



MultiVision



DIE MULTIMATIC-STORY

Eine Marke macht den Markt

VOM WERT DER MARKE

Qualität als Orientierungshilfe

ZUSATZLEISTUNG FÜR PROFIS

Lederkombi jetzt in die Waschmaschine

Wir bleiben mehr als Standard Gemeinsam Markt machen



Wir alle wollen Gewinner sein, dort, wo wir uns besonders anstrengen oder davon ausgehen, besser zu sein. Je höher wir die eigene Messlatte legen, um so schwieriger wird es, um so größer ist aber auch das Erfolgserlebnis, wenn wir es *geschafft* haben. Eine Marke zu etablieren und über 40 Jahre lang zu führen, ist ein Erfolg, der nicht von heute auf morgen erreicht wird. Gerade deshalb haben wir einen guten Grund zum Feiern, wenn wir vom 9. bis 11. September 2005 unsere Kunden, Freunde und Geschäftspartner einladen, um im Jahr unseres Markenjubiläums den neuen Multimatic-Showroom in Melle offiziell zu eröffnen. Offiziell eingeführt wird mit unserer Hausausstellung auch unser neuer Firmenname mit neuem, dynamischem Logo:

Multimatic iLSA Deutschland GmbH.

Diese Umbenennung ist eine logische und folgerichtige Entscheidung aufgrund der Marktbeobachtung, dass die Produkte aus unserem Hause immer noch in erster Linie mit dem Markennamen Multimatic verbunden werden, trotz erfolgreicher und führender Marktpräsenz als iLSA Deutschland GmbH.

Für uns ist das die Bestätigung, dass die Marke Multimatic seit ihrer Gründung den Markt nachhaltig erobert hat; da Konsequenz auf allen Ebenen unseres Handelns für uns oberste Prämisse ist, haben wir nun die Marke vor den bisherigen Firmennamen gesetzt.

Unseren Erfolg haben wir nicht allein erzielt. Natürlich schaffen unsere verlässlichen Zulieferer aus der Industrie, unsere kompetenten, bundesweit vertretenen Vertriebs- und Technikpartner und nicht zuletzt die erfahrenen Mitarbeiter/innen in der Ser-

vicezentrale in Melle die Grundlage dafür; es waren und sind aber vor allem unsere zahlreichen Kunden, die dank langjähriger Geschäftsbeziehungen eine ebenfalls solide Basis darstellen.

Gemeinsam zu gewinnen, bleibt unser Ziel, ebenso wie der Erhalt unseres Warenzeichens als Synonym für Qualität und Leistungsstärke. Unsere *Marke* feiert 40. Geburtstag, und das gesamte Multimatic-Team ist entschlossen, diesen renommierten Markennamen erfolgreich weiterzuführen.

Die Textilpflege bleibt eine Dienstleistung mit Zukunft und Multimatic der Servicepartner der Wahl mit sicherer, zuverlässiger und wirtschaftlicher Markenqualität.

Wir bleiben mehr als Standard und freuen uns auf Sie in Melle,

Ihr Dieter Kampmann

MultiVision verleiht den »Goldenen Kleiderbügel«

Die

Redaktion der **MultiVision** zeichnet folgende Betriebe in diesem Jahr mit dem »Goldenen Kleiderbügel« aus. Alle acht im Folgenden alphabetisch genannten Betriebe tragen auf besondere Weise zur Bereitstellung und Sicherung der Dienstleistung Textilpflege bei. Sie alle haben sich auf ihre eigene Kreativität und die eigenen Ressourcen besonnen und besondere Anerkennung verdient:

Superstar mit Improvisationstalent: Daniel Moniri, Goldstück Textilpflege, Düsseldorf; **Superstar für Imagewerbung der besonderen Art:** Meinrad Himmelsbach, Reinigung Färberei Himmelsbach, Freiburg; **Superstar in Sachen Marketing und originelle Werbung:** Oskar Kirchner, Textilpflege Kirchner, Rödelmaier; **Superstar mit bester technischer Eigenentwicklung im Bereich Wäscherei:** Gerhard Gruner, Krankenhauswäscherei KEH, Berlin; **Superstar in Sachen Mitarbeitermotivation »Teamegeist macht stark!«:** Peter Gierling, Textilreinigung Kruppe, Leverkusen; **Wäscherei der Superstars:** Hans Jürgen Topf, Rock'n Roll Laundry, Ludwigshafen; **Superstar mit unternehmerischem Mut:** Ahmad Nourifar, Roland Textilreinigung, Bremen; **Superstar der vielseitigen Ideen: »Mehr als ein Erfolgsrezept«:** Hans Ziegltrum, Textilreinigung

Ziegltrum, Altdorf. **Ganz herzlichen Glückwunsch an alle Gewinner!**

- **Atupack zeigte
Profileistungen**
Seite 4
- **Preiswert Leder waschen**
Seite 7
- **Gemeinsam Erfolge feiern**
Seite 9
- **Die Multimatic-Story**
Seiten 10|11
- **Die Seitz Familie**
Seite 17
- **TEXfit – Erfolg im Verbund**
Seite 19
- **Vom Wert der Marke**
Seite 20
- **Herrenmode mal ganz
›Anders‹**
Seite 21
- **125 Jahre – sauber!**
Seite 22
- **Gesetze für
Textilpflege-Profis**
Seite 23



Dieser Multivision
liegt ein Exemplar
von Reiniger@work
bei. Falls nicht,
bestellen Sie jetzt
per Email:
info@reiniger-at-
work.de

Liebe Leserin, lieber Leser!

Gemeinsam zu gewinnen, bleibt unser Ziel! Dieser Aussage Dieter Kampmanns schließt sich die Redaktion **MultiVision** an. Auch wir haben uns dazu entschlossen, unsere im letzten Jahr offensiv gestartete Superstar-Aktion noch einmal neu zu definieren. Ausschlaggebend war die Auswertung der eingeschickten Bewerbungen; von den rund 40 Interessenten hatten insgesamt acht Betriebe ihre innovativen Aktivitäten schriftlich erklärt und uns vor die Qual der Wahl gestellt. Sehr schnell waren wir jedoch einer Meinung: Sie alle haben nennenswerte Leistungen vorzuweisen und allen gebührt Lob für ihre besonderen Anstrengungen, die zur Sicherung der Dienstleistung Textilpflege beitragen. Mit ihren Bemühungen schreibt jeder einzelne dieser acht Betriebe ein Stück Erfolgsgeschichte der Dienstleistung Textilpflege der Gegenwart (mehr darüber in der kommenden **MultiVision**).

Vielleicht macht sie das nicht unbedingt zu Superstars, aber angesichts der immer schwieriger werdenden Branchensituation darf es uns darum gar nicht gehen. Näher zusammenzurücken, trotz kritischer Wettbewerbssituation, in der sich viele Betriebe an einem Ort befinden mögen, muss es unser Ziel bleiben, gemeinsam zu gewinnen. Jeder einzelne Betrieb der schließt, für den es keine gesicherte Nachfolge gibt, trägt dazu bei, dass die Dienstleistung Textilpflege nicht nur aus dem Umfeld des Verbrauchers, sondern auch aus seinem Bewusstsein verschwindet. Dann ist der Weg zur hauseigenen Waschmaschine immer der kürzeste und bequemste.

Ihre *Gabriele Bisschel-Wehmer*



Atupack Hausausstellung zeigte Profileistungen Mode und Textilpflege gehen Hand in Hand



■ **LANGENFELD** – *Mode, Menschen, Technik und Produkte: Die Hausausstellung der Atupack & Odenbach GmbH & Co.KG am neuen Standort war ein voller Erfolg. Die hundertprozentige Tochter der österreichischen MEVO Gruppe hatte ihr Versprechen erfüllt und am ersten Juni-Wochenende ein interessantes Event mit Brancheninformationen und Unterhaltung für die ganze Familie geboten. Die Modenschauen des Modeateliers Schnittwerk aus Krefeld als Publikumsmagnet weckten Begeisterung für die Couture aus der Stadt wie Samt und Seide.*

Zufrieden waren nicht nur hunderte von Besuchern, resümiert Geschäftsführer Ludwig Zünd, sondern auch die Firmen BÜFA, Geiss, Safechem, SEITZ und natürlich Multimatic iLSA Deutschland, die ihre Produkte und Dienstleistungen in den neuen Atupack & Odenbach-Hallen präsentieren. Mit so vielen Besuchern hatte niemand gerechnet.

In Langenfeld, das bestätigte auch Sigrid Wedeking, Verkaufsleiterin aus dem Hause BÜFA, Oldenburg, sei von der Ausstellungsmüdigkeit der Vergangenheit nichts zu spüren gewesen. Ganz im Gegenteil, hier

habe man seit langem wieder echte Aufbruchstimmung erlebt.

Die perfekte Organisation, nicht zuletzt realisiert durch Frank Odenbach, Multimatic-Handelsvertretung in Krefeld, habe sicherlich einen großen Anteil am Erfolg gehabt. Auch die Modenschau war schließlich seine Idee: »Mode und Technik gehören in der professionellen Textilpflege einfach zusammen«, betont Frank Odenbach. »Vor allem hochwertige Textilien brauchen die Leistungsfähigkeit von Textilpflegeprofis auf allen Ebenen.«

Publikumsmagnet: Die Präsentationen des Modeateliers Schnittwerk mit Couture in höchster handwerklicher Perfektion. Die Couture wird im Betrieb von Petra Claeßens, Präsidentin des Deutschen Mode-Instituts (2. v. r.), in Handarbeit und als Unikate hergestellt. Die Herrenmaßkonfektion kommt aus dem Hause Scabal und wird im Atelier Schnittwerk passformgerecht weiterverarbeitet.

Professionalität und Leistungsfähigkeit zu demonstrieren war schließlich auch für die Firma Atupack & Odenbach Sinn und Zweck der Veranstaltung. Die neuen Hallen in Langenfeld sollten das Vorhaben des Unternehmens, als Lieferant von Zubehör für die professionelle Textilpflege – mit Dienstleistungszentrum in der Mitte Deutschlands – den Markt zu erobern, wirkungsvoll unterstreichen. Auch das war gelungen: »So groß hatten wir uns das nicht vorgestellt«, kommentierten viele Besucher.

Als Vorteil gegenüber dem Wettbewerb sieht Ludwig Zünd u. a. die Tatsache, dass die starke, international agierende Mutter allein 60% des Gesamtumsatzes mit der Produktion, insbesondere von Drahtbügeln als High-Tech-Produkt, mache. Die MEWO ist Europas führender Drahtbügelhersteller und produziert an diversen europäischen Standorten. »Zahlreiche Händler und Wäschereien in ganz Europa zählen auf unsere Qualitätsprodukte«, betont Ludwig Zünd. Der neue, erweiterte Standort sei ein Bekenntnis zum deutschen Textilpflegemarkt. Durch die zahlreichen, intensiven Kundengespräche während der Hausmesse in Langenfeld habe man jetzt eine gute Basis für den weiteren Dialog und eine partnerschaftliche Zusammenarbeit mit Textilpflegeprofis geschaffen.



Jomag der "ANDERE" Schnelldampferzeuger

www.dampferzeuger.de

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



Auf Multimatic aufbauend Treyße vertritt IPSO in Deutschland

■ **WANGENHEIM** – Seit 1993 ist die Treyße GmbH Wäscherei- und Reinigungstechnik als Multimatic-Vertretung im Handel und Service in den neuen Bundesländern Thüringen, Sachsen-Anhalt und Sachsen aktiv. »Während dieser Zeit der uneingeschränkten Zusammenarbeit konnten wir nicht nur sehr viel über die Textilreinigungsbranche lernen, um erfolgreich am Markt zu bestehen, sondern hatten durch das Multimatic-Team in Melle immer qualifizierte Unterstützung zur Beantwortung



Ein starkes Team (v.l.n.r.): Ulrich Treyße, Evelyn Treyße, Dieter Altenbrunn, Sandra Möller, Annegret Höhle, Jutta Treyße und Eckhard Treyße

30 Jahre hawo

■ **OBRIGHEIM** – Seit 30 Jahren stehen die Initialen von **Hans Wolf** für das Unternehmen hawo, in der medizinischen Verpackungsbranche weltweit ein Begriff. Hinter dem Firmennamen und den weltweit anerkannten Leistungen der hawo GmbH, Obrigheim, steht ein Team kompetenter und qualifizierter Mitarbeiter/innen, die entsprechend der Unternehmensphilosophie das Qualitätsmerkmal *made in Germany* pflegen. Als Anbieter von Maschinen für die Verpackung von Textilien, sprich Oberbekleidung, ist der Verpackungsspezialist auch in der professionellen Textilpflege bekannt. Inzwischen generiert hawo 80 Prozent des Umsatzes aus Export-Geschäften. Die konsequent umgesetzte Qualitätsphilosophie sichert den inzwischen 30 Jahre anhaltenden Erfolg.

www.hawo.com

von Kundenfragen sowohl im Bereich Technik als auch Finanzierung«, sagt Eckhard Treyße. »Für uns steht hinter der Marke Multimatic nicht nur Dieter Kampmann als Branchenfachmann und kompetenter Berater, sondern vor allem die gelebte Firmenphilosophie der Multimatic iLSA Deutschland GmbH: Dienstleistung im Dienst des Kunden und der Textilreinigungsbranche. Auf dieser Grundlage haben auch wir unseren Betrieb aufgebaut.«

Die Treyße GmbH versorgt bundesweit alle Multimatic-Kunden im Bereich der Nassreinigungs- und Wäschereimaschinentechnik. Auch mit Unterstützung von Multimatic iLSA Deutschland ist es dem Unternehmen nun gelungen, den Alleinvertrieb der IPSO-Produkte im deutschen Markt im Auftrag von IPSO LSG zu erhalten.

Dieser Herausforderung wird sich Treyße nach eigenen Aussagen gestärkt durch das gute Zusammenwirken mit Multimatic und aufbauend auf ein vorhandenes, bundesweit flächendeckendes Vertriebs- und Servicenetz stellen.

www.treysse-waeschereitechnik.de

Wirtschaftlich mehr Dampf machen

■ **HEDESHEIM** – *Wirtschaftlichkeit ist die wichtigste Forderung, wenn es um die Dampfversorgung in der professionellen Textilpflege geht. Eine einfache Bedienung und zuverlässig hohe Betriebsbereitschaft garantiert die Jumag Dampferzeuger GmbH, Heddesheim, darüber hinaus für ihre Technik.*

Basis der Jumag-Produkte sind jahrzehntelange Erfahrungen sowie die kontinuierliche Weiterentwicklung der Dampferzeugerreihe, welche die Vorteile des als robust und betriebssicher bekannten Wasserraum-Dreizugkessels mit den Vorteilen eines energie- und platzsparenden sowie kostengünstigeren Schnelldampferzeugers vereint. Jumag erreichte dies mit einer stehenden und kompakten Konstruktion, bei der die Zugänglichkeit zum eingesetzten zweistufi-



gen Öl-, Gas- oder Kombibrenner sowie zum Bedienfeld gut gelöst sind. In der SPS (mit Text u. Grafikbildschirm) können acht Sprachen ausgewählt werden; gleichzeitig zeigt sie aktuelle und vergangene Betriebszustände an und gibt Aufschluss über Auslastung und Verbrauch. Die wartungsfreie Grundlos-Kreiselpumpe, so Jumag, sei in Verbindung mit dem Dreizug-Wasserraum-Verdampfungssystem einzigartig für Schnelldampferzeuger.

Alle Jumag Dampferzeuger entsprechen der neuen Europäischen Druckgeräterichtlinie, sind mit dem CE-Zeichen versehen und überwachungs- sowie genehmigungsfrei, auch wenn sie als Einzelanlage mit Dampfleistungsstufen von 70 kg/h bis 360 kg/h oder als Mehrfachanlage (bis 720 bzw. 1080 kg/h) betrieben werden.

www.dampferzeuger.de

Treyße GmbH Wäscherei- und Reinigungstechnik

PROFESSIONELLE WÄSCHEREITECHNIK VON

IPSO

BERATUNG-VERKAUF-FINANZIERUNG-
VERMIETUNG-SERVICE DEUTSCHLANDWEIT
! IHRE IPSO-VERTRETUNG IN 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**

Technik in Aktion

Girbau zeigt Wäschereitechnik

■ **HANNOVER** – Der spanische Hersteller moderner Waschtechnik Girbau lädt am 23. und 24. September 2005 zu einer Hausmesse in die Betriebsräume der Firma Neumann & Medel in der Wohlenbergstraße 8 in Hannover ein.

Mitveranstalter ist neben dem Service-Team Neumann & Medel die Zweigniederlassung Nord des Maschinenvertriebs-Unternehmens Heprotex, das seit etwa zwei Jahren einen Vertriebsschwerpunkt für den Norden Deutschlands in Hannover unterhält.

Neben den bewährten Produktlinien in den Bereichen Waschschleudermaschinen, Trocknern und Mangeln steht nach Informationen von Girbau Deutschland, Hannover, vor allem die neu entwickelte 6er Baureihe der Waschschleudermaschinen im Vordergrund. Besonders interessant für Textilreiniger, die den Einstieg in die professionelle Wäscherei planen: Die acht Kilogramm Trockenwäsche fassende hochschleudernde Maschine HS 6008.

Ebenfalls neu: Die Inteli-Steuerung, die nicht nur die Bedienung der neuen Waschschleudermaschine HS-6017 deutlich vereinfacht,

sondern auch eine flexiblere Anwendung der Waschprogramme ermögliche. Die HS 6017 eigne sich, so Girbau, auch für die Nassreinigung. Ein zweiter Schwerpunkt der Hausmesse ist die neue Trockner-Serie der Typenreihe SLI, die in Beladegrößen für 8, 12, 22 und 30 Kilogramm Wäsche angeboten wird. Die neue Trockner-Generation mit Reversierung wurde in ihrer Optik an die neue 6er Serie der Waschschleudermaschinen angepasst. Moderne Mangeltechnik rundet schließlich das Hausmesse-Programm ab.

»Wir werden in Hannover unsere Kompetenz als weltweit geschätzter Hersteller in diesem Technikbereich unter Beweis stellen«, betont Geschäftsführer Juan De Cruz. »Klassische Textilpflegeunternehmen, die zusätzliche Umsätze durch professionelles Waschen anstreben, aber nicht unbedingt



Eine Kapazitätslücke im Girbau Maschinenprogramm schließt nun die Waschschleudermaschinen HS 6017 mit einer Beladekapazität von rund 17 Kilogramm, konzipiert speziell für kleine u. mittlere Wäschereien.

über ausgedehnte Räumlichkeiten verfügen, finden in unserer Serie der Zylindermangeln für die Wandaufstellung optimale Lösungen.« Dass sich mit eben dieser Mangeltechnik auch beste Finish-Qualität erzielen lasse, werde in Hannover sichtbar unter Beweis gestellt. Das Girbau-Zylindermangelprogramm decke praktisch sämtliche Erfordernisse kleiner und mittlerer Betriebe ab.

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

Wenig Aufwand, große Wirkung

■ **HAMBURG** – Zu den bekannten Einrichtern und Ausstattern von Textilpflege-läden gehört der Hamburger Anbieter Burow. Er bietet jetzt ein neues, flexibles System an, mit dem Inhaber/innen klassischer Textilpflegebetriebe mit geringem Aufwand und Mitteln ihrem Laden ein neues, frisches und zeitgemäßes Erscheinungsbild geben können.

Der Spezialist für Verkaufsraumgestaltung will mit seinen neuen »Burow-Läden« durch den richtigen Einsatz hochwertiger Materialien vor allem auch kleineren Betrieben die Möglichkeit geben, mit Hilfe von Eigenleistungen die Kosten überschaubar zu halten und ein neues Ladendesign realisierbar zu machen.

Der besondere Vorteil des neuen Systems sei daher die Selbstmontage, evtl. mit Unterstützung eines ortsansässigen Handwerksbetriebes.

Diese Idee, so Burow, entspreche dem allgemeinen Wunsch, Kosten zu sparen und

gleichzeitig ein ansprechendes, modernes Ladendesign zu erhalten.

So habe Burow beispielsweise die Firma Eichner in Norderstedt bei Hamburg mit einem solchen System ausgestattet, das sich durch selbstklebende Oberflächenstrukturen für Wände und Tresen in vielen Farben und Prägungen auszeichne. Diese Folien, so Burow, hätten sich seit Jahren im hochwertigen Messebau bewährt.

Burow liefert Tresen und Holzelemente aus Großserien eines namhaften Möbelherstellers sowie preisgünstige Ladenbauprofile in runder Form mit Metalliclackierung für Trennwände und offene Regale. Die Beleuchtungsergänzung im Tresenbereich erfolgt durch hochwertige Downlight- oder Aufbau-Strahler.

Trotz der allgemein rückläufigen Umsätze habe die Firma Eichner nach der Umgestaltung ein Umsatzplus von 15 % erreichen können. Burow gratuliert!

Wollen Sie auch mehr Umsatz !!!

... mit wenig Aufwand viel erreicht durch ein neues Ladenbaukonzept !

Jetzt anrufen und Info-Material anfordern

040 / 605 44 96

**Burow-Verkaufsraumgestaltung
Krümmelsdiek 6 • 22397 Hamburg**

Preiswert Leder waschen Gewinnbringende Zusatzleistung für Profis

■ **LANGENFELD/OLDENBURG** – Ein Raunen ging durch die Zuschauergruppe, als Dr. Manfred Huppertz, technischer Leiter der BÜFA Reinigungssysteme GmbH & Co.KG, die Waschmaschine öffnete und gewaschene Motorrad-Lederkombis heraus holte. Diese waren nach der Nassbehandlung in hervorragendem Zustand, die Farbapplikationen hoben sich leuchtend vom Schwarz des Leders ab.

Die Besucher der Hausmesse Atupack & Odenbach am ersten Juni-Wochenende in Langenfeld waren begeistert von dem Warenausfall der in einer professionellen Nassreinigungsmaschine gewaschenen Lederbekleidung, demonstriert von der BÜFA GmbH, Oldenburg.

»Im Normalfall können alle Lederteile nach der BÜFA-Methode gewaschen werden«, erklärt Experte Dr. Manfred Huppertz.

gung auf diese Dienstleistung aufmerksam machen und damit Bedarf wecken«, so BÜFA.

Nach wie vor ein Highlight aus der BÜFA-Produktpalette, auch während der Hausmesse in Langenfeld, war der Faserschutz Scotchgard: Ein Markenprodukt für guten Profit, wenn es aktiv am *Point of sale* (Ladentheke) verkauft werde. Der Marken-

name Scotchgard gehöre einfach in die qualitätsorientierte Textilreinigung, denn dieser Faserschutz bürge für Qualität.

Passendes Werbematerial liefert BÜFA gratis. Gerade startet eine Pressekampagne der Firma 3 M in bekannten Frauenzeitschriften über die Scotchgard-Ausrüstung in der professionellen Textilreinigung.

www.buefa.de



Foto: bugatti

Am besten waschbar seien allerdings möglichst einfache, nicht aufwändig gestaltete Lederteile, wobei *einfach* in diesem Fall, eine normale Farbgebung (z. B. Schwarz, Braun, Beige) und eine unkomplizierte Verarbeitung gemeint ist. Hochwertige Lederkleidung dagegen sei bei den autorisierten Lederreinigungen sicher in besseren Händen.

Preiswertere Lederbekleidung, die seit einigen Jahren vor allem aus China, Indien und der Türkei den Markt überschwemme, lande aufgrund des niedrigen Anschaffungspreises eben nicht im Profibetrieb. Hier sieht BÜFA den idealen Ansatz für die kostengünstigere Nasspflege.

»Modellrechnungen zeigen, dass man für ca. 20,- Euro eine einfache Lederwäsche zum guten Gewinn anbieten kann. Insbesondere die Motorrad-Kombis sind in der Regel einfach zu pflegen, und mit einer örtlichen Werbekampagne kann die Textilreini-



REINIGUNGSSYSTEME



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

WDW-Innovations-Förderpreis Ein Branchenevent 2005/2006

■ **KIRCHHEIM** – Innovationen innerhalb der Branche sind notwendiger denn je, sagt Michael Möse. Ein von WDW initiiertes Förderpreis für Wäschereien & Textilpflegebetriebe soll jetzt Impulse geben sowie Kreativität und Entscheidungsprozesse in der Branche freisetzen.

Wirtschafts-Dienste-Wäschereimarkt selbst stellt Förderpreise im Wert von über 30.000 Euro zur Verfügung und sucht weitere Sponsoren, die durch attraktive Förderpreise Textilpflegebetriebe animieren, sich an der Auslobung in folgenden Kategorien zu beteiligen: Marketing & Organisation (Marketingaktivitäten, Produktinnovationen, Betriebsrestrukturierung bzw. -Optimierung), Textile Logistik (Kennzeichnung, IT, EDV und Software, Sortier-, Ausgabe- und Annahmesysteme, Fördertechnik, Transport und Lagermanagement), Maschinen und Anlagen.

Das am 1. Juli 2005 gestartete Projekt endet am 1. Februar 2006. Um der Aktion genügend Power zu verleihen, wird WDW durch eine EU-weite Fördermittelrecherche (in Kooperation mit einem Fördermittelspezialisten) die Investitionen für Wäschereien erleichtern. Werden keine Fördertöpfe für ein Projekt gefunden, ist die Recherche kostenfrei. Die erfolgreiche Recherche wird zu einem Aktionspreis angeboten.

Textilpflegebetriebe, die sich beteiligen, haben laut WDW nicht nur die Chance, einen der attraktiven Förderpreise zu

gewinnen, sondern auf diesem Weg auch qualifizierte Informationen von teilnehmenden Sponsoren für ihr Projekt zu bekommen sowie innovative Lieferanten bzw. Geschäftspartner kennen zu lernen. Die Bewerbung sieht eine Weitergabe der Bewerbungsformulare an Sponsoren vor. Die Weitergabe wird von WDW gemäß den gelisteten Kategorien vorgenommen.

WDW weist darauf hin, dass Bewerber keinerlei finanzielle Verpflichtungen oder einen Kauf- bzw. Auftragszwang eingehen, der Datenschutz sei gesichert. Infos und Bestellformulare gibt es unter waeschereimarkt.com > Förderpreis.

Sponsoren bzw. Förderer ausgewählter Projekte erhalten auf dem WDW -Internetportal eine 12-monatige Präsenz im Lieferantenverzeichnis *clever Einkaufen* sowie auf der offiziellen Sponsorensite bis zum 30. April 2006. Werbewirksam und ein Imagegewinn ist laut WDW die Nutzung des Förderpreislogos auf der eigenen Firmenhomepage, Prospekten und Angeboten. Einen echten Wissens- und Wettbewerbsvorteil verschaffe der Erhalt von aktuellen Interessentenadressen. Die Fachpresse werde schließlich nach der Gewinnermittlung über die Sponsoren berichten. WDW wird im Frühjahr 2006 einen Branchenreport Wäschereimarkt erstellen, in dem dann statistische Auswertungen der Initiative und einer Kundenbefragung (Kooperation mit Unternehmerverband) von Unternehmen, die den Wäschereidienstleister gewechselt haben, mit einfließen werden. Alle Bewerber und Lieferanten erhalten diesen Branchenreport mit Marketinginformationen im April 2006 kostenlos zugestellt.

Weitere Informationen und Bewerbung unter: www.waeschereimarkt.com unter Förderpreis > Konzeption > Teilnahmebedingungen > Sponsoren oder per EMail: office.wdw@waeschereimarkt.com

DTV-Verbandstag 30 Jahre DTV

■ **HAMBURG** – Auch der DTV hat Geburtstag: der Deutsche Textilreiniger-Verband, Bonn, blickt auf 30 Jahre engagierte und aktive Verbandsarbeit zurück und feiert dies im stilvollen Ambiente des Hotels »Hafen Hamburg«, das seinen Gästen einen fantastischen Blick auf den Hamburger Hafen erlaubt.

Das wunderschön gelegene Hotel ist der Veranstaltungsort des diesjährigen DTV-Verbandstages am 16. und 17. September 2005, der am Freitag mit einem Seminar bei der Firma RWS Tayfur in Hamburg beginnt. Als unterhaltsamer Höhepunkt steht eine gemeinsame Schifffahrt für DTV- und EFIT-Mitglieder am Freitagabend auf dem Programm.

Die DTV-Delegiertenversammlung und gemeinsame Vortragsveranstaltung findet am Samstag, den 17. September 2005 statt. Prominenter Gastredner ist Martin Kannegiesser. Auch in diesem Jahr wird die Vortragsveranstaltung von DTV und EFIT wieder gemeinsam gestaltet.



Prominenter Gastredner:
Herbert Kannegiesser

Wie immer haben Fördermitglieder und Industriepartner der Branche die Gelegenheit, während einer kleinen Leistungsschau das Gespräch mit ihren Kunden zu suchen und über neue Produkte und Dienstleistungen zu informieren.

Zu einem Galaabend unter dem Motto »30 Jahre DTV« lädt schließlich der DTV seine Mitglieder ein, um dieses Jubiläum gebührend und im stilvollen Rahmen des Hotels Classic & Residenz zu feiern.

www.dtv-bonn.de
www.hotel-hafen-hamburg.de



Projekt - Management:

- Ausgabesysteme
- Fördertechnik
- Wäscherei - Software
- RF - ID Technologie

www.waeschereimarkt.com

office.wdw@waeschereimarkt.com

Tel. ++49 7021 481273

**Wir gratulieren zum
Markenjubiläum
40 Jahre Multimatic**

40 Jahre – Multimatic Markenqualität Gemeinsame Erfolge feiern

■ **MELLE** – Zeit zur Erinnerung, aber auch zur Erneuerung alter und junger Geschäftskontakte: Multimatic feiert Geburtstag und lädt zur Eröffnung des neuen Showrooms im Rahmen einer Jubiläumshausausstellung vom 9. bis 11. September 2005 nach Melle ein.

Dabei sein wird alles, was Rang und Namen hat, renommierte Vertreter der Industrie und die Branchenverbände geben sich die Ehre. Wer wollte sich nicht gern erinnern, an die Eroberung des Marktes einer legendären Marke für Textilpflegetechnik und damit verbunden an zahlreiche Erfolge kleiner, mittlerer und großer Textilpflegebetriebe.

»Wir bleiben mehr als Standard!«, so lautet das Motto zur Jubiläumsausstellung, die am **Freitag, den 9.9.2005, um 11 Uhr mit der offiziellen Eröffnung des neuen Multimatic-Showrooms in Melle beginnt.**

In dieser permanenten Technikausstellung, die stets einen aktuellen Ausschnitt aus dem umfangreichen Technikprogramm des Meller Komplettausstatters für die professionelle Textilpflege zeigt, wird Multimatic iLSA Deutschland Highlights vor allem im Bereich ihrer modernen Finishtechnik zeigen – natürlich in Aktion!

In der geräumigen Gebrauchtmaschinenhalle gibt es einen ebenfalls repräsentativen Ausschnitt aus dem Multimatic-Maschinen- und Anlagenprogramm sowie die Präsentation des aktuellen Gebrauchtmaschinenangebots. Darüber hinaus stellen BÜFA, Oldenburg; DTV/AKJ, Bonn; EFIT, Bönningheim; Geiss, Troisdorf; GV, Gelsenkirchen; Kreussler, Wiesbaden; Linnemann, Melle; SEITZ, Kriftel; Stichweh, Hannover, und Wehrmann, Melle, ihre Leistungen vor. Ein Blick in das umfangreiche Warenlager dokumentiert schließlich das gut sortierte Angebot und unterstreicht die flexible Servicebereitschaft und schnelle Verfügbarkeit von Ersatzteilen.

Die Gäste in Melle erwarten nicht nur zahlreiche technische Highlights, sondern eine unterhaltsame Eröffnung mit Showeffekt sowie ein kulinarisches und buntes Rahmenprogramm für die gesamte Familie. Lassen Sie sich überraschen!

Den fachlichen Rahmen bereichert u. a. Jürgen Tagge von der EFIT, Bönningheim, mit einem Fachvortrag über *Smart Clothes* am **Samstag, den 10. 9. 2005, um 14 Uhr.**

Raum zur Diskussion und für Fachgespräche bietet eine Podiumsdiskussion mit namhaften Vertretern/innen der Branche am **Sonntag, den 11. 9.2005, von 11 bis 12.30 Uhr.** »Die Sicherstellung der Dienstleistung Textilpflege« ist Thema.

Musikalische Intermezzi gestalten *Rudis Slide and Washboard Band*, ein Blues Duo mit echtem Waschbrett-sound, zwischen Diskussion, Buffet und als lockerer Ausklang zum Sonntagskaffee (13.30 – 16.30 Uhr).

Die Show ist eröffnet, die Technik zeigt sich! Mit einem dynamischen Redesign des Marken-Logos präsentiert sich die Multimatic iLSA Deutschland GmbH am Freitag, den 9. September von 11 – 18 Uhr, Samstag, 10. September, von 9 – 18 Uhr und Sonntag, den 11. September, von 9 – 18 Uhr in der Servicezentrale in Melle.



Rudis Slide and Washboard Band

Rückblick: Multimatic-Kundendienst vom ersten Tag an

Im Sommer 1964 besuchten mich Gustav Kötter und sein späterer Mitarbeiter Gerd Tahden in Düsseldorf. Ich war die *rechte Hand* des Geschäftsführers der Poensgen-Tochter Beko, damals führender Anbieter von Bügelmaschinen, Transportanlagen und Zubehör. Kötters Vorschlag, Beko solle gemeinsam mit seiner zu gründenden Firma Multimatic Vertrieb in Melle die neue Reinigungsmaschine verkaufen, gründete auf der Tatsache, dass Beko über einen flächendeckenden technischen Kunden-

dienst verfüge. Es bedurfte intern erheblicher Überzeugungsarbeit, den Plan in die Tat umzusetzen; denn die Firma Böwe fiel durch diesen Affront als Beko-Kunde für Bügelgeräte in Zukunft aus. Dennoch, wir wollten in die erste Liga aufsteigen, was damals hieß, Reinigungsmaschinen zu verkaufen. Rückblickend war die Zusammenarbeit zwischen Kötter und Beko einer der wesentlichen Gründe für die überaus schnelle Markteinführung von Multimatic. Ich war von Anfang an dabei, blieb der Marke ein Leben lang verbunden und freue mich darüber, dass sich Multimatic zum Marktführer in Deutschland entwickelt hat, nicht zuletzt durch den erstklassigen flächendeckenden Kundendienst.

Hartmut Paul Kokerbeck

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

Die Multimatic-Story

Eine Marke macht den Markt

■ **MELLE** – Eine Marke zu etablieren und zu führen ist ein Erfolg, der nicht von heute auf morgen erreicht wird. Die Geschichte der Marke Multimatic ist in diesem Jahr genau 40 Jahre alt und vereint die Höhen und Tiefen von Maschinenunternehmen, die allen Widrigkeiten zum Trotz eine herausragende Leistung gemeinsam haben: Den Erhalt eines Warenzeichens als akzeptierte Marke und Synonym für Qualität und Leistungsstärke.



Foto: Schulz

Ohne Frage die bekanntesten Namen, die mit Multimatic assoziiert werden, sind Gustav Kötter und Dieter Kampmann. Nach dem Ausscheiden von Gustav Kötter, Gründer der einstigen Firma Multimatic, übernahm Kampmann 1986 die Verantwortung für die konsequente Bereitstellung von Multimatic-Markenprodukten. Gemeinsam mit Kollegen und Freunden als Gesellschafter wagte er die Neugründung der Firma Fluormatic Maschinen GmbH in Melle, die 1989 in Multimatic Reinigungssysteme GmbH umfirmiert wurde.

Mit großem Engagement stellte sich Kampmann einem harten Wettbewerb, der mit dem Geburtstag der Marke Multimatic vor

40 Jahren seinen Anfang fand. Zu dieser Zeit hatte die Firma Böwe praktisch das Monopol für Reinigungsmaschinen in Deutschland. Spencer aus England, Zanker aus Tübingen und Maestrelli aus Italien teilten sich einen Restanteil von vielleicht 10 bis 15%. Die Versuche, den Böwe-Anteil zu knacken, wurden durch die Aufkäufe des Markführers diverser Maschinenfirmen definitiv nicht einfacher, so kaufte Böwe schließlich auch die Reinigungsmaschinenabteilung von Zanker.

Einer der leitenden technischen Zanker-Mitarbeiter machte sich daraufhin in Rottenburg bei Tübingen mit einem Partner, die Firma Seibold & Co., kurz SECO, selbstständig; Erwin Biesinger; er stellte

seine neuen SECO-Maschinen erstmals auf der IWC 1964 in Frankfurt (heute Texcare International) vor und fand in Gustav Kötter, dem damaligen sehr erfolgreichen Verkaufsleiter der Wäschereimaschinenfabrik Hartung, Kuhn & Co. (HKC) in Düsseldorf den gesuchten Vertriebspartner. Kurz entschlossen vereinbarte Kötter mit Biesinger den Alleinvertrieb auf seine eigene Rechnung und warf seinen gut bezahlten Job bei HKC hin. Erneuert wurde mit diesem Schritt der Maschinenname SECO Combi in die Marke Multimatic, sozusagen als Start in die Markenoffensive.

Als Böwe ein Jahr später versuchte, Multimatic zu kaufen, hatte sich das junge Unternehmen mit seinem Namen längst etabliert, deutlich Marktanteile übernommen und den Markt in Deutschland grundlegend verändert.

Die Gründe für diesen Erfolg waren überlegene Technik und innovatives Marketing. Auf der technischen Seite boten die Multimatic-Maschinen von Anfang an eine bis dahin nicht praktizierte Qualität der Lösemittelpflege, die Kombination einer sehr leistungsfähigen Destillation einerseits und des damals neuen Schleudersfilters andererseits. Damit wurde das Zweibadverfahren mit laufender Destillation zum Multimatic-Standard. Sie ermöglichte das Reinigen heller und dunkler Chargen im Wechsel. Eine echte Innovation; denn bis dahin destillierten viele schwach *motorisierte* Maschinen nur am Wochenende. Mithin reinigte man am Wochenanfang helle Ware und gegen Ende der Woche nur noch dunkle Garderobe mit entsprechend langen Lieferzeiten.

Das änderte sich mit der Multimatic-Technik: Die Lieferzeiten wurden deutlich kürzer, analog baute man in Melle mit der wachsenden Vertriebsorganisation eine passende Marketing-Strategie auf, die zehn

Jahre später konsequenterweise zum 1-Stunden-Dienst führte. Um sich neben dem marktführenden Wettbewerb zu profilieren, zielte der Multimatic-Vertrieb zunächst auf kleinere Ladenreinigungen ab. Hier gelang der Markteinstieg auf breiter Front und führte dank der überlegenen Technik nach und nach zur Anerkennung der Multimatic-Maschinen auch in alleingewesenen Unternehmen. Multimatic erweiterte sein Vertriebsprogramm nun auch auf Bügelgeräte, Speicherförderer und Energieversorgung und wurde zum Komplett-Einrichter für Textilreinigungsbetriebe.

Technische Kompetenz als Basis

Auf der Grundlage technischer Kompetenz gelang Multimatic 10 Jahre später ein großer Schritt zur Marktdurchdringung mit einem gut geplanten Marketingkonzept. Angeregt durch die Erfolge von Martinizing in den USA wurde auch in Deutschland versucht, Systemreinigungen mit kurzer Lieferzeit einzuführen. Das Ziel: Reinigen lassen während der Kunde seine Einkäufe tätigt nach dem Motto *abgeben - einkaufen - abholen*. In Melle wurde das »Multimatic Konzept« entwickelt auf der technischen Basis der Multimatic Tandem, einer Reinigungsmaschine, die die Ware zwangsläufig wie eine Pumpe durch den Betrieb schiebt und so kostspielige Liegezeiten ausschaltet. Daraus entstanden die Reinigungssysteme »Kingsgard« und »Goldstück«, später auch »Kleiderkur nach der Uhr« und »Sauberland«.

Multimatic veränderte die Branche nachhaltig. In ungezählten Publikationen, Vorträgen und Seminaren wurde nicht nur für neueste Technik, straffe Betriebsorganisation und kaufkraftgerechte Angebote geworben, sondern vor allem auch für eine zeitgemäße optische Darstellung und Gestaltung der Betriebe.

Die Flexibilität und Bereitschaft, sich durch technische Innovationen immer wieder neu auf die Bedürfnisse des Marktes einzustellen und die vorhandenen Systeme zu opti-

mieren, kennzeichnet die Multimatic-Technikabteilung unter der Leitung von Ewald Brinker heute noch und führte zur Kooperation mit dem renommierten Hersteller von Reinigungsmaschinen iLSA S.p.A., San Vincenzo (Bologna).

Ewald Brinker, Spezialist für Textilpflege-maschinen, Prokurist und technischer Leiter im Hause Multimatic, stellt sein Know-how seit 1976 in den Dienst der Sicherung und Verbesserung der Multimatic-Markenprodukte. Inzwischen besteht ein Großteil seiner Aktivitäten auch in der Aus- und Weiterbildung qualifizierter Nachwuchskräfte in der Branche. Darüber hinaus ist er kompetenter Ansprechpartner für die Kunden sowie für die gesamte Vertriebs- und Servicemannschaft, wenn es um Technik geht.



Seit mehr als 30 Jahren gehören sie zum verlässlichen Multimatic-Team im Innendienst: Brigitte Bachmann (links), Sekretariat und verantwortlich für die Abwicklung des Gebrauchtmaschinengeschäftes, hat wie ihre Kollegin Ursula Johannimgeyer, Verkaufsleitung und Angebotswesen, die Unternehmensentwicklung in den vergangenen Jahrzehnten mit großem Engagement begleitet. Gemeinsam mit dem Prokuristen und Leiter der Technik Ewald Brinker gehören sie zu den »tragenden Säulen« des Vertriebsunternehmens in einem leistungsbereiten Team langjähriger Mitarbeiter/innen in der Servicezentrale in Melle.

Nach dem großen Umbruch und dem Verbot von FCKW in Deutschland und der Vorbereitung der 2. BimSchV hatte sich Multimatic schnell und konsequent mit seinem Produktionspartner iLSA in Bologna auf umweltsichere Per-Technik und später auf moderne KWL-Technik mit zahlreichen Innovationen konzentriert.

Dieter Kampmann forcierte den Austausch bestehender Maschinen mit technisch-

wirtschaftlichen Argumenten, baute vertrauensbildende Maßnahmen zu Meinungsführern der Branche auf und festigte unterstützt von Ewald Brinker die flächendeckende Serviceorganisation.

Als 1999 die Gesellschafter der Multimatic Reinigungssysteme GmbH die Liquidation ihrer Firma beschlossen, war es folgerichtig, dass iLSA S.p.A. eine neue Vertriebsfirma, die iLSA Deutschland GmbH, gründete. Die Marke Multimatic, die Geschäftsführung, das erfahrene Personal und die erfolgreiche Firmenstruktur wurden beibehalten. Trotz damaliger Technik-Dominanz vergaß man in Melle nicht die Bedeutung von Marketing und Betriebsorganisation für die Kunden. Als Miele/Kreussler die Nassreinigung propagierten, erkannte



Fotos: Schulz · Spiesshöfer

Dieter Kampmann die weiterführenden Chancen für seine Kunden in Form zusätzlicher Dienstleistungen, allen voran Hemden, Jeans und Betten. Der Hemdenfinisher »MaxiShirty« wurde ein starker Umsatzträger. Mit MultiWash entstand ein komplettes Programm von Wäschereimaschinen für das Geschäft mit den Privatkunden. Für die Organisation bietet das Transport- und Organisationssystem MultiTrans erst-

Deutschlandweit immer für Sie da! Handelsvertreter und Kundendiensttechniker

1 Dieter Bazin
Grenzweg 25 - 123
72766 Reutlingen
Tel: 0 71 21/ 4 56 32
Fax: 0 71 21/ 4 34 82 87
Mobil: 01 70 / 7 02 04 39

2 Stefan Bohnhoff
Bohnhoff Betriebstechnik GmbH
Lindenkamp 13
23843 Bad Oldesloe
Tel: 0 45 31 / 8 37 29
Fax: 0 45 31 / 67 03 95
Mobil: 01 71 / 38 64 905
Email: s.bohnhoff@t-online.de

3 Carsten Gerdes
Am Mittellandkanal 2 a
49565 Bramsche
Fax: 0 12 12 / 5 10 36 49 93
Mobil: 01 72 / 7 86 13 50
Email: carsten.gerdes@gds-hdl.de

4 Horst W. Göbbling
Narzissenstraße 39
32602 Vlotho-Exter
Tel: 0 52 28/ 96 08 88
Fax: 0 52 28/ 96 08 89
Mobil: 0172 / 5 28 63 94
Email: info@textilpflege technik.de
www.textilpflege technik.de

5 Michael Härtner
M + L Vertretung
Schloßberg 1
72501 Gammertingen
Tel: 0 75 74 / 93 60 34
Fax: 0 75 74 / 93 60 35
Mobil: 01 71 / 6 32 76 72
Email: haertner.ml@t-online.de

6 Alfons Hofmann
Rubensstraße 23
95447 Bayreuth
Tel: 09 21 / 5 65 74
Mobil: 01 60 / 5 53 64 66
Email: hofmanns.textilreinigung@t-online.de

7 Hans-Ulrich Menne
Technischer Kundendienst
Europastraße 12 a
58675 Hemer
Tel: 0 23 72/ 96 48 50
Fax: 0 23 72/ 96 48 51
Mobil: 0172 / 2 79 26 04
Email: umenne@t-online.de

8 Frank G. Odenbach e.K.
iLSA-Handelsvertretung
Yorkstraße 69
47800 Krefeld
Tel.: 0 21 51/ 59 33 64
Mobil: 0173 / 2 79 21 81
Email: frank-odenbach@wtal.de

9 Gerd Pape
Holthorster Weg 8
28717 Bremen
Tel: 04 21/ 62 49 05
Fax: 04 21/ 62 51 36
Mobil: 0171 / 7 74 33 54
Email: pape-g@t-online.de

10 Willi Remmele
An der Steig 2
86647 Buttenwiesen
Tel: 0 82 74/ 69 15 17
Fax: 0 82 74/ 69 11 41
Mobil: 0172 / 4 72 51 20

11 Volker Schulke
Anlagen für die Textilpflege
Steinweg 10
63543 Neuberg
Tel: 0 61 85/ 3 11
Fax: 0 61 85/ 17 77
Mobil: 0170 / 2 09 31 31
Email: schulke@t-online.de
www.v-schulke.de

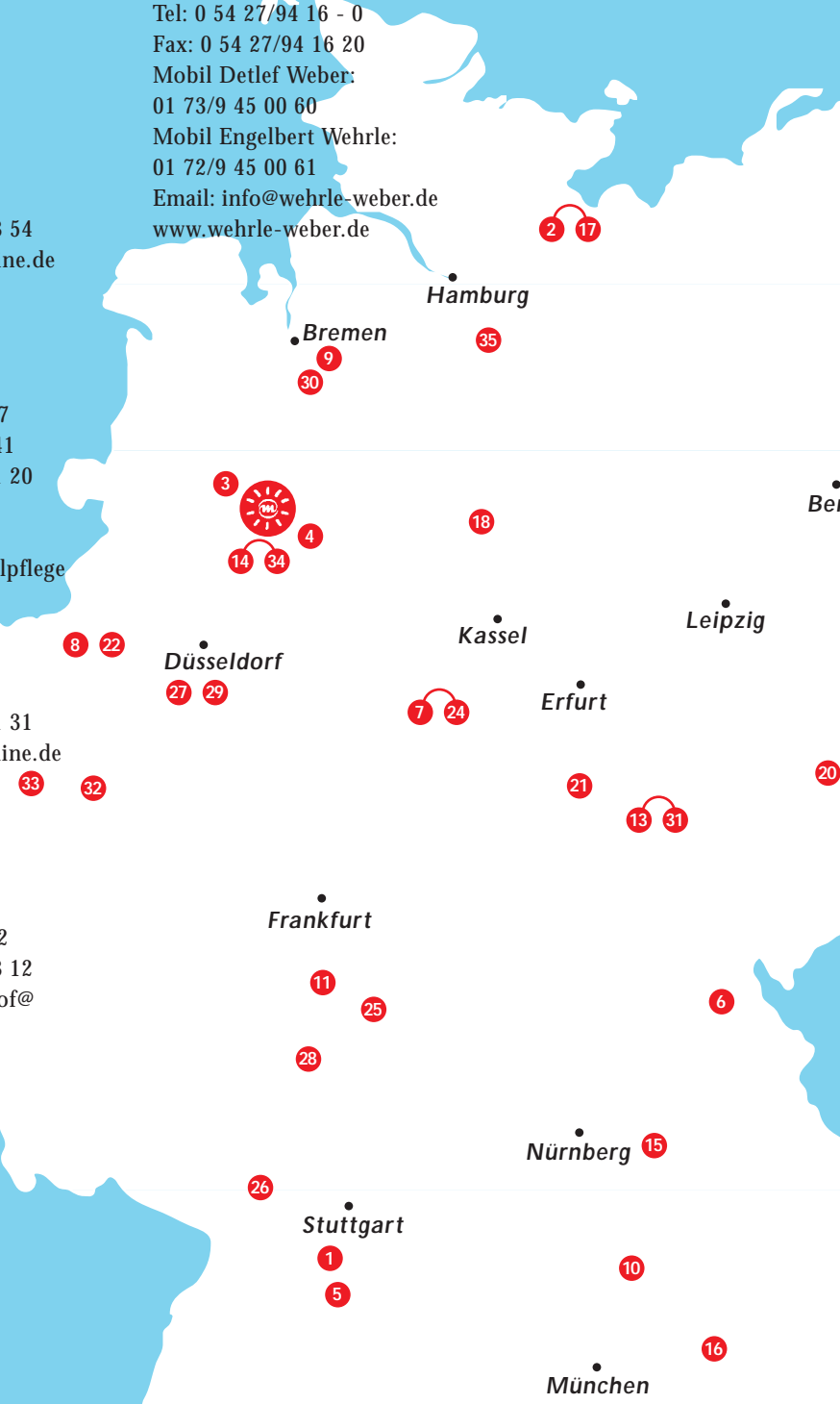
12 Rüdiger Schulz
17091 Idashof
Tel: 03 96 00/ 2 91 61
Fax: 03 96 00/ 2 10 22
Mobil: 0172 / 3 89 13 12
EMAIL: r.schulz.idashof@freenet.de

13 Eckhard Treyße
Wäscherei- und Reinigungstechnik
Hauptstraße 59 a
99869 Wangenheim
Tel: 03 62 55/ 8 06 94
Fax: 03 62 55/ 8 10 01
Mobil: 0172 / 8 30 51 29
Email: info@treysse-waeschereitechnik.de
www.treysse-waeschereitechnik.de

14 Wehrle + Weber
Suttheider Straße 45
49328 Melle-Buer
Tel: 0 54 27/94 16 - 0
Fax: 0 54 27/94 16 20
Mobil Detlef Weber: 01 73/9 45 00 60
Mobil Engelbert Wehrle: 01 72/9 45 00 61
Email: info@wehrle-weber.de
www.wehrle-weber.de

**Multimatic Kunden finden ihren persönlichen Vertriebs- und Service-Berater unter www.multimatic.de oder direkt über die Servicezentrale:
Tel (0 54 22) 10 00
Fax (0 54 22) 1 00 48**

Handelsvertreter



- 15** Detlef Appel
Ölsbacher Weg 6
90482 Nürnberg
Tel: 09 11 / 50 29 96
Fax: 09 11 / 95 33 80 06
Mobil: 01 71 / 7 75 50 33
Email: detlefappel@
onlinehome.de
- 16** Siegfried Blickle
Bernau 1
85461 Bockhorn
Tel: 0 81 22 / 1 42 34
Fax: 0 81 22 / 4 26 23
Mobil: 01 71 / 7 73 32 36
- 17** Bohnhoff Betriebstechnik
GmbH
Lindenkamp 13
23843 Bad Oldesloe
Tel: 0 45 31 / 8 37 29
Fax: 0 45 31 / 67 03 95
Mobil: 01 71 / 3 86 49 05
Email: s.bohnhoff@
t-online.de
- 18** Wäscherei & Reinigungs-
technik
Karsten Danner
Hermann-Schiermann-Str. 26
31008 Elze
Tel: 0 50 68 / 93 28 52
Fax: 0 50 68 / 93 28 53
Mobil: 01 72 / 8 71 02 86
Email: info@wrdanner.de
www.wrdanner.de
- 19** Dieter Fabisch GmbH
Tech. Kundendienst für
Textilpflege
Sacrower Allee 113
14476 Groß Glienicke
Tel + Fax: 03 32 01 / 3 18 39
Mobil: 01 72 / 3 01 40 09
Email: email@
fabischgmbh.de
- 20** Steffen Kilian
Nordstraße 2
04575 Neukieritzsch
Tel + Fax: 03 43 42 / 5 25 89
Mobil: 01 70 / 3 24 23 40
Email: kilian-neukieritzsch@
t-online.de
- 21** TWS Lothar Klatt
Am Sportplatz 14
34320 Söhrewald 2
Tel + Fax: 0 56 08 / 95 33 54
Mobil: 01 71 / 9 90 83 15
Email: tws-klatt@freenet.de
- 22** Erwin Klich
Joseph-Görres-Straße 11
47829 Krefeld
Tel: 0 21 51 / 48 07 21
Fax: 0 21 51 / 4 68 08
Mobil: 01 72 / 2 19 40 24
Email: erwinklich@
t-online.de
- 23** Haus- und Umwelttechnik
Komesker GmbH
Gültzer Weg 2
17091 Tützpatz
Tel: 03 96 00 / 2 54 0
Fax: 03 96 00 / 2 54 25
Mobil Roger Breyer:
01 72 / 3 04 21 84
Email: breyer@komesker.de
- 24** Hans-Ulrich Menne
Technischer Kundendienst
Europastraße 12 a
58675 Hemer
Tel: 0 23 72 / 96 48 50
Fax: 0 23 72 / 96 48 51
Mobil: 01 72 / 2 79 26 04
Email: umenne@t-online.de
- 25** Elmar Oberle
Großostheimerstraße 106
63811 Stockstadt
Tel + Fax: 0 60 27 / 7 07 23
Mobil : 01 71 / 7 73 23 02
Email: e.oberle@t-online.de
- 26** Sven Patzschke
Masch.- + Ersatzteilhandel
für Textilreinigungen und
Anlagenservice
Rebenweg 17
76756 Bellheim
Tel + Fax: 0 72 72 / 77 59 94
Mobil: 01 60 / 8 06 29 61
Email: sp_67@web.de
- 27** Günter Rath GmbH
Schefferei 10
51503 Rösrath
Tel: 0 22 05 / 22 82
Fax: 0 22 05 / 8 83 40
Mobil: 01 71 / 7 71 96 03
- 28** Hilmar Röder
Technische Dienstleistungen
Hauptstraße 33 a
64390 Erzhäuser
Tel: 0 61 50 / 96 18 20
Mobil: 01 71 / 5 70 25 08
Fax: 0 61 50 / 54 21 15
- 29** Elektro Scheldt GmbH
Bensberger Straße 272
51503 Rösrath
Tel: 0 22 05 / 90 09 60
Fax: 0 22 05 / 9 00 96 55
Mobil: 01 72/2 43 54 08
Email: service@scheldt.de
www.scheldt.de
- 30** Schibensky GmbH
Apparatebau
Gutenbergstraße 7
28816 Stuhr
Tel: 04 21 / 5 67 84
Fax: 04 21 / 5 67 85
Mobil
Hans-Joachim Schibensky:
01 72 / 4 22 45 19
Mobil Joachim Roder:
01 72 / 4 24 88 70
Mobil Holger Cramer:
01 72 / 4 24 88 71
Email: hjs@schibensky.de
www.schibensky.de
- 31** Eckhard Treyße
Wäscherei- und Reinigungs-
technik
Hauptstraße 59 a
99869 Wangenheim
Tel: 03 62 55/ 8 06 94
Fax: 03 62 55/ 8 10 01
Mobil: 0172 / 8 30 51 29
Email: info@treysse-
waeschereitechnik.de
www.treysse-
waeschereitechnik.de
- 32** Thomas Tsoukalas
Rottbiter Straße 20 a
53604 Bad Honnef
Tel: 0 22 24 / 98 13 13
Fax: 0 22 24 / 98 13 14
Mobil: 01 72 / 2 08 67 63
- 33** Elektrofachbetrieb
Cosimo Vitale
Am Mühlenkreuz 20
50181 Bedburg
Tel + Fax: 0 22 72 / 90 63 06
Mobil: 01 72 / 2 98 77 27
Email: cosimovitale@web.de
- 34** Wehrle + Weber
Suttheider Straße 45
49328 Melle-Buer
Tel: 0 54 27/94 16 - 0
Fax: 0 54 27/94 16 20
Mobil Detlef Weber:
01 73/9 45 00 60
Mobil Engelbert Wehrle:
01 72/9 45 00 61
Email: info@wehrle-weber.de
www.wehrle-weber.de
- 35** Reinigungs- und
Wäschereitechnik
Rüdiger Werner
Winsener Landstr. 18-20
21423 Winsen
Tel: 0 41 71 / 8 93 65
Fax: 0 41 71 / 8 93 51
Auto: 01 72 / 9 11 93 05
Mobil Stephan Ruprecht:
01 73 / 9 26 46 46
Email: ruedigerwerner@
gmx.net

malig ein rechnergestütztes Konzept für den gesamten Betriebsablauf. Jedes Garde-robenteil wird von der Annahme bis zur Ausgabe lückenlos verfolgt. Alle berührten Arbeitsplätze und jede beteiligte Mitarbeiterin werden erfasst, woraus sich eine wertvolle Datenbank als Grundlage für die wirkliche exakte Kostenrechnung ergibt. MultiTrans umfasst neben dem innerbetrieblichen Transport auch die automatische Komplettierung und vor allem die automatische Annahme und Ausgabe der Kundenaufträge rund um die Uhr. Als innovative und marktgerechte Weiterentwicklung konzipierte Multimatic die neue, personalfreie Filiale unter der Marke »cleanissimo - geben & nehmen«.

Technikpartner für diese Serviceinnovation sowie für alle Multimatic-Transport- und Logistiklösungen ist der weltweit aktive Hersteller Metalprogetti S.p.A., Perugia, Italien.

Ebenso wie die Firma Carlo Barbanti s.n.c., S. Giacomo Roncole di Mirandola, Italien, Produzent der Multimatic-Finishtchnik, war Metalprogetti auf die Multimatic-Geschäftsleitung auf der Suche nach einem verlässlichen Exklusivpartner für den deutschen Markt zugegangen. Die italienischen Spezialisten sahen in dem bundesweit flächendeckenden Servicenetz und der ausgereiften Vertriebsstruktur von Multimatic die beste Grundlage, den professionellen Verkauf ihrer weltweit anerkannten Produkte auf dem deutschen Markt zu erreichen und so den Alleinvertrieb ihrer Technik in erfahrene Hände zu geben.

Auch für sie steht Multimatic für absolute Zuverlässigkeit als Geschäftspartner in allen Bereichen der Anlagentechnik. Neben erstklassigen Maschinen und Geräten bietet Multimatic zeitgemäße Lösungen für Marketing und Betriebsorganisation in der Textilpflege. Volle Konzentration auf die Belange der Kunden hat das Unternehmen zum Marktführer gemacht mit einem Netz kompetenter Verkaufsberater und Techniker in allen Teilen Deutschlands.

www.multimatic.de



Modernes Design in handwerklicher Qualität: Als Partner vor Ort für modernen Ladenbau konnte Multimatic die Linnemann Objekt-Inneneinrichtungen GmbH + Co.KG, Melle, gewinnen. Der Spezialist für hochwertige Ladeneinrichtung zeigt einen Ausschnitt seines Systemangebotes im neuen Multimatic-Showroom.

Die erste Multimatic läuft noch

Was ich mit Multimatic verbinde? Das ist vor allem meine Maschine, die nach 40 Jahren immer noch läuft, tagein, tagaus. Natürlich habe ich sie immer gut gewartet und gepflegt und sie entsprechend den neuesten Bestimmungen nachrüsten lassen. Aber sie ist auch von Haus aus einfache Klasse! Als 1964 unsere Kapazität zu eng wurde, erzählte mir unser Kundendienst-techniker Bertil Skaires von der neuen SECO Combi, die von Gustav Kötter aus Melle unter der Marke Multimatic vertrieben werden sollte.

Meine Multimatic (18 kg) wurde Anfang 1965 geliefert; ich war der erste Kunde der neuen Firma Multimatic und ab sofort ein

gefragter Referenzbetrieb.

Heute führt mein Sohn Carsten den Betrieb, aber ich mache noch immer etwas mit und arbeite besonders gern an meiner ersten Multimatic, die wie gesagt, läuft und läuft.

Manfred Schnatow, Oerlinghausen

Wie ein Krach zur Marke Multimatic führte

Fachmesse IWC 1964 in Frankfurt (heute TexCare): Gustav Kötter hatte mich ein Jahr zuvor von der Henkel Tochter Böhme-Fettchemie zu der Wäschereimaschinenfabrik HKC in Düsseldorf gelotst. Die neue Reinigungsmaschine SECO Combi von Erwin Biesinger war bereits auf unserem Stand

installiert. Kötter wollte die Maschine in unser Vertriebsprogramm aufnehmen. Es kam anders. Ich erinnere mich lebhaft an den Krach zwischen Gustav Kötter und unserem Chef, dem HKC-Inhaber Helmut Schürmann. Der hatte in letzter Sekunde dem Druck von Max Böhler nachgegeben und wollte von einer Reinigungsmaschine auf seinem Stand nichts mehr wissen. Glücklicherweise konnte die SECO Combi in einer Nacht- und Nebel-Aktion auf dem Stand der italienischen Firma Campitel installiert werden. Ich vergesse nie den Abend vor Eröffnung der IWC, an dem Erwin



Handwerk, Technik, Kreativität: Linnemann präsentiert ein flexibles Ladenbausystem für Textilpflegebetriebe für alle Ansprüche. Kompetente Fachleute stehen während einer Neugestaltung oder Einrichtung eines Betriebes zur Seite, um Funktionalität und Warenpräsentation ideal umzusetzen, ganz im Sinne von: Mehr als Standard.
www.linnemann-melle.de

Biesinger, Gustav Kötter und ich uns beim Abendessen Mut für die gewagte Premiere zusprachen. Kötter hatte gerade beschlossen, seine Position als Verkaufsleiter bei HKC hinzuwerfen und sich mit einer Vertriebsfirma in Melle selbstständig zu machen. Kurz nach der Gründung folgte ich ihm als erster Mitarbeiter. Aus SECO-Combi wurde die Marke Multimatic. Von da an haben Gustav Kötter und ich durch alle Höhen und Tiefen hindurch bis zu seinem Tode sehr eng zusammengearbeitet.

Gerd Tahden, Melle

Eine der außergewöhnlichsten und leistungsfähigsten Firmen der Branche

Die Firma Top & Clean, Berlin, war viele Jahre lang zufriedener und treuer Böwe-Kunde, zu dieser Zeit gab es leichte, freundliche Kontakte zu iLSA Deutschland. Im September 2002 kam es in unserem Zentralbetrieb zu einem Großbrand, wir standen von einem Tag auf den anderen vor dem Nichts.

Jetzt erst zeigte sich, wie viele unserer Zulieferer sofort an unserer Seite standen. Die Firma iLSA Deutschland, mit der wir bis dahin noch keinerlei Erfahrungen hatten, war eines der wichtigsten Unternehmen, das sich sofort und ohne Vorbehalte helfend und mit seinem gesamten Team an unsere Seite stellte.

Dank dieser schnellen, vorbehaltlosen Reaktion war es uns möglich, schon Mitte November 2002 wieder in unserer Zentrale zu produzieren. Aus dieser Situation entstand eine lebendige und weiterführende Geschäftsverbindung, die wir in Zukunft sehr gern noch viele Jahre pflegen und genießen wollen. Wir möchten uns hiermit noch einmal bei Dieter Kampmann und seinen kompetenten Mitarbeiter/innen bedanken und wünschen der Multimatic iLSA Deutschland GmbH für die Marke Multimatic weitere 40 Jahre Erfolg und zufriedene Kunden.

ppa Jenny Conradts, Berlin

Die Multimatic-Anlage war ein gewaltiger Fortschritt

Über meine ersten Erlebnisse mit Multimatic schmunzle ich heute noch; während meines ersten Besuchs unmittelbar nach dem Mauerfall in Westberlin schaute ich mich in einer Reinigung nach dem dortigen Maschinenpark um. Um den ehemaligen väterlichen Betrieb zu reprivatisieren, waren Investitionen erforderlich.

Die mir ins Auge fallende Multimatic-Maschine hielt ich für die neue Generation der Böwe-Anlagen, denn in meiner damals schon 25-jährigen Praxis hatte ich von Multimatic nichts gehört, was an den stark eingeschränkten Informationsmöglichkeiten in der DDR lag. Nur Böwe hatte unsere ehemalige Fachzeitschrift schon mal erwähnt. Dank des Kontaktes zu Volker Weiß, Heppenheim, klärte sich der Irrtum auf; er brachte mir als Maschinenverkäufer die Multimatic sehr schnell näher. Zur Messe in Frankfurt 1990 traf ich schließlich meine auch im Nachhinein gute Entscheidung für Multimatic, die Kreditmöglichkeiten für die ehemalige DDR zu diesem Zeitpunkt machten die Finanzierung möglich.

Ihr Fach-Ladeneinrichter
Handwerk Technik Kreativität



LINNEMANN
objekt-&innenEinrichtungen

Überzeugen Sie sich

Besuchen Sie unsere Ausstellung

www.linnemann-melle.de

Linnemann Objekt & Inneneinrichtung GmbH + Co. KG
Zur Fünfte 1 49326 Melle-Wellingholzhausen
Tel. 0 54 29 / 94 22-0 Fax 0 54 29 / 94 22 -54

Was war diese Investition für ein gewaltiger Fortschritt! Der Lösemittelverbrauch unserer drei vorhandenen modernen Chemischreinigungsanlagen vor der Wende belief sich auf 13 t pro Jahr. Heute, bei fast gleichem Reinigungsvolumen, ist der Verbrauch auf weniger als 1 t im Jahr minimiert.

Jochen Schulz, Pulsnitz

Erfolgreicher Erfahrungstransfer aus der Praxis in die Technik

Gern erinnere ich mich an meine erste SECO aus dem Jahre 1970, nach meinen Wünschen mit der ersten 24-Bahnen-Automatik (Ramstetter-Steuerung) ausgestattet. Es gab damals heiße Diskussionen über diese Entwicklung, aber man war offen für Kundenwünsche und Anregungen. Auch aus diesem Grund arbeiten wir heute noch mit Multimatic-Maschinen, denn viele Ausstattungsdetails dieser erfolgreichen Reinigungsanlagen wurden von und mit -kollegen diskutiert, entwickelt und schließlich gebaut. Die Verlässlichkeit der Anlagen ist Garant für die Einhaltung der weltweit schärfsten Umweltschutzbedingungen und für die Erstellung guter Reinigungsqualität. Der Aachener-Raum wird allgemein als Multimatic-Land bezeichnet, hier stehen viele Maschinen und die Kolleg/innen sind

zufrieden. Der Name Multimatic steht darüber hinaus für die Unterstützung der Branche in vielen Bereichen, vom Ladenbau bis zur Werbung. Die Branche hat in all den Jahren viel Hilfe und Denkanstöße erfahren und auch wir sind vor allem Dieter Kampmann zu Dank verpflichtet, er und seine Mitarbeiter/innen leisten einen wertvollen Beitrag zum Wohle der Textilreiniger; ihnen allen gratuliere ich zum Markenjubiläum und wünsche eine erfolgreiche Zukunft für Multimatic.

Philipp Lenemann, Herzogenrath

Das Meller-Team im Innendienst

Geschäftsführer

Dieter Kampmann

Sekretariat/Verkauf Gebrauchtmachines

Brigitte Bachmann (HBV)

Verkaufsleitung/Angebotsabwicklung

Ursula Johanningmeyer (HBV)

Lilia Brinster

Technische Leitung

Ewald Brinker (Prokurist)

Kundendienst

Thomas Stoltmann

Jörg Stöner

Ersatzteilabwicklung

Andrea Kipping

Renate Lieberum

Alfred Meyer

Wilfried Meyer

Buchhaltung

Anneliese Ebbeke

Zentrale

Nadine Schülke

Auszubildende

Natalie Befort

Marketing intern

Verena Spieshöfer

Marketing extern

Gabriele Rejschek-Wehmeyer

Sichere Basis

■ **MELLE** – Die sichere Basis des Komplettinrichters Multimatic für die professionelle Textilpflege bildet analog zur Servicezentrale mit umfangreichem Ersatzteillager in Melle der flächendeckende, bundesweite Beraterservice und Kundendienst: Das sind 14 exklusive Vertriebspartner und 21 Kundendienststationen (s. Seite 12/13), die eng miteinander kooperieren. Ausgeschieden sind jetzt Manfred Schörner, Wunsiedel, als Handelsvertreter, sowie Kundendienstpartner Wolfgang Bender, Hattersheim und Lothar Brinlinger, Jülich-Stetternich, aus persönlichen bzw. Altersgründen.

»Wir bedanken uns für das langjährige Engagement unserer stets zuverlässigen Partner, die dazu beigetragen haben, die Multimatic-Markenprodukte am Markt zu etablieren und zu sichern«, so Kampmann. Neu im bundesweiten Team sind Michael Härtner, Gammertingen, und Alfons Hofmann, Bayreuth, als Handelsvertretungen, sowie Hilmar Röder, Erzhausen, als Kundendienstpartner. »Ich freue mich, weitere kompetente und vertrauenswürdige Partner für unser Unternehmen und im Interesse unserer Kunden gewinnen zu können«, betont Kampmann. »Unsere Marktpräsenz weiter auszubauen und zu festigen, gehört zu unseren wichtigsten Aufgaben für die Zukunft.« **MultiVision** stellt die neuen Vertriebs- und Servicepartner im November vor. www.multimatic.de

Günstige Gebrauchtmachines

_KWL-Maschinen

Multimatic S 320 KWL

Füllmenge 16 kg, el. beheizt, Bj. 1994/95

Multimatic Phoenix 420 KWL

Füllmenge 21 kg, HD + el. beheizt,

Bj. 1994/95/96

Multimatic Phoenix 500 KWL

Füllmenge 25 kg, HD, Bj. 1993/95

_Multimatic PER-Maschinen

Füllmenge von 12 bis 32 kg,

HD + el. beheizt, Bj. 1993-1997

Alle Maschinen entsprechen

der 31. bzw. 2. BImSchV

_Finishgeräte

Bügeltische · Garderobenformer

Doppelfinisher · Pressen · Hemdenfinisher etc.

_Nassreinigungstechnik

Waschschleudermachines

Wäschetrockner · Mangeln

Multimatic

iLSA Deutschland GmbH

Gerdener Straße 71 · D-49324 Melle

Telefon [05422] 10 00 · Fax 1 00 48

Email: info@multimatic.de

www.multimatic.de

Die Seitz Familie

Kontinuierlicher Erfolg durch Forschung und Entwicklung

■ **KRIFTEL** – In der kleinen Gemeinde Kriftel vor den Toren Frankfurts hat die weltweit agierende SEITZ GmbH ihren Firmensitz. Dieser Standort, in der Nähe des Frankfurter Flughafens, ist ideal für einen modernen Chemiebetrieb mit besten Voraussetzungen für Forschung, Produktion und Verwaltung. Gründer des Familienunternehmens, das sich durch Kontinuität bei größtmöglicher Flexibilität im Bereich der Forschung und Weiterentwicklung von Hilfsmitteln für die Textilpflege (ursprünglich Färberei) auszeichnet, war Heinrich Seitz.

Als junger Mann und Mitarbeiter der Bayer Farbwerke in Elberfeld entdeckte Heinrich Seitz die herausragenden Eigenschaften von Anilinfarben für die Textilveredelung. Überzeugt von seiner Idee und mit dem Gespür für die unternehmerische Chance gründete er 1885 das »Anilinfarben-Fabrik-Geschäft« in der Gutleutstraße in Frankfurt.

Da die Färbereibranche schnell die Vorteile der neuen synthetischen Farben im Vergleich zu den traditionellen Pigmentverfahren entdeckte, wuchs das Geschäft stetig und schon bald bot Heinrich Seitz eine ganze Reihe an Bedarfsartikeln für die professionellen Textilfärbereien an.

Zwei Jahre später trat sein jüngerer Bruder Fritz Seitz in die Firma ein. Die Anilinfarben wurden weiterentwickelt, verbessert und gegen Ende des Jahrhunderts florierte bereits der Export in andere europäische Länder. »Wir hatten eine glückliche Hand«, notierte Heinrich Seitz damals. »Stets konnten wir unseren Kunden zuerst das Neueste anbieten.«

Als Fritz Seitz 1905 starb, trat Heinrichs ältester Sohn Hermann Seitz in die Firma ein. Das Geschäft expandierte, 1906 eröffneten sie ihre erste Filiale in Berlin und 1910 bezog das Unternehmen eigene Räume in Frankfurt Sachsenhausen.

Im Jahr 1922 verstarb Heinrich Seitz im Alter von 63 Jahren, seine Witwe übernahm zusammen mit Hermann Seitz das Management, Sohn Dr. Alexander Seitz trat als promovierter Chemiker ebenfalls in das Unternehmen ein und wurde 1928 Mitinhaber.

Zu diesem Zeitpunkt hatte Seitz längst ein internationales Renommé auf dem Gebiet der Farbstoffmischungen, die speziell auf die Bedürfnisse der Textilfärbereien abgestimmt waren. Aufgrund des stetig wachsenden Kundenkreises im In- und Ausland

und der hervorragenden Unternehmensentwicklung erwarb man 1940 ein neues Betriebsgelände in Frankfurt Niederrad. Der Ausbruch des zweiten Weltkrieges verhinderte jedoch einen Neubau, 1944 wurden Fabrik und Lagervorräte durch einen Luftangriff fast völlig vernichtet. Mit großer Mühe wurde der Betrieb jedoch weitergeführt und nach und nach wieder aufgebaut.

Der Aufschwung der Nachkriegszeit brachte eine enorme Nachfrage nach Um- und

Auffärben von Textilien: Hochkonjunktur für die Firma Seitz. Es musste expandiert werden, der Umzug in eine größere Betriebsstätte in Frankfurt Niederrad wurde erforderlich.

Als Hermann Seitz 1958 kinderlos starb, trat sein Neffe Berthold Runge an seine Stelle. Drei Jahre später zog sich Dr. Alexander Seitz von den Geschäften zurück und überließ seinen Platz seinem Sohn Walter Seitz, Textilingenieur.

Der rückläufige Bedarf an Farbstoffen und



40 Jahre Multimatic-Markenqualität !

Wir gratulieren herzlich

zu diesem großen Jubiläum

und bedanken uns

für viele Jahre guter Zusammenarbeit.

Ihr SEITZ-Team

Fortsetzung Historie Seitz

die steigende Nachfrage nach chemischer Textilreinigung in den 60er und 70er Jahren erforderte eine schnelle Reaktion auf den wandelnden Markt. Intensive Forschungs- und Entwicklungsarbeiten in den hauseigenen Labors gaben Seitz die Flexibilität, den neuen Anforderungen gerecht zu werden und ein Sortiment an qualitativ hochwertigen Produkten für die Chemische Reinigung sowie eine Reihe von Spezialprodukten für die Leder- und Teppichreinigung auf dem Markt zu etablieren – mit internationalem Erfolg.

Die wachsende Produktion führte zum erneuten Umzug nach Kriftel vor den Toren Frankfurts, in unmittelbarer Nähe zum Frankfurter Flughafen. Seit 1974 ist dies der ideale Firmensitz für das moderne Chemieunternehmen. 1989 zog sich Berthold Runge aus dem Geschäft zurück, ihm folgte sein Sohn Alexander Runge als Geschäftsführer. Alexander Seitz, der Sohn von Walter Seitz, trat vier Jahre später als Marketing Manager in das Unternehmen ein und wurde 1996 ebenfalls Geschäftsführer.

1998 eröffnete die erste amerikanische Niederlassung in Tampa USA, um den amerikanischen und kanadischen Markt besser betreuen zu können.

Heute beliefert und berät Seitz als international führendes Unternehmen im Bereich Produkte für die professionelle Textilpflege weltweit 62 Märkte.

www.seitz24.com

30 Jahre Spezi's In sicherer Familienhand

■ **VERDEN** – Auch ihre Erfolgsgeschichte als traditionelles Textilpflege-Familienunternehmen wird begleitet von der Entwicklung der Multimatic-Markentechnik: 30-jähriges Jubiläum hatte in diesem Jahr Spezi's Sofortreinigung in Verden, geführt von der Familie Lencke.

Die Lenckes, das sind Erika, Robert und Tochter Susanne, die ebenfalls in diesem Jahr ihr ganz persönliches Firmenjubiläum feierte. Seit genau 20 Jahren unterstützt sie ihre Eltern in dem Reinigungsbetrieb, den Inhaber Robert Lencke 1975 gründete.

Seine Ausbildung zum Chemischreiniger machte er bei der Firma Chemofix in Cuxhaven, dort wurde er auch Betriebsleiter. Anschließend übernahm er die Geschäftsführung einer Schnellreinigungskette mit Sitz in Bremen; die Familie siedelte in Verden an. Die Neueröffnungen von Reinigungsfilialen in Supermärkten in Bremen und Verden waren zwar eine interessante Herausforderung für den Vollblutreiniger, aber der Wunsch nach echter Selbstständigkeit wuchs.

»Das Angebot, in Verden die Nachfolge eines kleinen, etablierten Betriebes anzutreten, nahmen wir nach zwei schlaflosen Nächten an«, erzählt Robert Lencke. Mit Stolz und der Überzeugung *klein aber mein* eröffnete das Ehepaar Lencke am 3. März 1975 ihren Betrieb, damals noch unter dem Namen *Spezi der Kleiderfreund*.

Ausgestattet mit einer alten Reinigungsmaschine und einer alten Hosenpresse, die vor allem mit viel Muskelkraft und gekonnter Beintechnik betrieben wurde, aber immerhin einem nagelneuen Bügeltisch,



Kompetenter Servicepartner in Sachen Textilpflege in Verden an der Aller: Spezi's Sofortreinigung, Große Straße 1.

folgten Wochen harter Arbeit mit mehr als 15 Stunden täglich. Gezielte Werbung brachte schnelle Erfolge und die Reinigungsqualität die gewünschte Akzeptanz der Dienstleistung bei den alten und neuen Kunden. »Schon nach vier Monaten«, so Lencke, »platzten wir aus allen Nähten und es kam uns zugute, dass wir am Ort eine weitere Reinigung übernehmen konnten. Nun machten wir auch Nägel mit Köpfen«, erinnert der Chef, »und kauften eine neue Multimatic-Reinigungsmaschine, eine Doppelhosenpresse und diverse Bügeltische. Wir richteten Annahmestellen in den umliegenden Gemeinden ein und eröffneten 1978 die Hauptfiliale in der Innenstadt; 1980 wurde der gesamte Betrieb in einen Neubau verlegt.

Mit dem neuen Firmennamen *Spezi's Sofortreinigung* änderten wir unser Konzept, mit dem Ziel, uns umsatzmäßig von den Annahmestellen und Nebenfialen unabhängig zu machen. Diesen Erfolg erreichten wir 1995, gefolgt von einer Umstellung auf Kaltbügeltechnik und unserer weiteren, neuen Multimatic Phoenix C. Damit haben wir uns einen gesicherten Familienbetrieb geschaffen, der von den Kunden nach wie vor gut angenommen wird.«

SCHIBENSKY

Wir liefern preisgünstig und schnell:

- Maschinen und Geräte für Ihre Bügelei
- Ersatzteile, Betriebsmittel und Zubehör
- Wäscherei-Maschinen
- Sondermaschinenbau
- Gebrauchtmaschinen

Unser Kundendienst hilft Ihnen gern!

SCHIBENSKY GmbH Gutenbergstr. 7, 28816 Stuhr
Tel. 0421 - 56784 • Fax 0421 - 56785
<http://www.schibensky.de> • hjs@schibensky.de

TEXfit – Erfolgreich im Verbund

Wir machen's schnellsaubergünstig!

■ *Markenqualität überzeugt und Marketingexperten bestätigen: Kunden verbinden mit Markenprodukten Verlässlichkeit, Qualität und Kontinuität. Die Anbieter von Markenprodukten und -dienstleistungen profitieren davon. Einen solchen Verbund stellt Hartmut Paul Kokerbeck jetzt in der **MultiVision** vor.*

Hässlichkeit verkauft sich schlecht – so lautet der deutsche Titel der Autobiografie von Raymond Loewy, einem der erfolgreichsten Produktgestalter der Welt. Nun wird Hässlichkeit immer subjektiv wahrgenommen. Fakt ist aber: Die professionelle Textilreinigung verkauft sich weitgehend schlecht und 80 Prozent aller Betriebe präsentieren ihre Leistungen in Läden mit veralteten Einrichtungen und überholtem Design. Da muss es doch einen Zusammenhang geben.

Ein Markenzeichenverbund schafft Abhilfe, denn: Markenzeichen schaffen Regeln. Ein Markenverbund hilft seinen Mitgliedern ihren *inneren Schweinehund* zu überwinden, indem sich diese nach den Regeln der Marke richten.

Ob wir uns einer Markengruppe anschließen wollen, hängt vor allem davon ab, in wie weit wir davon profitieren. Weil aber Leistungen wie Ladenbau, Werbung und Schulungen im Verbund weniger kosten, soweit das im Alleingang überhaupt realisierbar, sprich finanzierbar ist, macht es einfach Sinn, zumindest über einen Beitritt nachzudenken.

Gratis und profitabel ist allein schon der Gedankenaustausch mit qualifizierten Kollegen.

TEXfit ist ein solcher Markenzeichenverbund, der seinen Mitgliedern preiswerten Ladenbau in klaren Formen und Farben bietet: bestechend anders und einladend.

Die Wirkung: Unsere Kunden stehen vor dem Tresen und fühlen sich wohl.

Zum Konzept gehört die Werbung mit Markenstärke, die bereits beim Logo beginnt und sich konsequent durch die gesamte Ladengestaltung zieht. Der **TEXfit**



Der Name TEXfit steht für den Marktauftritt im Markenverbund. Der TEXfit Slogan bringt die Philosophie auf den Punkt: Schnellsaubergünstig ist das Dienstleistungsangebot.

Slogan bringt schließlich die Werbeaussage auf den Punkt: »Wir machen's schnellsaubergünstig.«

Schnell, damit der Kunde nicht lange warten muss und *sauber*, weil der Kunde Qualität bekommen soll. *Günstig*, weil der Kunde nicht mehr dafür ausgeben muss.

TEXfit hebt sich mit seinem professionellen Marketing von dem Rest der Branche deutlich ab. Zusammen mit einem perfekten, freundlichen Service im Standort entsteht so etwas Unverwechselbares: der bleibende Eindruck beim Kunden.

Das Preis- und Organisations-System ist einfach, denn komplizierte Systeme werden von Kund/innen und Mitarbeiterinnen nicht verstanden und deshalb auch nicht gern genutzt.

TEXfit hat nur wenige klar strukturierte Preisgruppen. Das überzeugt den Kunden und der erzählt es weiter. Ebenso einfach und reibungslos funktioniert der Betriebsablauf: schnell und direkt nach dem Fließprinzip. Preissystem und Betriebsablauf zusammen sorgen für zufriedene Kunden und eine gesunde Kostenstruktur; die regelmäßige Schulung aller Mitarbeiterinnen in Verkauf und Betriebsablauf ist selbstverständlich.

Anmerkung der Redaktion:

Für weitere Fragen steht

Hartmut Paul Kokerbeck unseren

Leserinnen und Lesern zur Verfügung

hpk@fml-krefeld.de

Telefon (021 51) 56 75 86

Vom Wert der Marke

Service-Qualität als Orientierung

Von Adidas bis Zewa, jeder von uns kann problemlos eine Reihe von Marken aufzählen. Coca Cola ist der Inbegriff dieser betriebswirtschaftlichen Erfolgskomponente; dessen Markenwert auf 71 Mrd. US\$ geschätzt wird. Mit der Frage, ob sich Marken nur für reale Produkte kreieren lassen oder ob es möglich ist, aus einer Dienstleistung wie der Textilpflege eine Marke zu generieren, beschäftigt sich Klaus Eder von der Intrasys GmbH, Altdorf, für die **MultiVision**.

Eine Marke besteht aus materiellen und immateriellen Komponenten: das Produkt und seine Funktion einerseits und die unterschiedlichen symbolischen Nutzenkomponenten (das Image) andererseits.

Neurowissenschaftler glauben sogar belegen zu können, welche Emotionen eine Marke hervorruft und versuchen dadurch den Kauf des Produktes auszulösen. Somit gesellt sich als dritte Komponente, die emotionale, zu einem Nutzenbündel, das vom Verbraucher wahrgenommen wird und für die Kaufentscheidung ausschlaggebend ist. Natürlich geht es hier immer um einen subjektiven Wert, dem individuellen Mehrwert gegenüber anderen Produkten, der schlussendlich über den höheren Preis am Markt kapitalisierbar ist. Der Gebrauchswert des Produktes, also z. B. Durstlöschen mit Coca

Cola, steht weniger im Mittelpunkt als seine symbolisch bzw. ideologische Bedeutung.

■ Auch Dienstleistungen haben materielle Bestandteile (z. B. saubere Textilien) als Ausgangspunkt für die weitere Entwicklung. Hier muss vor allem die Qualität der materiellen Bestandteile die Erwartungen der Kunden erfüllen, was durch das klassische Qualitätsmanagement sichergestellt werden kann.

Die Güte der Dienstleistung, die Service-Qualität kennzeichnet den immateriellen Bestandteil und lässt sich über den Grad der Erfüllung von Erwartungen definieren. Das wirft zwangsläufig die Frage aus: Wie gut ist meine Service-Qualität?

Dafür gibt es fünf relevante Komponenten:

1. Zuverlässigkeit

Wurde das Versprochene zuverlässig und richtig geliefert?

2. Sicherheit

Wird durch die Kompetenz und Höflichkeit der Mitarbeiter Vertrauen an den Kunden vermittelt?

3. Zuwendung

Sind das Engagement und die persönliche Betreuung der Kunden durch die Mitarbeiter angemessen?

4. Einsatz

Ist die Bereitschaft, Kunden zu helfen und sie prompt zu bedienen, vorhanden?

5. Materielles

Wird durch Einrichtung, Ausstattung meines Betriebes sowie dem Erscheinungsbild (Präsentationsform, Kleidung der Mitarbeiter) das richtige Bild meiner Dienstleistung vermittelt?

Diese fünf Komponenten dienen als Checkliste zur Überprüfung der eigenen Leistungen, um evtl. Schwachpunkte aufzudecken, Verbesserungsansätze zu finden und geeignete Maßnahmen umzusetzen und zu kon-

trollieren. Im Qualitätsmanagement heißt dieser sich ständig wiederholende Zyklus »Plan-Do-Check-Act«-Zyklus.

»Service-Qualität muss kommuniziert werden.«

Eine weiterreichende Bedeutung hat Service-Qualität für die Markenqualität einer Dienstleistung, denn Marken dienen der Hervorhebung von Konkurrenzleistungen. Die Einzigartigkeit (Unique Selling Proposition, USP) einer gut positionierten Marke äußert sich durch preisliche Spielräume für den Anbieter.

Für den Kunden bieten Marken eine schnelle Orientierung, da Qualität und Güte der Leistung bekannt sind. D. h.: Die Service-Qualität muss kommuniziert werden!

Marken entstehen durch den langfristigen Aufbau sozialen Vertrauens, wo vor allem bewährte Warenqualität (oder Service-Qualität), Wiedererkennbarkeit als Image durch psychologisch gelungene Produktgestaltung (Auftritt des Unternehmens nach außen) und Akzeptanz durch bestimmte Konsumentengruppierungen die größte Rolle spielen.

Marken können nicht von heute auf morgen erschaffen werden. Ein schlüssiges Werbekonzept gekoppelt mit einem passenden Markenimage sind Grundvoraussetzungen, eine Marke nachhaltig im Markt zu etablieren.

Auch für die professionelle Textilpflege gilt: Der Kunde muss die Marke in Verbindung mit der Serviceleistung positiv wahrnehmen, was sich wiederum positiv auf den Bekanntheitsgrad auswirkt und somit Kundenzufriedenheit schafft, die zur gewünschten Kundenbindung und -neugewinnung führt. Das Ziel ist Umsatzwachstum und schließlich der immense Wertzuwachs des Unternehmens. Eine etablierte Marke ist bares Geld.

www.intrasys-gmbh.de

- RCM/17 1.395,- Euro
 - RCM/40* 2.765,- Euro
 - TEC-SKS-EBM-UX-Ersatzteile
 - Reparaturen
 - monatliche Miete ab 49,- Euro
 - alle Preise plus MwSt.
 - Meisterwerkstatt · alle Modelle
 - Kostenvoranschläge
 - Ersatzkassen
 - tägl. Paketdienst
 - 24-Stunden-Service
- * einzige Spezial-Reinigungskasse



Kassen + Rollen Huth GmbH

50823 Köln · Telefon (02 21) 51022 31-71

Telefax (02 21) 51020 83

Spezialkassenrollen für alle Kassen

Vertretungen: Bayern, Regensburg · Norddeutschland,

Sulingen-Kirchdorf · Breisgau, Freiburg

Der Mensch als Marke Herrenmode mal ganz ›Anders‹

Hätten Sie ihn erkannt? Thomas Anders, deutsche Popikone und langjähriger Partner von Dieter Bohlen als legendäres Duo *Modern Talking*. Im weißen Anzug und brauner Lederjacke präsentiert er den aktuellen, lässigen, frischen und markanten Trend der deutschen Modedesignerin Doris Hartwich jetzt auch in **Reiniger@work**.

Dass sich hinter dem Sänger und Produzenten (Jahrgang 1963) ein trend- und modebewusster Mann verbirgt, wird niemanden wundern.

Anders kann auch anders. Der Künstler mit Publizistik-, Germanistik- und Studium für Musikwissenschaften agiert nicht nur als klassisches Model für lässige, aber keineswegs nachlässige Herrenmode, die ihm Doris Hartwich nahezu auf den Leib *geschneidert* hat.

Seit der Trennung von *Modern Talking* im Herbst 2003 war der Solokünstler mit zahlreichen Auszeichnungen für seine musikalische Karriere auch als Moderator diverser Fernsehshows zu sehen. Außerdem ist Thomas Anders erfolgreich als Produzent und Komponist.

Ebenso bemerkenswert: Seit Juni 2002 beschäftigt sich Thomas Anders intensiv mit der Thematik *Der Mensch als Marke*. Er hielt darüber einen viel beachteten Vortrag an der Universität der Künste in Berlin und ist häufig Gastreferent bei namhaften Werbeagenturen und gefragter Gesprächspartner bei Podiumsdiskussionen.

Sein Vortrag wurde zudem in dem Buch *Der Mensch als Marke* (Business Village Verlag, Göttingen) veröffentlicht.

Dass sich Mode sehr gut mit prominenten *Models* als Werbe- bzw. Markenträger im wahrsten Wortsinne verkaufen lässt, weiß natürlich auch Doris Hartwich. Sie ist die einzige Frau in Deutschland, die ausschließlich Männermode entwirft und dieses sehr erfolgreich!

Zahlreiche Prominente vertrauen ihrem besonderen Stil. So hat sich Schauspielgröße Jan Josef Liefers in einem Hartwich Outfit mit seiner Kollegin Anna Loos verlobt. Moderator und TV-Beau Holger Speckhahn stand als DH-Testimonial im mondänen Seefeld in Tirol vor der Kamera und ARD Schauspieler Michael Roll fliegt meist in DH-Lederjacke leidenschaftlich gern Helikopter. Boxweltmeister Sven Ottke stieg immer im eigens von Doris Hartwich entworfenen Boxmantel in den Ring und ging ungeschlagen aus demselben! Und ARD Tatort Kommissar Dominic Raacke spielt keine Folge ohne die von ihr entworfene Tatort-Lederjacke.

Produziert werden die Doris Hartwich Kollektionen übrigens vom Herforder Modeunternehmen Brinkmann, eine Verbindung, die zur Basis eines außergewöhnlichen Erfolgs wurde.

Doris Hartwich lebt und arbeitet in München (www.dorishartwich.de).

Ganz gespannt ist die Redaktion von **Reiniger@work** nun darauf, wie schnell die Leserinnen und Leser hinter dem männlichen Modell im legeren Edeltrend den Superstar erkennen.

Als Hauptgewinne gibt es diesmal edle Designerdüfte: Der markant-maskuline Duft *Hugo Boss Bottled* für den Herren und für die Damen: *Hugo-Boss Woman*. Wir bleiben klassisch!

Reiniger@work informiert hochwertig und stilvoll mit der aktuellen Spätsommer/Herbst-Ausgabe über die Vorzüge der klassischen Textilpflege. Dazu gehört längst auch die Nassreinigung ... und das sollten alle

Verbraucherinnen und Verbraucher jetzt auch verstehen. Ebenso wie die

Tatsache, dass Textilpflege-Profis die Problemlöser der Wahl bei allen Fleckenproblemen sind. Information schafft Vertrauen.

Kontakt:

info@reiniger-at-work.de



Buchholz Textilpflege 125 Jahre sauber!

■ BAD OLDESLOE – 125 Jahre

Firmengeschichte und Textilpflegetradition feierte Buchholz Textilpflege in diesem Jahr, als eines der ältesten Unternehmen in Bad Oldesloe.

Firmenchef Rainer Buchholz ist überzeugt: Die professionelle Textilpflege bleibt! Allerdings sei sie nicht mehr das, was sie vor 125 Jahren war, vor 100 oder 50 und nicht einmal mehr vor 10 Jahren, weiß der engagierte Unternehmer, der mit der Textilpflege buchstäblich groß geworden ist. Die Fähigkeit, auf Marktveränderungen flexibel zu reagieren, ist Basis seines unternehmerischen Erfolgs.

Er erzählt die Geschichte seines Unternehmens, die im Jahre 1880 damit beginnt, dass sein Urgroßvater Martin Buchholz am 1. April eine *Färberei und Chemischreinigung* in der Mühlenstraße 24 in Bad Oldesloe gründet. Zuvor ist dieser mit seinem Handwagen über Land gezogen, um Kleider und Wolle bei den Bauern zum Färben abzuholen.

Zum Hauptgeschäft der Firma Martin Buchholz gehört das Färben von Wolle, als Lohn erhält Buchholz Rohwolle, die er bei der Wollspinnerei & Strickerei Blunck in Bad Segeberg spinnen lässt. Auch Blunck bekommt allerdings kein Geld; sein Lohn ist ein Teil der eingefärbten Wolle. Das eingefärbte Wollgarn lässt Martin Buchholz bei Blunck zu Strümpfen und Jacken verarbeiten, als Gegenleistung nimmt er Färbearbeiten entgegen. Die Fertigware wird schließlich bei Buchholz im Laden verkauft.

Die zweite Generation verlagert ihren Schwerpunkt dann auf die chemische Reinigung; die Reinigung einer Herrenhose in den 20er Jahren des letzten Jahrhunderts kostet übrigens eine Goldmark.

Anfang der 30er Jahre wird dem Unternehmen eine Wäscherei angegliedert, von der Buchholz im 2. Weltkrieg profitiert.



Unmittelbar nach dem Krieg boomt die Färberei: Woldecken und Uniformstücke werden gefärbt, bezahlt wird meist mit Naturalien, Geld hat ohnehin keinen Wert.

Eine besondere Investition und Stolz des Unternehmens ist in den fünfziger Jahren der erste Firmenwagen, ein weinroter Opel-Lieferwagen mit weißer Firmenaufschrift, mit dem das Filialnetz beliefert wird, zu dem bereits Läden in Bad Segeberg, Ratzeburg, Lübeck und Travemünde gehören. Jetzt kostet die Reinigung einer Herrenhose 1,20 D-Mark.

Mit dem Wirtschaftswunder 1963 geht das lukrative Geschäft mit der Färberei zu Ende. Eine gänzlich neue Ära der Buchholz Textilpflege beginnt 1984: Rainer Buchholz übernimmt die Firma und setzt unter dem Namen *Buchholz Textilpflege* konsequent auf Wachstum. Er siedelt seinen modernen Zentralbetrieb im Jahr 1990 im Oldesloer Gewerbegebiet West an. Auf 500 qm Nutzfläche erfüllt er hier bereits weit vorausschauend die später geforderten strengen Richtlinien zum Schutz der Umwelt. Bis heute hat Buchholz auch im Hinblick auf den Umweltschutz Vorbildfunktion und wird daher immer wieder gern von internationalen Fachdelegationen, z.B. aus Japan, Frankreich und Skandinavien, besucht.



Im Bereich des Privatkundengeschäftes überzeugt Buchholz vor allem durch seine Angebotsbreite für seine Kunden zwischen Lübeck und Ahrensburg. Er bietet das *volle Programm*, angefangen von der klassischen Reinigung über den Wäschedienst bis zur Gardinenspezialpflege und Teppichreinigung. Den größten Umsatz macht er allerdings mit der gewerblichen Textilpflege, u.a. durch eine Kooperation mit der Großwäscherei Duncker in Lübeck (hier

erstreckt sich das Einzugsgebiet bis nach Hamburg, Berlin und Mecklenburg-Vorpommern). Auftraggeber sind Senioren- und Pflegeheime, Industrieunternehmen, der Textilhandel sowie Schulen und Behörden, die Kleidung, Vorhänge und Heimtextilien reinigen oder Textilien aufbereiten und veredeln lassen. Zusammen mit Partnerbetrieben bietet Buchholz Textilpflege einen exklusiven Wäscheservice für große Hotels und Gastronomie. Ein bemerkenswerter Geschäftsbereich ist der *Aircraft-Textile-Cleaning-Service*: die Reinigung und Bereitstellung von Sitzbezügen und Textilien für den Luftverkehr (z.B. für die Lufthansa, Condor und Thomas Cook). Gemeinsam mit der Zulieferindustrie hat Buchholz auf diesem Gebiet entscheidend zur Optimierung des Sicherheitsstandards beigetragen.

Insgesamt bearbeiten die rund 80 Mitarbeiter im Reinigungsbetrieb und in den Filialen täglich zwischen 3500 und 4000 Einzelteile, eine Wäschemenge von 2 bis 2,5 Tonnen Gewicht pro Tag.

Die Reinigung einer klassischen Herrenhose kostet übrigens 4,95 Euro.



Arbeits- und Umweltschutz Gesetze für Textilpflege-Profis

Welche Regelungen zum Schutze von Menschen und Umwelt muss die gewerbliche Textilpflege beachten? Diese Zusammenstellung der DTV-Informationsstelle ermöglicht einen Überblick über die aktuellen gesetzlichen Verpflichtungen für Reiniger und Wäscher. Eine vollständige Zusammenfassung aller gesetzlichen Regelungen wird derzeit vom DTV erstellt und in einem aktualisierten Umweltschutzratgeber veröffentlicht.

Für Chemischreinigungen gilt:

1. Immissionsschutz (BImSchG)

- 2. Bundes-Immissionsschutzverordnung (2. BImSchV) – wichtige Anforderungen an Per-Maschinen
- 31. Bundes-Immissionsschutzverordnung (31. BImSchV) – VO zur Begrenzung Emissionen flüchtiger organischer Verbindungen, wichtige Anforderungen an KWL-Maschinen
- TA-Luft – gilt nur für genehmigungspflichtige Anlagen
- Lärmschutz

2. Wasserrecht (Wasserhaushaltsgesetz)

- Rahmen-Abwasserverwaltungsvorschrift, Anhang 52 »Chemische Reinigungen« und Anhang 55 »Wäscherei«
- Abwasserherkunftsverordnung
- Landeswassergesetz
- Indirekteinleiterverordnung
- Eigenüberwachungsvorschriften
- Kommunale Abwassersatzung
- Wasch- und Reinigungsmittelgesetz
- Verwaltungsvorschrift wassergefährdender Stoffe – Einstufung der Lösemittel nach ihrer Gefährlichkeit.

3. Abfallrecht

(Kreislaufwirtschafts- und Abfallgesetz)

- Nachweisverordnung – Nachweisverfahren für besonders überwachungsbedürftige Abfälle (Entsorgungsnachweis)
- Klärschlammverordnung

4. Bodenschutz

- (Bundes-Bodenschutzgesetz)
- Bundes-Bodenschutz- und Altlastenverordnung – Konkretisiert Anforderungen zum Bodenschutz und zur Altlastensanierung

5. Staatlicher Arbeitsschutz

- Gefahrstoffverordnung
- Arbeitsstättenverordnung
- Betriebssicherheitsverordnung
- Biostoffverordnung
- Verordnung über brennbare Flüssigkeiten
- Verordnung über elektrische Anlagen in explosionsgefährdeten Bereichen
- Druckbehälterverordnung
- EU-Maschinenrichtlinie
- CE-Kennzeichnung und Konformitätserklärung

6. Berufsgenossenschaftliche Regeln

- BGV 1 Prävention
- BGR 256 Betreiben von Wäschereien
- BGR 264 Betreiben von Chemischreinigungen
- BGR 265 Betreiben von Bügelmaschinen
- ...

Weitere Informationen:
www.dtv-bonn.de

Personalien

■ **BONN** – Udo Nagelschmidt, Rheine, wurde zum neuen Vorsitzenden des Ausschusses Aus- und Weiterbildung im DTV gewählt, Stellvertreter ist Christian Himmelsbach, Freiburg. Udo Nagelschmidt löst damit den langjährigen Vorsitzenden Klaus Ruhe, Bielefeld, ab.
www.dtv-bonn.de

■ **BÖNNIGHEIM** – Seit 10 Jahren leitet Dr. Stefan Mecheels nun die Hohensteiner Institute in Bönnigheim, im Juli feierte er Jubiläum. 1995 hatte er die Führung des Forschungs- und Dienstleistungszentrums von seinem Vater Prof. Jürgen Mecheels übernommen und den internationalen Ruf des Institutes weiter gefestigt.
www.hohenstein.de

Pflegekennzeichen jetzt abrufen

■ **BONN** – Die DIN EN ISO 3758 »Textilien-Pflegekennzeichnungs-Code auf der Basis von Symbolen« wurde Mitte Mai 2005 von der Arbeitsgemeinschaft Pflegekennzeichnung für Textilien, Eschborn, offiziell frei gegeben.

Neu in die Symbolreihen wurde das W im Kreis für die professionelle Nassreinigung aufgenommen; die überarbeiteten Kurz- und Langfassungen der Richtlinie für die Pflegekennzeichnung von Textilien stellt die Arbeitsgemeinschaft zur Verfügung.
www.dtv-bonn.de

BTV lädt ein

■ **GRAINAU** – Der diesjährige Verbandstag des Bayerischen Textilreinigungsverbandes findet vom 21. bis 23. Oktober 2005 wieder im Eibsee-Hotel in Grainau statt.

Gute Laune und Unterhaltung verspricht auch in diesem Jahr am Freitagabend ein zünftiger Hüttenabend, diesmal allerdings auf der Eibsee-Alm.

Weitere Informationen auch für interessierte Aussteller gibt der BTV, Fürstenrieder Str. 35, 80686 München, Tel.: (089) 56 33 27

Impressum

Herausgeber

Multimatic
ILSA Deutschland GmbH
Dieter Kampmann
Gerdener Str. 71 · D-49324 Melle
Tel. [05422] 100-0
Fax [05422] 10048
www.multimatic.de
dkampmann@multimatic.de

Redaktion und Anzeigen

Gabriele Rejschek-Wehmeyer
Fahrenkampstraße 38
32257 Bünde
Tel. + Fax [05223] 18 83 79
multivision@multimatic.de

Titelfoto

Dmitria Klinker

Gestaltung

Astrid Farthmann, Bünde

Druck und Verarbeitung

Druckerei + Verlag B. Scholten, Melle

Jetzt mehr *K(l)asse* machen!

Reiniger@work

Nur solange der Vorrat reicht.

Jetzt bestellen!

info@reiniger-at-work.de



Die feine englische Art prägt die Herrenmode in der kommenden Saison und verlangt eine erstklassige Reinigung

Hochwertige Damenmode braucht Profis für ihre Pflege und die fachgerechte Fleckentfernung

Für Gewinntypen: Thomas Anders erkennen und mit dem aktuellen Preisrätsel edle Designer-Düfte gewinnen

