation an.“

Ältester Bügler der Welt

103 Jahre alt - kein Grund aufzuhören

Er ist 103 Jahre alt. Für ihn gibt es keinen Grund, seine Lieblingsbeschäftigung aufzugeben, mit der er sich in den vergangenen Jahrzehnten seinen Lebensunterhalt verdient hat. Clarence Booker ist mit größter Wahrscheinlichkeit der älteste Bügler weltweit. Sollten wir uns irren, bitten wir um Korrektur.

Leider kennen wir ihn nicht persönlich, seine Geschichte jedoch aus der amerikanischen Fachzeitschrift „National Clothesline“, deren Redaktion uns das Foto zur Verfügung stellte. An seinem Geburtstag im März, so verrät National Clothesline, hatte sich Clarence Booker einen halben Tag frei genommen, nachdem sein Arbeitstag bei „Leto's Cleaners“ wie üblich im Morgengrauen begann. Den wesentlichen Unterschied machte an diesem Tag das Fernseh-Team, das den Mann ins Rampenlicht stellte. Immerhin ist ein 103. Geburtstag keine Alltäglichkeit und Frank Leto, Inhaber des gleichnamigen Textilpflegebetriebes in Huntington Valley in Philadelphia, hätte wohl kaum etwas dagegen gehabt, wenn sich sein zu-



Auch im stolzen Alter von 103 bügelt er unverdrossen weiter. Herzlichen Glückwunsch Mr. Booker.

verlässiger Mitarbeiter an diesem Tag frei genommen hätte. Auch mit dem nennenswerten Alter Bookers hat Frank Leto nicht die geringsten Probleme. Während andere Arbeitgeber bereits besorgt waren, als dieser seinen 80sten Geburtstag überschritten hatte, ist Leto einfach der Meinung: „Wenn du deinen Job machen kannst, spielt es keine Rolle, wie alt du bist.“ „Ich habe schon immer gearbeitet“, sagt Clarence Booker im Gespräch mit

National Clothesline. Im Alter von 12 Jahren hatte er damit begonnen und nie wieder aufgehört. Seine zitternden Hände werden absolut ruhig in dem Moment, in dem er das Bügeleisen hochnimmt und beginnt ein Kleidungsstück zu bearbeiten, schreibt National Clothesline. Die jahrzehntelange Übung ist in Fleisch und Blut übergegangen.

Rezept



Nudelsaucen

Wenn „frau“ so vielbeschäftigt ist wie Ute Oehring, bleibt wenig Zeit zum Kochen. Oft muss es einfach schnell gehen, aber gut schmecken soll es trotzdem. Dann gibt es im Hause Oehring Nudeln mit einer leckeren Sauce, von der engagierten Textilpflege-Unternehmerin ruckzuck zubereitet. Leicht und lecker im Sommer sind die fruchtigen Saucen, deren Blitz-Rezepte sie hier verrät.

Würzige Tomatensauce

Speck und Zwiebel in der Pfanne gut braun anbraten, 1/4 l Wasser oder Gemüsebrühe dazu, ein „Kartöngchen“ Knorr-Tomatensauce (aus dem Dreierpack) hinzufügen und aufkochen. Das Wichtigste: Eine saure Gurke oder mehrere Cornichons in feine Scheibchen schneiden und nach dem Aufkochen hinzufügen. Fertig ist die köstliche Tomatensauce, die durch die Aromastoffe der Gurken besonders fruchtig wird.

Thunfisch-Zitronensauce

Ein Päckchen „Helle Soße“ nach Anleitung zubereiten. Den Saft einer frisch gepressten Zitrone und das Fruchtfleisch (ohne Kerne) hinzufügen, kurz aufkochen lassen. Dann eine Dose Thunfisch im eigenen Saft (gut abgetropft) hinzufügen. Achtung: Nicht mehr rühren, damit der Thunfisch nicht zerfällt. „Die genaue Dosierung des Zitronensaftes ist reine Geschmacksache und erfordert ein bisschen Übung“, erklärt Ute Oehring. Unser Tipp: Probieren Sie es einfach einmal aus, es kostet nicht viel Zeit. Guten Appetit!

Ute Oehring ist Inhaberin der First-Class-Reinigung in Eschweiler, einem Unternehmen mit mehr als 125 Jahren Textilpflegegeschichte. www.first-class-reinigung.de

Resonanz

Interessante Reklamationsfälle

Ihre Zeitschrift „MultiVision“ finde ich sehr gut, schreibt Alfred Phillipp, Inhaber eines Wäscherei- und Reinigungsbetriebes in Triberg.

Vielen Dank für das Kompliment. Wir freuen uns über positive Resonanz. Besonders wichtig sind uns darüber hinaus die Anregungen und Meinungen unserer Leser/innen zu den Inhalten unserer Kundenzeitschrift. Den Wunsch von Alfred Phillipp, auch über das Thema Reklama-

tions- und Schadensfälle zu berichten, haben wir umgehend aufgenommen. Dipl.-Ing. Heinrich Kreipe steht uns dabei künftig als Sachverständiger und kompetenter Partner zur Verfügung. (s.S.9)

Alles zum Thema Nassreinigung

Anja Guthan aus Magdeburg absolviert gerade ihre Ausbildung zur Textilreinermeisterin. Sie liest mit Interesse die MultiVision und hat Informationsbedarf zum Thema Nassreinigungsverfahren und -systeme, insbesondere bezüglich der Kostensituation in der Praxis. „Das

Thema ist einfach topp aktuell“, sagt sie. „Die Betriebe werden in der Zukunft sicherlich mehr waschen als reinigen.“ In der Dezember-Ausgabe der MultiVision 2002 haben wir uns zuletzt ausführlich damit befasst. („Ausgereifte Nassreinigungs-Technik - Profi-Systeme für Profis“ von Eckhard Treyße, MultiVision Nr. 51, Seite 10 und 11). Die Nassreinigung ist und bleibt ein aktuelles Thema in der MultiVision. In dieser Ausgabe geht es schwerpunktmäßig um zusätzliche Dienstleistungen bzw. Zusatzprodukte in der Textilpflege. Professionelle Nassreinigungssysteme schaffen die Voraussetzung, lukrative Angebote machen zu können.

**SO RICHTIG NETT
IST'S NUR IM
FRISCHEN
BETT!**

JEDER FREITAG IST BETTENTAG!
Auch Ihr Bett wird wieder
frisch, sauber, flauschig und kuschelig.

Gebrauchtmaschinen

1 Böwe K 540, mit Destillation, Füllmenge 20 kg, HD, Bj. 94
1 Böwe P 532, Füllmenge 16 kg, HD, Bj. 92
3 Böwe P 540, Füllmenge 20 kg, HD/EL, Bj. 91/93/94
Alle Maschinen entsprechen der 31. und 2. BlmschV



Brigitte Bachmann
Gerdener Str. 71
49324 Melle
Tel. 0 54 22 / 10 00
Fax 0 54 22 / 1 00 48
www.ilsa-d.de

Lust auf saubere Betten?

Sprechen Sie Ihre Kunden/innen gezielt an. Marketing Service Schwarz, Melle, hat attraktive Werbepakete, unter anderem auch für die professionelle Bettenpflege und die lukrative Pflege von Pferdedecken zusammengestellt: Poster, Handzettel und Etiketten mit zeitgemäßen Motiven, Anzeigenvorlagen und umfangreiche Kundeninformationen. Ihr Werbeprofi:
Tel. 0 54 22 / 4 21 57
Fax 0 54 22 / 95 91 13
e-mail: mv@ms-schwarz.de

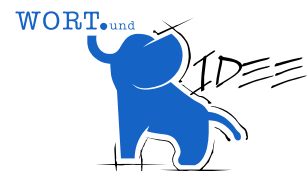
Gebrauchtmaschinen

1 MULTIMATIC S 240 KWL, mit Destillation, Füllmenge 12 kg, HD, Bj. 96
1 MULTIMATIC S 320 KWL, mit Destillation, Füllmenge 16 kg, HD, Bj. 94
1 MULTIMATIC 500 KWL Markant, mit Destillation, Füllmenge 25 kg, HD, Bj. 95
2 MULTIMATIC PHOENIX 420 KWL, mit Dest., Füllmenge 21 kg, HD/EL, Bj. 94/95
1 MULTIMATIC PHOENIX 500 KWL, mit Destillation, Füllmenge 25 kg, HD, Bj. 95
1 MULTIMATIC PHOENIX 640 KWL, mit Destillation, Füllmenge 32 kg, HD, Bj. 95

1 MULTIMATIC M 320 S, Füllmenge 16 kg, EL, Bj. 93
1 MULTIMATIC PHOENIX 320, Füllmenge 16 kg, EL, Bj. 93
2 MULTIMATIC PHOENIX 420, Füllmenge 21 kg, EL, Bj. 93/94
1 MULTIMATIC PHOENIX 640, Füllmenge 32 kg, HD, Bj. 94
1 MULTIMATIC PHOENIX 1000, Füllmenge 50 kg, HD, Bj. 95
Alle Maschinen entsprechen der 31. und 2. BlmschV



Brigitte Bachmann
Gerdener Str. 71
49324 Melle
Tel. 0 54 22 / 10 00
Fax 0 54 22 / 1 00 48
www.ilsa-d.de



Wort und Idee
by Gabriele Rejschek-Wehmeyer

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
für die Textilpflegebranche

Fahrenkampstr. 38 - 32257 Bünde
Fon & Fax 0049 5223 188379
e-mail: info@wortundidee.de

Gebrauchtmaschinen

2 UNION Starlet 280 KWL, mit Filtermodul, Füllmenge 14 kg, HD/EL, Bj. 99
1 UNION 380 KWL SENZA V, mit Filtermodul, Füllm. 19 kg, EL, Bj. 97
1 UNION 400 KWL MARKANT V, mit Filtermodul, Füllm. 20 kg, EL, Bj. 97
1 UNION 500 KWL MARKANT V, mit Destillation, Füllmenge 25 kg, HD, Bj. 98
Firbimatic Theorema 384 (Per), Füllmenge 18 kg, EL, Bj. 97
Alle Maschinen entsprechen der 31. und 2. BlmschV



Brigitte Bachmann
Gerdener Str. 71
49324 Melle
Tel. 0 54 22 / 10 00
Fax 0 54 22 / 1 00 48
www.ilsa-d.de