



MultiVision

▪ **MARKTPLATZ TEXTILPFLEGE**

Interview zum Texcare Forum

▪ **GOLDENER KLEIDERBÜGEL**

Auszeichnung macht Siegerlaune

▪ **PORTRAITS DER BRANCHE**

Die Zukunft hat längst begonnen

Wintertrend 2006

Bequemlichkeit bei jedem Wetter

Goldener Kleiderbügel 2006 Leistungen Raum geben



Warum gibt der Geschäftsführer eines Maschinenunternehmens eine Zeitschrift heraus?

Diese Frage wurde mir häufig gestellt. Natürlich gehört das Zeitungsmachen nicht zu meinem Kerngeschäft. Daher überlasse ich die redaktionelle Arbeit den Leuten, die dieses Handwerk verstehen. Die Tatsache, dass sich die Redaktion der **MultiVision** aus Fachleuten zusammensetzt, die sowohl solides journalistisches Knowhow als auch gewachsenes, jahrzehntelanges Branchenwissen mitbringen, betrachte ich manchmal als Fügung. Entscheidend war diese Voraussetzung für unseren Entschluss, den *Goldenen Kleiderbügel* ins Leben zu rufen.

Hartmut P. Kokerbeck hatte die Idee und sorgte dafür, dass wir sie vom *American Drycleaner Magazine* adoptieren durften. Unser Gedanke dahinter: Wie aktivieren wir die Pressearbeit für die einzelnen Betriebe? Wir alle wissen, was es kostet (u.a. in harten Euro), die professionelle Textilpflege mit positiven Schlagzeilen in die Publikumspresse zu bringen. Die schmutzige Wäsche anderer Leute scheint eben doch spannender zu sein als blitzsaubere Leistungen.

Allerdings sieht das MultiVision-Team das anders, und in diesem Fall bin ich als Herausgeber unmittelbar involviert.

Ursprünglich war es mein Bestreben, mit der Zeitschrift vornehmlich das eigene Unternehmen darzustellen, bis ich erkannte,

wie wichtig es ist, allen Betrieben und Aktiven in der professionellen Textilpflege Raum zu geben, um über die eigenen Erfolge zu berichten. Also entschied ich, aus der **MultiVision** eine Publikation zu machen, die weit reichend informiert, Anregungen gibt und uns allen hilft, über den Tellerrand zu schauen.

Mittlerweile hat sie sich als Branchenforum eine Nische zwischen den etablierten Fachzeitschriften geschaffen, mit denen wir auf keinen Fall konkurrieren wollen. Nein, wir sind uns bewusst, dass unsere Zeitschrift für Textilpflege aufgrund ihres Umfangs und Erscheinungszyklus nur Ausschnitte aus dem aktuellen Branchengeschehen geben kann, wobei wir dennoch repräsentativ sind und immerhin mehr als 95% der etablierten Reinigungsbetriebe erreichen, die u.U. keine Fachzeitschriften abonnieren.

Repräsentativ für die Leistungsfähigkeit der Branche sind die neun Gewinner des diesjährigen *Goldenen Kleiderbügel*. Sie alle haben ihn verdient und wir hoffen, dass sie damit ebenso gute Erfolge für die eigene Pressearbeit erzielen wie ihre Kollegen in 2005, als dieser Preis zum ersten Mal vergeben wurde. Die Redaktion **MultiVision** wird sie weiterhin unterstützend begleiten. Als Herausgeber ist es mir nun ein Anliegen, diesen neun engagierten Unternehmer/innen neun (anzeigenfreie) Seiten zur Verfügung zu stellen, auch wenn es unseren Umfang nahezu sprengt und viele andere Meldungen auf der Strecke bleiben mussten.

Erfolge möglich zu machen, sehe ich als meinen unternehmerischen Auftrag; Leistungen Raum zu geben bleibt meine Intention als Herausgeber der **MultiVision**.

Ihr Dieter Kampmann

Branchenaktion: Wetterfeste Aussichten



»Nässeschutz – ja, bitte!«, so lautet der Slogan der neuen Plakataktion der Branche vom 1. bis 30. November 2006.

Imprägnierung ist Profisache: Das neue

Aktionsplakat wirbt für eine der klassischen Zusatzleistungen der Textilpflegebranche, die jetzt und künftig gezielter beworben werden sollen.

Die zweite Plakataktion führt die Branchenkampagne von DTV und EFIT fort; wieder stellen neben den Verbänden die Sponsoren BÜFA, Kreussler, Multimatic und SEITZ die Plakate gratis zur Verfügung. Ab sofort können die flankierenden Werbemittel von den Homepages heruntergeladen oder abgerufen werden. Auf Wunsch gibt es beim DTV für *alle Betriebe* die Druckvorlagen für Handzettel und Flyer auf CD, bei Bedarf werden sie an die Druckereien vor Ort direkt geschickt.

Weitere Informationen:

www.dtv-bonn.de

Zeitgleich erscheint das Kundenmagazin **Reiniger@work** als begleitende Imagewerbung. Mit Informationen rund um textile Schutz- und Ausrüstungen vom Profi ist die Verbraucherinformation eine attraktive Ergänzung zur individuellen Werbung. **Reiniger@work** bleibt über den Aktionszeitraum von vier Wochen hinaus aktuell und kann nahezu unbegrenzt eingesetzt werden.

Der einfachste Weg, das Kundenmagazin als unverwechselbares Werbemittel aus dem eigenen Unternehmen zu präsentieren, ist der Eindruck von Firmenlogo und Anschrift auf der Rückseite. Fragen und Bestellungen: rliieberum@multimatic.de,

Telefon (0 54 22) 1 00 35

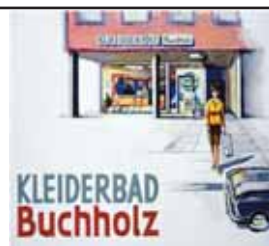


Immag der "ANDERE" Schnelldampferzeuger

www.dampferzeuger.de

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





- | | | | | | |
|---|---------------------------|----|---------------------------|----|-------------------------|
| 4 | Neu: Textcare Forum | 9 | Goldener Kleiderbügel | 21 | Reportage: Geiss |
| 6 | 20 Jahre Wehrle & Weber | 10 | Die Gewinner 2006 | 22 | Profile: Volker Schulke |
| 8 | CleanCard Comfort Service | 19 | Vereinigte Lederreinigung | 23 | Branchennews |

Liebe Leserin, lieber Leser,



familiär war die Atmosphäre während der Verleihung des Goldenen Kleiderbügel 2006 Anfang September in Melle (Seite 9). So erlebte es Linda Quadflieg, Redakteurin der *RWTextilservice*. Es ist eine besondere Ehre, dass die Fachpresse, vertreten auch durch Uwe Schön von der WRP, die Auszeichnung der **MultiVision** aufgreift und berichtet. Die PR-Aktion zieht Kreise, ohne Berührungsgängste und mit Unterstützung aller, die mehr positive Presse für die Branche erreichen wollen.

Vielen Dank, Hartmut Kokerbeck, das war eine Superidee! Und es hat wieder einmal Spaß gemacht, herausragende Konzepte kennen zu lernen und tolle Unternehmerinnen und Unternehmer in der professionellen Textilpflege. Ihre Zukunft hat für die meisten Erfolgreichen längst begonnen; Eberhard, Martin und Stefan Rauner bestätigen das (Seite 19). Wir portraituren Rauner senior und seine Söhne, die Macher der Vereinigten Lederreinigung. Geschichten und Menschen hinter den Kulissen der Dienstleistung Textilpflege sind so vielfältig und emotional wie das Leben. Wenn das in und zwischen den Zeilen unserer Reportagen über die Gewinner 2006 steht (ab Seite 10), wollten wir das so. Vielen Dank allen, die mitgemacht haben.

Emotional, persönlich und direkt wirbt das neue Branchenplakat »Nässeschutz – ja, bitte!«. Eine hübsche, junge Dame hat sich entschieden: Sie setzt auf Imprägnierung vom Profi. Analog dazu gibt es wie immer das Verbrauchermagazin **Reiniger@work** mit Fakten und Wissenswertem rund um die Profipflege. Wie immer liegt Ihr persönliches Exemplar der **MultiVision** bei.

Viel Spaß beim Lesen und einen erfolgreichen Winter,

Ihre Gabriele Rejschek-Wehmeyer

Impressum

Herausgeber

Multimatic iLSA Deutschland GmbH
Dieter Kampmann
Gerdener Straße 71
D-49324 Melle
Telefon [05422] 100-0
Telefax [05422] 10048
www.multimatic.de
dkampmann@multimatic.de

Redaktion und Anzeigen

Gabriele Rejschek-Wehmeyer
(V.i.S.d.P.)
Fahrenkampstraße 38
D-32257 Bünde
Telefon [05223] 188379
Telefax [05223] 188370
info@wortundidee.de

Titelfoto

bugatti

Gestaltung

Astrid Farthmann, Bünde

Druck und Verarbeitung

Druckerei + Verlag B. Scholten, Melle

Kurz notiert:

DTV-Verbandstag 2006

■ **FRANKFURT/BONN** – Am 23.11. 2006 startet der DTV seinen Verbandstag im Rahmen des Texcare Forums mit internen Sitzungen: Präsidiums- und Geschäftsführerkonferenz, Wahlen etc. Ein attraktives Besichtigungsprogramm bietet der DTV am 24.11.2006: Die Kreuznacher Zentralwäscherei, die Frankfurter Schule für Mode, die Firma SEITZ in Kriftel und der Fred Butler-Zentralbetrieb in Höchst können wahlweise besucht werden.

Das Texcare Forum 2006 eröffnet Klaus Jahn, Geschäftsführer intex e.V., Eschborn. Für einen motivierten Einstieg ins Fachprogramm sorgt unter dem Motto »Mit Begeisterung zum Erfolg« Jörg Löhr, Erfolgs- und Persönlichkeitstrainer, Augsburg.

Weiter durch das Programm führt Elgar Straub, Geschäftsführer des Fachverbands Bekleidungs- und Ledertechnik im VDMA e.V., München. Zum Thema »Textilien, Thesen, Temperamente – die Zukunft der textilen Kette« referiert Hans-Jürgen Ulmer, Marketing-/Vertriebsleiter und Prokurist der Firma Kettelhack, Rheine. Über »Wettbewerbsfähigkeit als das entscheidende Kriterium für den Unternehmenserfolg« spricht Kaspar D. Hasenclever, Geschäftsführer von Kreussler, Wiesbaden.

»Zukunftschancen durch den Einsatz moderner Technologie« zeigt Dirk Littmann, Geschäftsführer der Herbert Kannegiesser GmbH, Vlotho, im Anschluss daran auf.

Nach der Kaffeepause übernimmt DTV-Geschäftsführer Dr. Volker Schmid die Moderation und übergibt das Wort an Prof. Dr. Kurt Nagel, Systeme für Erfolg, Sindelfingen, der »Chancen für Unternehmen« skizziert. Gesellschaftliches Highlight ist eine abendliche Schiffstour auf dem Main, zu der die Messe Frankfurt einlädt.

Für DTV-Mitglieder relevant: Die DTV-Delegierten- bzw. Mitgliederversammlung am 25.11.2006 mit Gastredner: Holger Schwanecke, UDH-Geschäftsführer, Berlin. Ein ausführliches Programm und weitere Informationen:

www.dtv-bonn.de

Klaus Jahn zum Texcare Forum: Marktplatz Textilpflege öffnen

■ **FRANKFURT/ESCHBORN** – Ein Branchenevent feiert am 24.11.2006 im Congress Center der Messe Frankfurt Premiere. Forum und Fachkonferenz des Deutschen Textilreinigungs-Verband e.V. (DTV), des Industrieverband Textil Service e.V. (intex), des Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau – Fachverband Bekleidungs- und Ledertechnik (VDMA) sowie des Fachverband für Wäscherei-, Textil- und Versorgungsmanagement (FWL) soll Synergien schaffen. Veranstalter ist die Messe Frankfurt Exhibition GmbH, die auch die Texcare International ausrichtet. **MultiVision** sprach mit intex-Geschäftsführer Klaus Jahn.



Congress Center der Messe Frankfurt

Herr Jahn, ist es richtig, dass intex Initiator des Texcare Forums war?

Die Kommunikation mit allen Beteiligten in der Textilpflegebranche genießt bei intex seit seiner Gründung im Jahr 1999 höchsten Stellenwert. Aus diesem Grund engagiert sich intex außerordentlich im Messewesen. Die Texcare International, quasi unser gemeinsames *Heimspiel* in Deutschland, liegt uns dabei sehr am Herzen. Nach Aufnahme in den Messebeirat hat sich intex bereits zur Texcare International 2004 mächtig ins Zeug gelegt und gemeinsam mit den internationalen Partnerverbänden mit einer hochkarätigen und sehr gut besuchten Veranstaltung zum Gelingen der Messe beigetragen.

Begünstigt durch die räumliche, aber auch geistige Nähe zur Messe Frankfurt haben wir uns nach der letzten Texcare International die Frage gestellt, was wir tun können, um den langen, vierjährigen Rhythmus der Fachmesse sinnvoll zu nutzen. Unsere Idee eines Branchentreffs für die deutschsprachige Textilpflege in Form eines Kongresses mit angegliederter Ausstellung fiel allseits auf fruchtbaren Boden. Daraus wuchs erfreulicherweise das Texcare Forum, auf dessen Erstaustragung wir uns mächtig freuen.

Was ist die Idee des ersten Branchentreffs dieser Art?

Der Marktplatz Textilpflege hat eine besondere Bedeutung. Er bildet eine Basisdienstleistung ab, die in Teilbereichen weit entwickelt ist, in anderen Bereichen bedroht erscheint. Die Technologie erweist sich auf allen Ebenen als fortschrittlich und wird regelmäßig gut präsentiert. Was uns bislang fehlte, ist die umfassende Beschäftigung mit der Entwicklung des Marktes im größten Umfang. Der Idee des Texcare Forums entspricht es, sich bewusst von anderen Veranstaltungen abzugrenzen und das Marketing in den Fokus zu stellen.

Was konkret wollen Sie erreichen?



Die inhaltliche Diskussion nachhaltig zu beleben, wie wir nicht nur den Bestand an Kunden absichern, sondern mit welchen Maßnahmen wir neue Zielgruppen ansprechen und gewinnen können. Das Vortragsprogramm berücksichtigt genau diese Aspekte. Überdies halten wir es für sinnvoll, dass alle Partner innerhalb der Textilpflege ein gemeinsames Forum haben, um sich über Ideen, Erfahrungen, neue Entwicklungen und Chancen auszutauschen und sich in Erfolgen gegenseitig zu beleben. Schließlich wäre es wünschenswert, wenn im Nachgang weitere fruchtbare Initiativen entstünden, um den Markt in seinen Segmenten weiter oder neu zu erschließen.

www.intex-verband.de
www.messefrankfurt.com

Universelles Flüssigwaschmittel Eines für alle Möglichkeiten

■ **KRIFTEL** – *Viva Uni* heißt das neue Alleinwaschmittel aus dem Hause SEITZ, das sich vor allem durch seine universellen Einsatzmöglichkeiten auszeichnet. Der Hilfsmittelspezialist informiert: »Viva Uni eignet sich für die Vor- und Klarwäsche und zwar sowohl für empfindliche Oberbekleidung aus Alten- und Pflegeheimen als auch für Hotel- und Restaurantwäsche sowie für stark verschmutzte Berufskleidung, beispielsweise aus Lebensmittel verarbeitenden Betrieben wie Großküchen, Fleisch- und Fischindustrie.«

Die moderne, spezielle und hochkonzentrierte Rezeptur in *Viva Uni* mache den Einsatz von schädlichen Alkalibuildersystemen und die Verwendung zusätzlicher Waschkraftverstärker wie Fettlöser und Enzyme nun weitgehend überflüssig. Fettflecken und Eiweißverfleckungen würden allein durch *Viva Uni* zuverlässig entfernt werden: »Da *Viva Uni* frei von Alkali ist, kann es hervorragend zum Waschen und Bleichen für empfindliche Ware in Verbin-

dung mit *Viva Geniox* schon bei 30°C eingesetzt werden«, informiert die SEITZ GmbH, Kriftel.

»Für den Einsatz von *Viva Uni* in Wasch- und Bleichbädern bei denen *Viva Oxy*, eine Sauerstoffbleiche auf Peressigsäurebasis, oder *Viva Superox*, eine Sauerstoffbleiche auf der Basis von Wasserstoffperoxid, angewendet wird, kann der pH-Wert mit Viva Forte entsprechend eingestellt werden.«

SEITZ fasst zusammen: »Das universelle Flüssigwaschmittel *Viva Uni* setzt neue Maßstäbe in der professionellen Textilpflege: Bessere Waschleistung bei gleichzeitiger, deutlich verbesserter Faserschonung; strahlenderes Weiß durch den Einsatz von optischen Aufhellern und Reduktion der Verfahrenskosten durch den Wegfall von zusätzlichen Waschkraftverstärkern.« Weitere Details über die Produktneuheit: www.seitz24.de

Prof. Dr. Jürgen Mecheels

■ **BÖNNIGHEIM/KIRCHHEIM** – Nach längerer Krankheit verstarb am 31.7.06 Prof. Dr. Jürgen Mecheels. Er wurde 1928 als Sohn von Prof. Dr. Otto Mecheels, dem Gründer der Hohensteiner Institute, geboren.

Als promovierter Textilchemiker galt sein Lebenswerk der quantitativen Bekleidungsphysiologie. So gründete er 1961 das Bekleidungsphysiologische Institut Hohenstein e.V. und entwickelte das thermoregulatorische Funktionsmodell der Haut sowie ein standardisiertes Verfahren zur Schadstoffprüfung von Textilprodukten. Beide Werke haben bis heute ihre Gültigkeit, zum einen als Messgerät ISO 11092 zur Bestimmung des Tragekomforts von Textilien und zum anderen als Öko-Tex Standard 100 und dem damit verbundenen weltweit erfolgreichen Öko-Tex Label.

Neben seinen kreativen Erfindungen als Textilchemiker wurde er außerdem bekannt für sein Standardwerk *Körper-Klima-Kleidung* und ab 1963 als Leiter des Forschungsinstituts Hohenstein. Seine Leistungen wurden mit dem Professortitel und dem Verdienstkreuz am Bande ausgezeichnet. Seit 1995 führt sein Sohn Dr. Stefan Mecheels, als Leiter der Hohensteiner Institute, sein Lebenswerk weiter.
www.hohenstein.de



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



The fresher company.

Mehr als nur Imprägnierung:

**Wasser-
und
Schmutz
abweisend!**

Die Produktlinien **Aquastop** und **Cetox** zur Ausrüstung und Imprägnierung bieten umfassenden Faserschutz, der allen Anforderungen anspruchsvoller Kunden und moderner Textilien gerecht wird.

Mit Aquastop FC und Cetox Perfekt:

- für alle Medien (Wasser, KWL, PER)
- für alle Maschinentypen, ohne diese zu verkleben
- umhüllen jede Faser mit einem mikroskopisch feinen Schutzfilm
- erhalten das Gewebe bleibt luftdurchlässig und atmungsaktiv
- reduzieren Knitterbildung und geben sichtbar bessere Form

Mit Textilveredelung von Seitz gegen Flecken und Nässe!

die Kunden anspruchsvoller geworden?

Sicherlich, aber für uns gehört das seit jeher zum Geschäft. Es ist doch klar, dass der Kunde seine Wünsche vorgibt. Diese konsequent zu erfüllen, haben wir uns schon vor 20 Jahren auf die Fahne geschrieben. Zuverlässigkeit und Flexibilität sind für uns verlässliche Größen und keine Schlagworte, mit denen wir arbeiten.

Was ist heute anders als vor 20 Jahren?

Der Markt hat sich in den letzten zwei Jahrzehnten drastisch verändert und wir uns mit ihm. Das lässt sich anhand diverser Beispiele aufzählen, beginnend bei Umweltauflagen, die für die klassische Textilpflege maßgeblich waren, über die Einführung der Nassreinigung aufgrund des steigenden Anteiles waschbarer Textilien, bis hin zu verändertem Verbraucherverhalten. Entscheidend war für uns an jeder Stelle, dass wir uns den Markterfordernissen anpassen, denen sich auch unsere Kunden anpassen mussten.

Dann leuchtete es ein, dass Lösungen von der Stange heute nicht mehr funktionieren.

Exakt, allerdings haben die auch in der Vergangenheit selten funktioniert. Genau da haben wir vor 20 Jahren angesetzt, mit ganzheitlichen Lösungen auf die individuellen Bedürfnisse der Betriebe zugeschnitten. Sei es durch die Bereitstellung der richtigen Gebrauchtmaschinen, die bei uns in Buer generalüberholt werden oder bei der Produktion der Komponenten für Speziallösungen.

Wen bedienen Sie heute?

Wir sind in allen Bereichen kontinuierlich gewachsen. Heute versorgen wir Kunden in allen textilen Servicebereichen, von der kleinsten Mangelstube über den traditionellen Textilpflegbetrieb bis zur Großwäscherei, aber auch Gebäudereiniger, Altenheime und Krankenhäuser usw. Im Grunde machen wir alles, rund um den textilen Werterhalt. Ebenfalls kontinuierlich expandiert ist der Bereich Metallentfettung, den wir 1995 als zweites Standbein dazu genommen haben. Hier liefern wir weltweit im großen Rahmen.

Was nehmen Sie aus den vergangenen Jahrzehnten in die Zukunft mit?

Vor allem die Nähe zur klassischen Textilpflege und zu unseren Kunden. Gestern wie heute betrachten wir uns als Berater und Servicepartner, der seine Kunden Schritt für Schritt begleitet, von der Planung bis zur Realisierung. Wir lassen unsere Kunden nicht allein und verkaufen bzw. warten nicht einfach nur Maschinen. Ich denke, das konnten wir beweisen. In Multimatic haben wir einen starken Partner mit einer Unternehmensphilosophie, die nahtlos zu unserer passt. Wir arbeiten eben auf vielen Ebenen als erfolgreiches Team.

www.wehrle-weber.de

KWL-Umladetechnik

■ **BONN** – Mit Frist bis zum 31. Oktober 2007 will der Gesetzgeber nun voraussichtlich das Ende der KWL-Umladetechnik festlegen. Der DTV prüft gerade die Rechts-situation und sieht berechtigte Hoffnung, dass es Möglichkeiten gebe, die Umlademaschinen weiterhin zu betreiben. Betroffene Unternehmen können sich direkt an den DTV wenden.

Weitere Informationen:

Deutscher Textilreinigungs-Verband e.V.

In der Raste 12 · 53129 Bonn

Telefon: (02 28) 91 73 10 · Fax: 9 17 31 20

info@dtv-bonn.de · www.dtv-bonn.de

NEU!

LIZERNA FRESH

Dezenter, langanhaltender Frischduft...

Hochkonzentriertes Wäschedeodorant für die Alleinheim-, Restaurant- und Berufswäsche

BÜFA Reinigungssysteme GmbH & Co.KG
 August-Hanken-Straße 30 · D-26125 Oldenburg
 Telefon 0441 9317-251 · Telefax 0441 9317-100

BÜFA

Nähere Informationen unter www.buefa.de

Bequemlichkeit schafft Kundennähe Finden, Binden, Halten ...!

■ **HANNOVER** – Ein Kundenbindungssystem ist nur so gut, wie es vom Systemanbieter mit Leben erfüllt wird. Die CleanCard der Stichweh Franchise GmbH, Hannover, bringt für ihre Lizenznehmer jetzt einen echten Mehrwert durch die Zusatzoption »CleanCard Comfort Service«. Bequemlichkeit heißt das Verkaufsargument der Stunde in allen Dienstleistungsbereichen, mit dem Comfort Service von Stichweh kommt sie zu den Kunden der professionellen Textilpflege direkt ins Haus, sprich ins Büro oder die Verwaltung.



Systemberater Uwe Meyer (links) steht Reinhard Zenker, Hilden, beratend zur Seite.

»Unsere CleanCard ist an sich schon wertvoll für den Lizenznehmer. Den zusätzlichen Gewinn schafft die Option des Comfort Service«, sagt Hans-Jürgen Heyduk. »Hol- und Bringdienste für die private Garderobe von Beschäftigten in großen Verwaltungen gibt es zwar schon so lange wie die Textilpflege selbst«, sagt der Geschäftsführer der Stichweh Franchise GmbH.

Die Schwierigkeit bei solchen Dienstleistungen bestehe jedoch in der komplizierten Abwicklung: »Lieferscheine schreiben, Geld kassieren oder Rechnung schreiben, Mitarbeiter suchen usw.«

Um all das zu vereinfachen, habe Stichweh



Reinhard Zenker mit seiner Mitarbeiterin Irena Zhevova.

den Comfort Service *erfunden*. Unternehmer und seit kurzem CleanCard Lizenznehmer Reinhard Zenker in Hilden hat sich von der unkomplizierten Abwicklung des Konzepts begeistern lassen. Als die entscheidenden Vorzüge nennt er: »Ich muss meinen Kunden nicht erst großartige Erklärungen geben. Bei einer geringen Anfangsinvestition und vernünftigen Preisen erreiche ich einen rentablen Umsatzzuwachs.« Und das mit neuen Stammkunden, die seinen Ladenbetrieb gar nicht kennen, denn sie werden, wie gesagt, direkt am Arbeitsplatz bedient.

Vom reibungslosen Ablauf ließ sich der erste Kunde des AquaClean24-Betriebs von Reinhard Zenker, die Proaktiv-Versicherung, überzeugen. Zenker: »Die Mitarbeiter der großen Verwaltungen und Unternehmen wollen diesen Service, man muss nur jemanden im Unternehmen finden, der sich zuständig fühlt, um das Projekt zu starten.« Hilfestellung gibt hier der CleanCard Lizenzgeber seinen Partnern, informiert Heyduk. »Ein beauftragtes Telefonmarketing-Unternehmen vereinbart Termine, die von unserem Systemberater Uwe Meyer,

dem Lizenznehmer selbst oder mir persönlich wahrgenommen werden. Die Resonanz in unterschiedlichen Branchen ist beeindruckend.« Auf der Liste der namhaften Firmen stehen u.a. die Kali & Salz AG, TUI international, Wintershall AG, GE Moneybank, Rewe sowie Ernst & Young.

Im Moment laufen laut Systemberater Uwe Meyer starke Anstrengungen bei Ministerien und öffentlichen Verwaltungen, die noch einmal besondere Aufgabenstellungen mit sich bringen.

Hans-Jürgen Heyduk sieht die Entwicklung absolut positiv: »Ich sehe hier ein ganz wesentliches Marktsegment für die Zukunft der Branche. Wir müssen neue Wege beschreiten, so wie es uns in anderen Bereichen vorgelebt wird.« Entscheidend sei hier eben ein modernes und ausgetestetes Systempaket.

www.cleancard.de

Seniorenkleidung richtig pflegen

■ **BÖNNIGHEIM** – Am 16. November 2006 findet aufgrund großer Nachfrage ein weiterer Infotag in den Hohensteiner Instituten in Bönnigheim über die Nassreinigung von Oberbekleidung aus Altenheimen statt. Hierbei geht es vor allem um die Optimierung wäschereiinterner Abläufe. Die Teilnehmer/innen erhalten detaillierte Informationen über das Verhalten der Textilien bei der Nassreinigung. Natürlich werden auch betriebswirtschaftliche Aspekte berücksichtigt und die Grenzkostenrechnung mit ihrem Nutzen für den Betrieb exemplarisch vorgestellt.

Ein ausführliches Programm und die Möglichkeit zur Anmeldung gibt es im Internet: www.hohenstein.de/SITES/termine.asp oder unter der Telefonnummer: (0 71 43) 27 17 91

Aufwertung der Dienstleistung Textilpflege Offizielle Verleihung des Goldenen Kleiderbügel 2006

schiano GmbH



■ **MELLE** – Gruppenfoto mit Siegern: Siracettin Tayfur, Martina Schulz, Rainer Buchholz, Evelyn Schulte, Nicole Çakmak, Dogan Çakmak, Marion Straeter, Gabriele Rejschek-Wehmeyer, Karl-Heinz Straeter (vordere Reihe v.l.); Torben Kühl, Ernst-Friedrich Drews, Carolin Kehl, Detlef Weber, Susanne Kehl, Ewald Brinker (mittlere Reihe v.l.); Dieter Kampmann, Carolin Kehl, Hartmut P. Kokerbeck, Thomas Stoltmann, Marco Reichel und Christan Kehl (hintere Reihe v.l.).

In diesem Jahr verlieh die **MultiVision** ihren *Goldenen Kleiderbügel* zum 2. Mal für herausragende Leistungen in Technik, Organisation oder Marketing. Damit würdigt die Branchenpublikation Betriebe, die sich durch individuelle Konzepte oder besondere Detaillösungen auszeichnen. Herausgeber Dieter Kampmann überreichte sie den neun Gewinnern in Melle persönlich und betonte: »Sie alle gehören zu den Aktiven in unserer Branche, die ein gemeinsames Ziel verfolgen: Die Sicherung der Dienstleistung Textilpflege am Markt!« Die Ergebnisse und der Erfolg der täglichen unternehmerischen Höchstleistungen seien nicht nur höhere Umsätze und Gewinne, sondern vor allem der Imagegewinn für die gesamte Branche.



Während der Preisverleihung hatten die Preisträger die Möglichkeit, sich auszutauschen und kollegiale Kontakte zu knüpfen, um von den Mitbewerber zu lernen und zu profitieren. Zum Gewinn gehört übrigens die Begleitung der Betriebe durch die Redaktion **MultiVision** bei der individuellen Pressearbeit. »Die positive Presse für die Gewinner im letzten Jahr war ein bemerkenswerter Erfolg«, kommentierte Gabriele Rejschek-Wehmeyer. Daran anzuknüpfen wünschten sich natürlich alle Beteiligten.

»Zur positiven Außendarstellung eines Unternehmens, unabhängig von der Branche, gehört immer auch die Ladeneinrichtung und -gestaltung«, betonte Ansgar Linnemann, Inhaber der Firma Linnemann, Melle. Ein Besuch bei dem Spezialisten für Ladenbau, u.a. in der professionelle Textilpflege, stand auf dem Rahmenprogramm (Foto links). Hier standen ebenfalls erfahrene Profis für Höchstleistungen für den fachlichen Dialog zur Verfügung. Mehr darüber in der nächsten Ausgabe der **Multi-Vision**.

www.linnemann-melle.de

DAS ORIGINAL

MACHEN SIE IHREN KUNDEN ZUM STAMMKUNDEN MIT DER



UND WERDEN SIE LIZENZNEHMER DER

Nr. 1
der
Kundenkarten für beste Textilpflege

CLEANCARD SERVICE

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

Textilreinigung BLAB

Übernahme gelungen: Besser ist billiger!

■ **HOHENSTEIN-ERNSTTHAL** – »Besser ist billiger«, nach dieser Devise und auf der Basis des ganzheitlichen Konzepts nach der Methode Six Sigma hat Marco Reichel als Außenseiter das Traditions-Unternehmen BLAB übernommen und erfolgreich modernisiert. Dieses Erfolgsprojekt hat den diesjährigen Goldenen Kleiderbügel für gelungene Betriebsübernahme verdient, entschied die Redaktion **MultiVision**.

Das war eine glückliche Fügung. Eine Unternehmensberatung brachte gleich drei ideale Partner für ein gemeinsames Projekt zusammen. Der Textilreiniger Eberhard Blab wollte sich zur Ruhe setzen, der Betriebswirt Marco Reichel (30) wollte sich selbstständig machen und der Textilreinigungsmeister Michael Eisenbarth (36) suchte eine Führungsaufgabe. Im Juli 2005 übernahm Marco Reichel die Firma **BLAB** und machte sich gemeinsam mit Michael Eisenbarth an die Herkulesaufgabe, das Traditions-Unternehmen zu modernisieren, zu sichern und auszubauen. Dafür entwickelte er ein ganzheitliches Konzept nach der Methode Six



Sigma und setzte es dann Schritt für Schritt um.

Marco Reichel kennt Six Sigma aus seiner früheren Tätigkeit und ist begeistert. Ziel von

Six Sigma ist es, die Fehlerquote eines jeden Arbeitsschrittes zu senken. Das verbessert

zeit. »Unsere Bemühungen wirken sich direkt auf die Leistung aus, die wir unsern Kunden verkaufen. Die bemerken das und geben uns Lob und Anerkennung«, freut sich Marco Reichel.

Optik ist wichtig, will man den Kunden zeigen, dass ein neuer Wind weht. Also wurde der Verkaufsraum neu gestaltet: Moderner Speicherförderer, für die Kundenbequemlichkeit eine Kinderspielecke, für die Eltern

Controlling zu jeder Zeit in allen Bereichen des Unternehmens.«

Es folgte das Marketing; »Die Erstellung eines konkreten Marketing- und Werbeplanes und dessen Einhaltung verschaffte uns eine Vielzahl neuer Geschäftskunden. Durch unseren *Mobilen Business Service* erreichen wir das gehobene Kundenklientel in Firmen und Verwaltungen der Region«, beschreibt Marco Reichel diesen Sektor. Der Zentral-



Marco Reichel hat das Traditionsunternehmen BLAB modernisiert.



die Arbeitsqualität und senkt ganz automatisch die Kosten. Kurz gesagt: »Besser sein ist billiger«. Marco Reichel und Michael Eisenbarth durchleuchteten und standardisierten die Arbeitsabläufe in allen Abteilungen, machten Zeitstudien, eliminierten Doppelarbeit und erreichten bei geringeren Kosten eine bessere Bearbeitungsqualität der Ware in deutlich kürzerer Durchlauf-

die Sitzgruppe. Hier gibt es die aktuelle Tagespresse zu lesen und gleichzeitig ein Angebot interessanter Verkaufsartikel, vom Fusselroller bis zum Teppich-Shampoonierer. Alte Werbeplakate der Firma **BLAB** erinnern an die Unternehmenstradition.

Eine weitere dringende Notwendigkeit: Das innerbetriebliche Rechnungswesen musste auf den Prüfstand. Ein PC-Netzwerk mit fünf Stationen wurde installiert; die passende Software zur Auftragerfassung und -verwaltung, Lieferscheinerstellung, Rechnungslegung und Mahnwesen stammen von einem Spezialisten vor Ort. »Die Zeitersparnis allein in diesem Sektor beträgt 75 Prozent«, berichtet Marco Reichel. »Außerdem habe ich nun ein effizientes

betrieb in der Karl-May-Straße versorgt in drei Touren ca. 60 Annahmestellen und die steigende Zahl von Firmenkunden. Werbemaßnahmen sind u.a. das Trikot-Sponsoring des örtlichen Fußball-Clubs und das *Angebot des Monats*, das frühzeitig per Internet und Direktwerbung angekündigt wird. Nicht zuletzt musste die Produktion den Anforderungen des Übernahmekonzeptes entsprechend umgebaut werden. Alle Veränderungen wurden innerhalb eines halben Jahres umgesetzt. Dabei konnte sich die neue **BLAB** Geschäftsleitung auf alte und neue Mitarbeiterinnen gleichermaßen verlassen. »Alle sind von unserem Konzept überzeugt und wissen, dass wir gemeinsam unsere Ziele erreichen werden.«

www.textilreinigung-blab.de

Buchholz Textilpflege

Mehr als punktuelle ›Fleck-weg-Werbung‹

■ **BAD OLDESLOE** – Er hat erfolgreich eine Brücke zwischen Tradition und Moderne geschlagen und dokumentiert dies durch einen sauberen Werbeauftritt, hinter dem ein professionelles, modulares Marketingkonzept steckt. Rainer Buchholz bekam seinen Goldenen Kleiderbügel für Premium-Marketing.



Teamarbeit im Marketing: Torben Kühl, Martina Schulz und Rainer Buchholz.

Mehr als *Fleck weg-Werbung* sollte es sein. Was Rainer Buchholz seinen Kund/innen, insbesondere denen, die es werden sollen, präsentiert, ist anspruchsvolle, ideenreiche Werbung. Die Basis für stets aktuelle Aktionen und Werbemittel schafft ein innovatives Marketingkonzept, das er mit Unterstützung von Martina Schulz, Schulz-Concept, Bad Oldesloe, entwickelte.

»Kleiderbad war gestern – Wellness ist heute«, so ließe sich die Richtung, die Buchholz Textilpflege seit ihrem 125-jährigen Jubiläum im letzten Jahr konsequent geht, zusammenfassen. Mit dem seinerzeit topaktuellen Kleiderbad warb der klassische Reinigungsbetrieb bereits in den 60er Jahren professionell.

Heute profiliert sich das Traditionsunter-

nehmen als textiler Dienstleister am Markt und bedient mit gezielten Leistungsangeboten sowohl private als auch gewerbliche Groß- und Kleinkunden. »Unser Firmenjubiläum war der ideale Anlass, uns öffentlich im neuen Corporate Design und mit neuer Botschaft zu präsentieren«, sagt Inhaber Rainer Buchholz.

Ziele waren, die Wahrnehmung der Verbraucher für die Dienstleistung Textilpflege zu schärfen und den Premiumservice des Unternehmens zu kommunizieren. Der bestehende Kontakt zu Schulz Concept, Bad Oldesloe, bildet eine optimale Voraussetzung; der Marketingpartner vor Ort macht eine reibungslose und kontinuierliche Kommunikation möglich. Ein buchstäblich roter Faden sorgt für die Kontinuität. Ein

wichtiger Baustein des Marketingkonzeptes, der während der Jubiläumsaktionen werbewirksam integriert wurde, ist das soziale Engagement, mit dem der Unternehmer die Nähe zu den Menschen in Bad Oldesloe betont.

Rainer Buchholz bat alle Gäste, Freunde und Gratulanten, statt Blumen und Geschenken um eine Spende für die neue Orgel der *Peter-und-Paul-Kirche* zu Bad Oldesloe. Dadurch konnte schließlich die neue Orgelpfeife mit dem *TonB* finanziert werden.

Abgerundet werden alle Marketing- und Werbeaktivitäten von Buchholz durch PR-Arbeit. Die umfang-

reiche Berichterstattung zum Jubiläum war ein wertvoller Ansatzpunkt für die PR-Strategie, die wie alle anderen Maßnahmen beinhaltet, über Premium Textilpflegeservice zu informieren.



Unterm Strich: Die Vorgaben, die sich Rainer Buchholz gestellt hatte, wurden optimal erreicht. Zielorientiert und kontinuierlich zu agieren, statt punktuelle Werbung! Das positive Feedback seiner Kunden gibt ihm recht. Er hat gewonnen, vor allem an Image als Textildienstleister von morgen.

www.buchholz-textilpflege.de

adrett Textilreinigung Drews

Die Kunden abholen, wo sie stehen

■ **DORTMUND** – Hauptsitz der adrett Textilreinigung Drews ist Dortmund-Eving. Eine moderne Filiale gibt es in Waltrop und die Serviceinnovation *cleanissimo* geben & nehmen seit letztem Jahr in Dortmund-Sölde. Die Investition in die freistehende, vollautomatische Servicefiliale war ein mutiger Schritt. Für ihre besondere Innovationsbereitschaft erhielten Evelyn Schulte und Ernst-Friedrich Drews ihren Goldenen Kleiderbügel.

Als Ernst-Friedrich Drews vor 46 Jahren seinen Betrieb in Dortmund-Eving eröffnete, boomte die klassische Textilpflege. Dennoch bestätigt er, dass es nicht nur viel Fleiß, sondern auch Schweiß gekostet habe, seinen Betrieb bis heute erfolgreich zu führen. Hätte er sich anderes entschieden, wenn er gewusst hätte, durch welche Höhen und Tiefen das Gewerbe während dieser Jahrzehnte gehen würde? Mit der Perspektive, dass seine Tochter Evelyn Schulte mit dem gleichen Biss die Nachfolge angetreten hat, ist diese Frage beantwortet.



Textilreinigermeisterin Evelyn Schulte weiß, worauf sie sich einlässt. In der Textilpflege arbeiten die Menschen hart; mit dieser

Erfahrung ist sie aufgewachsen. Die Kunden bringen das Geld und verdienen es, mit hervorragenden Leistungen bedient zu werden. Servicebereitschaft in Kombination mit bestmöglichem Warenausfall ist gelebte Überzeugung des Familienunternehmens. Wichtige Stütze des Betriebes war und ist ihre Mutter Doris Drews. Ihre eigenen drei Kinder wachsen mit dem Erleben auf, dass Familie und Geschäft wunderbar harmonieren. Alle gehen Hand in Hand und jetzt neue Wege in Sachen Textilpflege.

Sofort überzeugt war Ernst-Friedrich Drews nicht. Für ihn gehört die Kommunikation am Tresen zum wesentlichen Bestandteil der Dienstleistung. Würden Kunden eine personalfreie Filiale annehmen? »Die Zeiten haben sich geändert«, argumentierte seine Tochter. »Wir müssen unsere Kunden jetzt dort abholen, wo sie stehen.« Das war der wesentliche Aspekt für die Entscheidung, in die freistehende Servicefiliale zu



Ein innovatives Team in Dortmund Sölde: Evelyn Schulte und Ernst-Friedrich Drews.

investieren, mit dem Kompromiss, diese zumindest stundenweise mit Personal zu besetzen. Durch die Hilfestellung und Beratung vor Ort werden die ersten Berührungspunkte vor dem »Serviceautomat Textilpflege« abgebaut.

Evelyn Schulte hatte die Notwendigkeit erkannt, die Dienstleistung Textilpflege für die Zukunft neu zu definieren. Die Option eine *cleanissimo*-Filiale in Dortmund Sölde, direkt auf dem Parkplatz der neu gebauten Märkte Edeka und Lidl, zu platzieren und sich damit einen äußerst attraktiven Standort zu sichern, wollte sie sich nicht entgehen lassen. Noch näher könnte sie den Kunden nicht kommen und mehr Flexibilität kaum bieten. Sie selbst musste nicht noch einmal in eine aufwändige Ladeneinrichtung investieren oder hohe Personal- und Mietkosten aufbringen.

Die Servicevorteile für ihre neuen Kunden: Verfügbarkeit rund um die Uhr, keine Wartezeiten, die Kombination Einkauf und Textilpflege sowie Parkplätze direkt vor Ort.

Gut sichtbare Werbemittel wie Banner und Plakate, direkt auch im Eingangsbereich der Märkte, machen jetzt darauf aufmerksam. Flankierende Werbemaßnahmen und -aktionen sind u.a. Flyer, Anzeigen bzw. Beilagen in der Edeka-Werbung, Kundeninformation, Imagepflege mit *Reiniger@work* und Give aways.

Die ersten, wichtigen Ziele sind erreicht. Vor allem aber, so Evelyn Schulte, haben wir die Weichen in Richtung Zukunft gestellt und zeigen uns unseren Kunden mit neuem Service in bewährter Qualität – nach adrett Drews Standard.



Evelyn Schulte erklärt ihren Kunden in Dortmund-Sölde wie *cleanissimo* geben & nehmen funktioniert.

Erdmann + Kehl Textilpflege

Erlebniswelt Textilpflege für die ganze Familie

■ **LIPPSTADT** – Für jeden etwas: Susanne und Hans Kehl, Inhaber der Erdmann + Kehl Textilpflege, Lippstadt, pflegen den Dialog mit ihren kleinen und großen Kunden. Mit kreativen Ideen sprechen sie die gesamte Familie an und schenken Vertrauen in die professionelle Textilpflege. Ihre herausragenden Geschäftsideen verdienen den Goldenen Kleiderbügel 2006.



Susanne Kehl nimmt den Goldenen Kleiderbügel von Dieter Kampmann entgegen, links neben ihr Tochter Carolin und Sohn Christian.

Im Hause Erdmann + Kehl in Lippstadt werden alle Kundinnen und Kunden so behandelt, als kämen sie zu Besuch. Kinder erleben tolle Überraschungen, die Eltern, Großeltern und andere Verwandte staunen lassen. Ein aktuelles Highlight: Die Spielecke unter himmlischem Baldachin mit Schatztruhe. Hier erzählt die Chefin höchstpersönlich Märchen von Prinzessinnen und verzauberten Fröschen; ein kleines Geschenk gibt es zum Abschluss immer. Susanne Kehl nimmt sich Zeit. Eltern oder Begleiter der Kids finden Gelegenheit und Muße, die Erlebniswelt Textilpflege aus der Erwachsenenperspektive zu betrachten.

Textilpflege zum Anfassen bietet Inhaber Hans Kehl auf Wunsch während eines Rundgangs durch die moderne Wäscherei und informiert, warum Profis viele Dinge einfach besser machen. Die Kombination von Technik und Können beeindruckt.

»Es geht uns darum, deutlich zu machen, dass die ganze Familie davon profitiert, wenn professionelle Dienstleister in Anspruch genommen werden«, erklärt Susanne Kehl. Zeitgewinn als entscheidender Mehrwert der Textilpflege!

Die Menschen fühlen sich wohl bei Erdmann + Kehl, auch die Mitarbeiter/-innen. Die positive Atmosphäre im ganzen Betrieb schafft ein angenehmes Arbeitsklima, die Offenheit wird durch große Fenster, die viel Licht und Grün hineinlassen, unterstrichen. Spaß machen soll der *Einkauf* in der Textilpflege! Was im Einzelhandel üblich ist, hat Susanne Kehl in ihrem Laden umgesetzt. Der Verkaufsbereich als Visitenkarte wurde bereits beim Bau mit einem flexiblen und modernen Ladenbausystem eingerichtet. Regelmäßig dekoriert die Chefin saisongerecht neu, um textile Dienstleistung auch über die Optik bestmöglich zu verkaufen.

Die Entscheidung, den im neuen Gewerbegebiet Lippstadts im letzten Jahr gebauten Mischbetrieb mit einem Shop zu kombinieren, brachte die Herausforderung mit sich, die alten und neuen Privatkunden ins Industriegebiet zu holen.

»Für unsere vielen Fahrradkunden war das nicht so leicht«, erzählt Susanne Kehl. Sie haben allerdings nach wie vor die Möglichkeit in die Filiale in der Stadtmitte zu

gehen. Von den neuen, nahezu uneingeschränkten Parkmöglichkeiten profitieren jetzt die PKW-Kunden.

Die Unternehmerin setzt ihre Kreativität und die schönen Dinge des Lebens in Szene. Dass die Dienstleistung Textilpflege dazu gehört, möchte sie vermitteln. Ihre *Attraktionen* sorgen dafür, dass sich ein Besuch immer wieder lohnt. Im großzügigen Verkaufsbereich mit Sitzgruppe harmonisiert die Kombination von Textilpflege, -verleih und Dekorationen. Erdmann + Kehl inspiriert, weckt Lust auf saubere Textilien und schlägt den Bogen zum gesamten textilen Interieur, von der Tischdecke über das Bett bis zur Fensterdeko.

Spezialität des Hauses ist u.a. die Bereitstellung kompletter textiler Ausstattungen sowie Dekorationen für gewerbliche und private Anlässe, inklusive frischer Blumen. Susanne Kehl kooperiert mit einer Floristin.

»Das kann eine Hochzeit sein, eine Kommunion oder ein großes Unternehmens-event, da sind wir flexibel.« Wer schnell nur eine frische Tischdecke für die Geburtstagsfeier braucht, bekommt die natürlich auch. Erdmann + Kehl hat es einfach.

www.erdmann-und-kehl.de



Susanne und Hans Kehl sind ein starkes Team. Ihr Konzept: Textilpflege erleben!

Fasson Reinigung

Einzigartig: Die fahrbare Expedition

■ **SOEST** – Enger ist besser – alles fließt: Im Rahmen der Zusammenlegung von zwei Betrieben zu einem Sofortdienst fand Hanno Preusser für seine Fasson Reinigung ungewöhnliche Lösungen. Er erhält einen Goldenen Kleiderbügel für: Perfekte Betriebsorganisation. Der erfahrene Textilreinigermeister verlegte die Lagerung seiner Ware in einen Transporter und installierte damit seine »fahrbare Expedition«.

Die Fasson Reinigung in Soest hat ihre Kosten durch die Zusammenlegung von zwei Betriebsstandorten zu einem perfekt geplanten Sofortdienst auf kleinstem Raum drastisch gesenkt: Der Zentralbetrieb *Chemischreinigung Hanno Preusser* in Warstein versorgte zu besten Zeiten mit 30 Angestellten ein großes Filialnetz im Umkreis von 80 km. Später kaufte Preusser die Fasson Reinigung im Kaufland Soest hinzu, einen typischen Sofortdienst auf 75 qm Fläche an einem der drei Kaufland-Eingänge gelegen. Beide Betriebe arbeiteten unabhängig voneinander.

2004 beschloss Kaufland einen Umbau mit nur noch einem Eingang. Die gute



Nachricht für Hanno Preusser: Er konnte in dem neuen Eingangsbereich einen

Laden anmieten. Die schlechte Nachricht: Sein neuer Betrieb sollte nur 50 qm Fläche bieten. Für Hanno Preusser war das der Anlass, seine Strategie grundsätzlich zu überdenken. »Wie wäre es, den Stammbetrieb in Warstein aufzugeben und die Produktion ganz auf Soest zu konzentrieren? Würde der Platz ausreichen?« Hanno Preusser plante, rechnete und beriet sich mit Lieferanten.



Hanno Preusser erhält den Goldenen Kleiderbügel für die perfekte Zusammenlegung seiner beiden Standorte bzw. die ausgeklügelte Organisation, die den Erfolg auf nur 50 qm möglich machen.



Der Transporter mit Überlänge als fahrbare Expedition.

Schließlich fand er seine Lösung für optimale Raumminimierung. Er investierte in eine leistungsstarke 16 kg KWL-Reinigungsmaschine mit idealen Maßen für die Raumverhältnisse, in Nassreinigungstechnik (Waschschleudermaschine 16 kg und 30 kg Trockner), einen Detachiertisch, einen Doppelfinisher (Puppe und Topper), kombinierte sie mit einer vorhandenen Universalpresse und zwei Bügeltischen und ordnete sie so geschickt an, dass bestens gestaltete Arbeitsplätze entstanden. »Der schieren Not gehorchend ergab sich daraus ein optimaler Warenfluss«, freut sich Hanno Preusser. »Kein Teil wird zwischengelagert, kein Handgriff zuviel gemacht, alles fließt. Besser geht's nicht.«

Problematisch gestaltete sich zunächst das Lagern der Fertigware; für das vorhandene Speicherband gab es einfach keinen Platz mehr. Es musste um acht Meter gekürzt werden. Wohin nun mit den Teilen? Hanno Preusser hatte eine geniale Idee. Er kaufte einen Transporter mit Überlänge, installierte darin zwei mal vier Meter Stangen, extra helle Beleuchtung und einen klappbaren Arbeitstisch. »Meine fahrbare Expedi-

tion«, nennt er das Fahrzeug, das mit der Aufschrift Fasson auf dem Kaufland-Parkplatz zusätzlich zu Werbezwecken dient.

Die Fasson Reinigung bearbeitet neben dem Theken-Umsatz zwei Filialen in Delbrück und Büren und außerdem einen Großkunden mit verschiedenen Seniorenheim-Aufträgen. Dieser Großkunde wird täglich nachmittags beliefert. Wie für den betrieblichen Arbeitsablauf hat Hanno Preusser auch für den Fahrdienst einen präzisen Takt erarbeitet. Morgens reinigt, detachiert und wäscht der Chef. Ab 11 Uhr beliefert er seine beiden Filialen. Danach besorgt er persönlich die Endkontrolle für jedes einzelne Stück und bedient Kunden am Ladentisch. »So habe ich das Ohr am Markt, weiß was meine Kunden erwarten und halte meinen Qualitäts-Level hoch«, betont er. Nachmittags beliefert der Chef seinen Großkunden mit der Ware für die Seniorenheime. Diese Teile werden in dem Transporter sortiert und gekennzeichnet und hier nach der Bearbeitung direkt wieder zur Auslieferung bereit gehängt. Das macht den Betrieb dieser Umsatzgröße auf 50 qm überhaupt möglich.

Haus der Kleiderpflege Richard Zischka Serviceoffensive durch innovative Technik

■ **SIMMERN** – Dienstleistung Textilpflege – schneller, direkter und stets verfügbar, dank automatischer Warenannahme und -abgabe: Perfekter Kundenservice rund um die Uhr! Die weithin bekannte Textilreinigung Haus der Kleiderpflege Richard Zischka ist mit dem Konzept des Zentralbetriebes und eigenen Filialen erfolgreich. Inhaber Raimund Zischka entschied sich für geballte Serviceoffensive durch Einsatz innovativer Technik und erhält dafür den diesjährigen Goldenen Kleiderbügel.

Raimund Zischka hat seine Filialen in den Globus-Märkten Grünstadt und Simmern mit Annahme/Ausgabe-Automaten ausgestattet. Das renommierte Haus der Kleiderpflege profiliert sich damit gegenüber alten und neuen Kunden als zukunfts- und serviceorientiertes Unternehmen, das den Verbraucherwünschen nach Verfügbarkeit und Bequemlichkeit noch mehr entgegen kommt. Raimund Zischka realisiert schnellstmögliche, zuverlässige Auftragsabwicklung. In der Filiale im Globus-Markt Oggersheim wurde vorerst nur die automatische Ausgabestation installiert; eine spätere Nachrüstung, um auch hier die vollautomatische Annahme zu bieten, soll folgen.

Optisch präsentieren sich die Zischka-Shops mit Automatenstation innovativ, dem Ambiente der Globus-Märkte angepasst. In Simmern bekommen Zischka-Kunden Textilpflege im 24-Stunden-Service; hier ließ sich die Anlage im Außenbereich des Marktes installieren. Immerhin während der gesamten Öffnungszeit des Globus-Marktes können die Verbraucher ihre Ware in Grünstadt bringen und holen.

Als sich Raimund Zischka für die automatischen Servicestationen entschied, die eben auch personalfrei funktionieren, war das u.a. eine vorausschauende Investition im Hinblick auf die zu erwartenden, noch weitreichenderen Öffnungszeiten der Märkte bzw. des Einzelhandels. Um die Kundenkommunikation weiterhin persönlich zu pflegen, einen sanften Einstieg in die Automatisierung der Dienstleistung zu schaffen sowie Schwellenängste zu nehmen, steht in den Filialen nach wie vor gut geschultes Verkaufspersonal hinter der konventionellen Ladentheke. Die Verkäuferinnen konzentrieren sich voll und ganz auf ihre Kundschaft, da die Ware im Zentralbetrieb bearbeitet wird. Sie beraten vor Ort und



Schneller, direkter und stets verfügbar: Die Dienstleistung Textilpflege dank der automatischen Warenannahme und -abgabe. Das Haus der Kleiderpflege Richard Zischka ist mit seinem Konzept des Zentralbetriebes und eigenen Filialen erfolgreich. Im Rahmen eines DTV-Seminars präsentierte Raimund Zischka seine Technikinnovation im Globus-Markt in Grünstadt interessierten Kolleginnen und Kollegen.

führen die Kunden in die Bedienung der Automaten ein, nach dem Modell der Deutschen Bahn auf großen Bahnhöfen an den Fahrkartenautomaten.

»Wir hoffen, von den zwölf Stunden Öffnungszeit pro Tag schließlich nur etwa sechs Stunden mit Personal besetzen zu

müssen«, beschreibt Raimund Zischka die Zielsetzung. »Die meisten Kunden finden die Anlagen gut. Sie brauchen nicht zu warten, wenn die Verkäuferin anderweitig beschäftigt ist, und der Abholvorgang geht am Automaten definitiv schneller als am Ladentisch.«

Modernität und Fortschritt, professionelle Textilpflege als zeitgemäße Dienstleistung, all das vermitteln die Zischka-Shops dank innovativer Technik. Mit der Bereitschaft, sich auf das neue Dienstleistungskonzept für die professionelle Textilpflege konsequent einzulassen, tut Raimund Zischka schließlich eine ganze

Menge für das Image der gesamten Branche, die vor der Herausforderung steht, sich für ihre Zielgruppen aller

Altersstufen neu definieren zu müssen. Im Fall Zischka steht ein traditioneller Name für eine eben so traditionelle wie zukunftsorientierte Dienstleistung.

Die Kunden haben das verstanden, schon nach kürzester Zeit wurde die automatische Annahme problemlos angenommen. Etwas schwerer tun sie sich allerdings mit der automatischen Annahme, jedoch wachse die Akzeptanz langsam aber sicher, bestätigt der Unternehmer Raimund Zischka. Er will mit der automatischen Annahme/Ausgabe speziell junge Konsumenten ansprechen und für die Textilpflege gewinnen. Dafür erforderliche und gezielte Marketingmaßnahmen kann er jetzt ebenfalls umsetzen, denn sein neues System erlaubt ihm die Sammlung, Auswertung und Pflege der Kundendaten. Mit individuell auf das Profil der jeweiligen Kunden abgestimmten Aktionen geht er auch weiterhin erfolgreich in die Serviceoffensive.

www.zischka.de



Textilpflege *pico bello* Erfolg mit weiblicher Intuition

■ **WESTERKAPPELN** – Nicole Çakmak hatte im Jahr 2004 den Betrieb ihrer Mutter übernommen. Jetzt bekommt sie einen Goldenen Kleiderbügel für unternehmerisches Engagement. Der erste Schritt zum Erfolg war die Investitionen in neue Wasch- und Reinigungstechnik und einen zeitgemäßen Ladenbau. Dank moderner Nassreinigungstechnik konnte sie ihr Leistungsspektrum deutlich erweitern. Für ihre Servicespezialität »Pferdedecken« wirbt die Chefin direkt an der Front, z.B. bei Turnieren. Kompetenz, Sympathie und viele neue Kunden gewinnt sie durch ihre soziale Präsenz.

»Respekt!«, denken wir beim Verlassen des kleinen, feinen Betriebes von Nicole Çakmak in Westerkappeln, der seinem Namen *pico bello* alle Ehre macht. Die außergewöhnlich engagierte Textilpflegeunternehmerin hat uns überzeugt. Erfolg all ihrer Bemühungen: Deutliche Umsatzsteigerung, Rückgang der Fremdleistungen, größerer Kundenstamm.

Nein, für mutig hält sie sich nicht. Sie habe sich lediglich konsequent dafür entschieden, den Betrieb ihrer Eltern am Leben zu erhalten, den Men-

schen am Ort und mit der Filiale im nahe gelegenen Mettingen die Verfügbarkeit der Dienstleistung Textilpflege

zu sichern. Sich selbst schuf sie die Möglichkeit, Familie, Kinder und Karriere miteinander zu vereinbaren. Genau das, so entschied die Redaktion **MultiVision**, sei ebenfalls eine bemerkenswerte Leistung, vor allem in der Branche.

Nicole Çakmak entspricht keinem Klischee, weder als Mutter, noch als Unternehmerin. Familie ist ihr wichtig; wohl kaum hätte sie sich sonst für ihren inzwischen vierköpfigen Nachwuchs entschieden. Tamer, das



Textilpflege *pico bello* in in der Vidumstraße in Westerkappeln.



Nicole Çakmak nimmt an der Seite ihres Mannes Dogan Çakmak ihren Goldenen Kleiderbügel entgegen.

jüngste Familienmitglied ist gerade fünf Monate alt. Er begrüßt uns lautstark, während er in seinem Kinderwagen liegt und darauf wartet, von der Urgroßmutter abgeholt zu werden, damit Mutter Nicole sich wieder voll und ganz auf das Geschäft konzentrieren kann. Dass ihr dies mühelos gelingt, zählt zu ihren Stärken. Blitzschnell kann sie umschalten, sich auf die aktuelle Situation im Betrieb einstellen und agieren. Wenn es um Zeit geht, ist Nicole Çakmak Spezialistin. Ohne ein perfektes privates und betriebliches Timing könnte sie ihren Betrieb gar nicht führen. Rückendeckung bekommt sie von ihrem Ehemann und ihren vier zuverlässigen Mitarbeiterinnen. Außerdem arbeitet sie mit einer Schneiderin zusammen, die sowohl Maßanfertigungen erledigt als auch dafür sorgt, dass *pico bello*-Kundinnen und Kunden ihre Garderobe auf Wunsch anziehfertig zurück bekommen.

Service ist das Stichwort. Gerade im ländlichen Bereich sei Kundennähe überlebens-

wichtig. Die guten persönlichen Beziehungen pflegt die qualifizierte Textilreinerin bei unzähligen gesellschaftlichen Anlässen. Alte und neue Kundinnen und Kunden honorieren ihr soziales Entgegenkommen, u.a. durch Sponsoring, auch in Form textiler Dienstleistungen, für die Gemeinde, Kindergärten, Schulen etc.

Nicole Çakmak hat viel investiert und natürlich nicht ohne Risiko. Jeder Monat sei eine neue Herausforderung. Ihr Motor, so vermittelt sie sehr glaubhaft, sei die enge Verbundenheit mit der Textilpflege, in die sie buchstäblich hineinwuchs.

Nachmittags jobbte sie als Teenager für ihre Mutter; die Ausbildung war sozusagen nur noch der Feinschliff. Von der Vorstellung perfekt zu sein, musste sie sich wie alle berufstätigen Mütter verabschieden. Perfektion im Bezug auf ihre Reinigungsqualität ist für sie jeden Tag aufs Neue Maßstab für ihren persönlichen Erfolg: *pico bello* – der Name ist Programm.

RWS Textilpflege

Servicequalität ist mehr als ein tolles Outfit

■ **HAMBURG** – *Wir pflegen Träume* heißt der Werbeclaim von RWS Textilpflege, so lesen es auch die Besucher der Homepage. Ebenso subtil wie wirkungsvoll erfahren die potentiellen Kunden, dass sie mehr erwarten dürfen als einfache Dienstleistungen. Was versprochen wird, muss Inhaber Siracettin Tayfur halten, und mit ihm sein gesamtes Serviceteam. Seine Servicequalität überzeugte auch die Redaktion **MultiVision**. Siracettin Tayfur gibt in Hamburg der professionellen Textilpflege ein zeitgemäßes und unverwechselbares Gesicht, mit Betrieben und Werbung in frischer Optik und im Corporate Design.

Ein Tayfur-Laden in seiner frischen, türkisen Optik ist in jedem Fall ein Hingucker. RWS Textilpflege präsentiert sich in Hamburg an den besten Standorten und hochpreisigen Einkaufszentren in unverwechselbarer Charakteristik. Neben der vollständigen Leistungspalette Textilpflege bietet RWS (Reiniger-Wäscher-Schneider) stets eine Änderungsschneiderei und z.T. einen Schuh- und Schlüsseldienst an.

Nun bedeutet Servicequalität weit mehr als ein tolles Outfit der Läden, weiß Siracettin Tayfur, der im Jahre 1987 seinen ersten Betrieb eröffnete und 1991 die RWS Tayfur GmbH gründete. In renommierten Einkaufszentren gehöre das zum Standard, der Kunde erwarte von seinem textilen Servicepartner ein gepflegtes Erscheinungsbild, vom Ladenbau bis zur korrekt gekleideten Verkäuferin am Tresen.



»Servicequalität wird durch die Menschen verkörpert, die sie verkaufen. Sie sorgen dafür, dass Kundenbeziehungen aufgebaut, gepflegt und gesichert werden.« Auf die Qualität seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter legt der Textilpflegeunternehmer daher großen Wert, an sie stellt er die gleichen hohen Ansprüche wie an sich selbst, sowohl in der Produktion als auch im Verkaufsbereich. »Qualitätsleistungen wer-



Gewinner 2006: Siracettin Tayfur

den an sämtlichen Stellen eines Unternehmens erbracht«, unterstreicht er. »Wir müssen uns nicht nur auf technische Schwachstellen konzentrieren, sondern auch auf unsere eigenen bzw. die Produktions- und Qualitätsverluste durch falsch eingesetztes oder unmotiviertes Personal.« Wenn ein Kunde sein einwandfrei gereinigtes Kleidungsstück von einer schlecht gelaunten Verkäuferin ausgehändigt bekommt, speichere er dies als negative Erfahrung ab. Ein einmal gestörtes Vertrauensverhältnis wieder aufzubauen, sei weitaus aufwändiger (und teurer), als im Vorhinein positiv zu agieren.

Die negative Wirkung unachtsamer Servicekräfte sei nicht messbar; selbstverständliche Freundlichkeit als Standard jedoch ein verlässlicher Erfolgsfaktor. Siracettin Tayfur hat ein gutes Gespür für die Empfindlichkeiten seiner anspruchsvollen Stammkunden, deren Gepflogenheiten er gut kennt. Da kommt beispielsweise der junge Geschäftsmann, tendenziell ungeduldig, weil unter Zeitdruck, und bringt jeden

Samstag seine komplette Wochengarderobe. Blitzschnell wird er bedient, außerdem steht seit kurzem im Alstertal Einkaufszentrum EZ der Automat zu Abholung der Ware bereit.

Wichtiger als die geschulte Kommunikation erweist sich häufig die entsprechende Portion Geduld. Die ist im Hause RWS keine Tugend, sondern Prinzip. »Und wenn wir Fehler machen, stehen wir dazu. Unsere Produktion muss perfekt sein, auch mit Freundlichkeit können wir nicht über mangelnde Leistungen hinwegtäuschen.«

Die Fehlerquote minimiert Siracettin Tayfur durch den Einsatz modernster Technik,

stets auf die individuellen Standortbedürfnissen zugeschnitten. Es wird kontinuierlich investiert, optimiert und korrigiert. Kompromisse macht Tayfur allenfalls, wenn es darum geht, Reklamationen im besten Einvernehmen mit den Kunden zu regeln. Um eine bestmögliche Qualitätskontrolle sicherzustellen, hat er jetzt einen unabhängigen Textilreinigermeister beauftragt, der regelmäßig, aber unangemeldet in seine Filialen kommt und Stichprobenkontrollen durchführt.

Der Dialog mit dem Kunden ist für Tayfur neben der gezielten Werbung, in die er übrigens weit mehr als die empfohlenen 3 Prozent vom Umsatz investiert, der entscheidende Weg, seine Qualitätsphilosophie zu kommunizieren.

»Mit der Werbung holen wir uns die Kunden in die Betriebe, mit der Servicequalität binden wir sie.«

www.rws-textilpflege.de



Straeter Textilpflege

Moderne TV-Show im Verkaufsraum

■ **BAD SALZUFLEN** – Marion und Karl-Heinz Straeter setzen auf digitale Informationstechnologie. Sie erhalten den diesjährigen Goldenen Kleiderbügel für: Einzigartige Kundenkommunikation. Das Unternehmerehepaar hat seinen Betrieb komplett modernisiert, basierend auf dem Wunsch, bestmögliche Kundenansprache zu bieten, konkret, mehr Raum für Kommunikation und Information zu schaffen. Erster Schritt im Jahr 2004 war ein funktionaler Ladenbau mit der Aufgabenstellung: Große Wirkung auf kleinem Raum. Das individuelle Ladenbaukonzept machte es möglich, den Verkaufsbereich optisch zu vergrößern und, bei zeitgleicher Investition in Reinigungstechnik, die Fläche im Produktionsbetrieb zentimetergenau auszunutzen.

Die jetzt von der Redaktion **MultiVision** ausgezeichnete Attraktion und Innovation für die Branche: Die Kunden erfahren anhand eines Werbefilmes, der auf einem Flachbildschirm im Verkaufsraum kontinuierlich läuft, wie ihre Kleidung im Betrieb gepflegt wird und welche einzelnen Arbeitsschritte zur professionellen Textilpflege gehören. Der Film wurde speziell für Straeter im eigenen Betrieb gedreht.

Der Laden war perfekt. Im Prinzip hätte das Ehepaar Straeter zufrieden sein und sich einmal ausruhen können;

das Geschäft mit der Textilpflege in der Langen Straße im Herzen Bad Salzuflens brummt. Aber Marion und

Karl-Heinz Straeter waren sich einig: »Wir müssen heute schon unsere Kunden von morgen gewinnen und binden!«.

Sie berieten sich mit Marketingexperten und fanden schließlich die Idee: Anhand eines informativen Werbefilms auf modernem Plasmabildschirm die einzelnen Arbeitsschritte in der klassischen Textilpflege gut verständlich und nachvollziehbar zu demonstrieren.

Wer sich vier Minuten Zeit nimmt, erfährt – vielleicht sogar beim Schaufensterbummel bis 22 Uhr –, was bei Straeter hinter



Ladenbau mit großer Wirkung!



Marion u. Karl-Heinz Straeter präsentieren die Kommunikationsinnovation in ihrem Betrieb.

den Kulissen geschieht. Der sorgfältige Umgang mit den Textilien steht in der vierminütigen Dokumentation ebenso im Vordergrund wie die Umweltfreundlichkeit der Profipflege und die Kompetenz des Dienstleisters mit jahrzehntelanger Erfahrung. Die Informationen und der Unterhaltungsaspekt werden von den Kunden dankbar aufgenommen, vor allem, wenn sie einen Moment lang warten müssen. Ein entscheidender Vorteil des digitalen Kommunikationsmittels: Natürlich haben nicht alle Kunden Zeit, den kompletten Film zu sehen. Allein durch die Visualisierung einzelner Ausschnitte nehmen sie jedoch so viele Informationen auf, dass sie zwangsläufig – und nebenbei – ihr Wissen über die Betriebsabläufe erweitern und durch die Wiederholung speichern. Das Gesehene und Gehörte führe häufig zu weiteren Fragen und fördere das Interesse, bestätigt Marion Straeter. Das sei die Chance, noch besser informieren zu können, sprich die Kunden zu bedienen und zu binden.

Marion und Karl-Heinz Straeter betrachten

das moderne Kommunikationsmittel als optimale Ergänzung zum attraktiven Laden. Die nicht unerhebliche Investition habe sich gelohnt, der gewünschte Kompetenzgewinn bestätigt. Leistungstransparenz durch zeitgerechte Informationstechnologie mache die Dienstleistung Textilpflege einfach jünger, sagt der Inhaber: »Unsere Kunden sollen wissen, dass Textilpflege mehr ist als Maschine auf, Textilien rein und fertig!« Karl-Heinz Straeter geht technologisch mit der Zeit. Beginnend mit der Computerkasse liefert ihm ein komplettes Betriebsdatensystem vollständige Transparenz über die Abläufe und die Leistungsstärke des Betriebes. Arbeitszeiten, Verbräuche, Umsätze etc. werden erfasst und regelmäßig ausgewertet, um Schwachstellen zu ermitteln und frühzeitige Korrekturen in der Organisation oder im Bereich Technik vorzunehmen. Vorausschauende Wirtschaftlichkeitsberechnungen gehören für Straeter ebenso zum Betriebsalltag wie die Aktualisierung der Kundenlisten.

www.straeter-textilpflege.de

Eberhard, Martin und Stefan Rauner

Der Erfolg bleibt in der Familie

■ **BOCHUM** – Es begann mit der klassischen Textilreinigung seines Vaters Karl, später spezialisierte sich Eberhard Rauner auf den Bereich Lederpflege und bediente bundesweit Kollegenbetriebe. Mit dem Verkauf der ein oder anderen Rolle Folie oder einem Karton Drahtbügel – zusammen mit der wöchentlichen Lederlieferung – ging es weiter. Heute führen er und seine Söhne Martin und Stefan Rauner ein komplexes Dienstleistungsunternehmen mit dem Schwerpunkt Leder- und Textilpflege sowie der Bereitstellung von Hilfsmitteln. Die drei engagierten Serviceunternehmer und Inhaber der Vereinigte Lederreinigung GmbH, Bochum, ziehen erfolgreich an einem Strang.

1962 kaufte der Großvater Karl Rauner in Greven eine kleine Textilreinigung, die er zusammen mit seiner Ehefrau betrieb.

Sein Sohn Eberhard entschloss sich nach dem Tod der Mutter im Jahre 1968, den Vater zu unterstützen. Kurzentschlossen hängte er seinen Job als Ingenieur für physikalische Technik an den Nagel. Die Treue zur professionellen Textilpflege und dem väterlichen Geschäft setzte sich fort bis in die nächste Generation. Ein bedeutender Meilenstein in der Firmenchronik war die Übernahme der Firma Atupack im letzten Jahr.

Eberhard Rauner erinnert sich an die

Geburtsstunde des Hilfsmittelvertriebs: »Bei Kundenbesuchen fielen mir die riesigen Entfernungen zwischen den einzelnen Anfahrtstellen auf und da sich die Touren rechnen mussten, fingen wir an, unseren Kunden zusätzlich alles zu verkaufen, was sie in ihrer täglichen Arbeit an Hilfsmitteln noch benötigten.«

1990 schloss sich Rauner mit drei befreundeten Lederreinigungskollegen in Löhne, Mühlheim und Bochum zusammen, um Synergien zu erzielen und durch Rationalisierung den Betrieb rentabler zu machen sowie für den bereits florierenden Hilfsmittelhandel bessere Einkaufskonditionen

zu erzielen. Die »Vereinigte Lederreinigung GmbH« wurde geboren. Bereits sieben Jahre später wurde daraus allerdings wieder ein reiner Familienbetrieb. Seit einem Jahr gehört Stefan Rauner zum Team.

Die *Vereinigte Lederreinigung* agiert, u.a. als einer der modernsten Lederreinigungs-Zentralbetriebe Deutschlands mit ca. 50 Mitarbeiter/innen, vor allem im nord-westdeutschen Raum und beliefert heute etwa 1000 Textilpflegebetriebe im wöchentlichen Rhythmus mit eigenen Fahrzeugen. Neueste Maschinen- und Computertechnologie sind Standard, das Knowhow aus jahrzeh-

Elementare Kraft, wenn sie gebraucht wird.



Dampf, wenn er benötigt wird.
Entscheiden Sie sich für den Marktführer.

www.certuss.com

CERTUSS
Dampfautomaten



telanger Erfahrung überzeugt die Kunden. Die Qualität wird jährlich geprüft und durch ein Zertifikat der Gütegemeinschaft Lederreinigung e. V. bestätigt.

Alle weiteren Servicelieferungen gibt es, wie gesagt als *Beipack*, z.B. die Teppichreinigung, die Pflege hochwertiger Designergarderobe sowie Braut- und Festkleider, Lamellen und Dekorationsstoffe bis 60 kg. Der Kauf der Firma Atupack machte den erheblichen Ausbau des dritten Standbeines möglich.

»Als Fachgroßhändler liefern wir somit alles für den Textilreinigungs- und Wäschereibedarf. Alte sowie neue Kunden profitieren vom bestehenden Vertriebsnetz und der wöchentlichen Anlieferung bzw. dem kompletten Dienstleistungsangebot. Sie minimieren Lager- und Versandkosten und haben kaum Kapitalbindung«, so Stefan Rauner. **Der Clou:** Bei Inanspruchnahme aller Dienstleistungen sei der Jahresumsatz immer noch so hoch, dass selbst für Kleinstmengen beste Preise gewährt werden könnten. Perfektioniert hat die Vereinigte Lederreinigung ihren Service mit einem Paketdienst, der noch einmal mehr als 1.000 Kunden schnellstmöglich versorgt.

»Die Spezialisierung auf eine besondere Zielgruppe, die wir optimal bedienen, war und ist unser Erfolgskonzept.«

Eberhard Rauner

Die richtige Strategie, davon ist er überzeugt, ermögliche damals wie heute engagierten Unternehmern den Erfolg. »Entscheidungen werden bei uns miteinander getroffen, wir haben im Laufe der Jahre eine gemeinsame Linie entwickelt. Mein Vater wird in unserem Betrieb sicherlich noch viele Jahre aktiv und verantwortlich



Sie ziehen an einem Strang: Stefan, Eberhard und Martin Rauner, hier repräsentativ für die Unternehmensbereiche Leder- und Teppichreinigung sowie Hilfsmittelvertrieb.

mitarbeiten. Ich denke da nur an meinen Großvater, der bis zu seinem 95. Geburtstag gearbeitet hat«, sagt Martin Rauner als letzter im Bunde, der in die Fußstapfen seines Vaters trat, nachdem seine beiden älteren Brüder andere Berufe erlernt hatten. Er absolvierte die Lehre als Textilreiniger nach Abschluss der Höheren Handelsschule und schloss mit 21 Jahren als jüngster Textilreinigermeister überhaupt den Meisterkurs ab. Stefan Rauner kam im letzten Jahr nach dem Kauf von Atupack zur Verstärkung da-

zu. Zwar kam die Frage des Vaters überraschend, aufgrund seiner Qualifikation als Diplom-Betriebswirt war Stefan Rauner jedoch die beste Besetzung. Auch er war seit seiner Kindheit mit dem Betrieb eng verbunden und konnte sich mit einem klaren Ja zur Branche schnell entscheiden. Der Einkauf, das Bestellwesen, Werbe- und Marketingaktivitäten sowie die Abwicklung von Auslandsgeschäften sind seine Kernkompetenzen. Zur Zeit absolviert er eine Fortbildung zur geprüften Fachkraft im Textilreinigerhandwerk.

»Menschen werden sich immer schmutzig machen. Natürlich hat die professionelle Textilpflege Zukunft!«

Martin und Stefan Rauner

Martin und Stefan Rauner sind sich einig. Das Gewerbe sei viele hundert Jahre alt, Bedarf an textilen Dienstleistungen werde es immer geben. Die Dienstleistung Textilpflege habe Zukunft.

www.vereinigte-lederreinigung.de

SCHIBENSKY GmbH

Für Ihren Betrieb — Alles aus einer Hand:

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

Unser Kundendienst hilft Ihnen gern!

SCHIBENSKY GmbH • Gutenbergstr. 7 • 28816 Stuhr

Tel. 0421-56784 • Fax 0421-56785

www.schibensky.de • kontakt@schibensky.de

Richard Geiss GmbH

Umweltbewusstsein prägte Servicephilosophie

■ **OFFINGEN** – Ein verantwortungsbewusster Umgang mit Lösemitteln als wesentliches Umweltziel ist heute im Prinzip eine Selbstverständlichkeit. Vor 50 Jahren sah das noch ganz anders aus, erinnert sich die Geschäftsführung der Richard Geiss GmbH, Offingen. Die Idee des Gründers Richard Geiss, verschmutzte Lösemittel aufzubereiten und zu verwerten, war jedoch schon damals geprägt von unternehmerischem Weitblick und einem hohen ökologischen Anspruch.



Mitten im Grünen: Der Hauptsitz der Richard Geiss GmbH in Offingen.

Begriffe wie Umweltschutz und Recycling waren vor gut einem halben Jahrhundert für diese Stoffgruppen nahezu unbekannt. Dennoch kennzeichnete der aktive Umweltschutz als Serviceauftrag schon zu dieser Zeit die Entwicklung der Firma Geiss mit Stammsitz in Offingen und Niederlassung in Troisdorf.

Was im Jahr 1959 im kleinen Rahmen und ohne große technische Hilfsmittel begann, wuchs zu einem Unternehmen, das heute eine europäische Spitzenstellung einnimmt und auf dem deutschen Markt nahezu eine Alleinstellung.

Für die professionelle Textilpflege bietet die Geiss GmbH, die von den beiden Geschäftsführern Horst und Willi Geiss geleitet wird, neben der umweltgerechten Ver- und Entsorgung, die kompetente und umfassende Beratung rund um das Thema *Lösemittel*. Flammpunktmessungen und Lösemittelanalysen gehören zum Dienstleistungsangebot.

Der Transport sämtlicher Lösemittel erfolgt durch eigene Spezialfahrzeuge. Angefahren werden die Kunden nach vereinbarten Tourenplänen. »Dadurch«, so Geiss, »werden unsere Kunden optimal bedient, den aktuellen Bedarf fragen wir regelmäßig ab.« Darüber hinaus stehe das Serviceteam telefonisch fast rund um die Uhr zur Verfügung. Für den Kunden hilfreich und für Geiss Standard, ist die Lieferung bzw. Abholung

direkt von und bis zur Reinigungs-maschine. In der Praxis gestalte sich das nicht immer ohne Hindernisse. Halteverbote, fehlende Ladezonen, begrenzte Anfahrtszeiten in Fußgängerzonen oder erschwerte Transportbedingungen durch Treppen, Stufen und enge Räumlichkeiten gehören zur Tagesordnung. »Kein Problem!«, sagen die flexiblen Geiss Mitarbeiter, die spontan agieren.

»Damit wir mit unseren LKWs überhaupt noch in die Innenstädte fahren können, müssen wir die neuesten Euro-Normen be-



Den verantwortungsvollen Umgang mit Lösemitteln sichern: Geiss transportiert sämtliche Lösemittel in eigenen Spezialfahrzeugen.

züglich Abgas und Lärm erfüllen«, ergänzt die Unternehmensleitung.

Das Geiss-Programm auf einen Blick:

Die Versorgung mit Frischware, inkl. Prüfbescheinigung vom Forschungsinstitut Hohenstein, von Perchlorethylen (Geiss DIN-Per 53978 hochrein) erfolgt wahlweise im doppelwandigen Sicherheitsgebinde für 30 oder 200 Liter sowie im ADR-zugelassenen Spundlochfass für 200 Liter.

Kohlenwasserstoff (Cobersol B 56 AB) wird im ADR-zugelassenen Kunststoffkanister für 20 Liter, im doppelwandigen Sicherheitsgebinde für 30 und im ADR-zugelassenen Spundlochfass für 200 Liter bereitgestellt. Darüber hinaus liefert Geiss KLEEN-RITE Filterelemente sowie Aktivkohle.

Als zertifizierter Entsorgungsfachbetrieb nimmt Geiss seinen Kunden Per- und KWL-Destillationsrückstände, Kontaktwasser (Per- oder KWL-haltig), Aktivkohle, Flusen (Per- oder KWL-haltig), Filterpulver (KWL-haltig), KWL-Filterkartuschen sowie CKW-Filterkartuschen ab. Die Übernahme erfolgt optional im doppelwandigen Sicherheitsgebinde (50 bzw. 200 Liter) oder in ADR-zugelassenen 120- bzw. 200-Liter-Fässern.

www.geiss-gmbh.de

Günstige Gebrauchsmaschinen:

KWL-Maschinen

- **Multimatic S 320 KWL Senza**
Füllmenge 16 kg, HD, Bj. 1996
- **Multimatic Senza 320 KWL**
Füllmenge 16 kg, el. beh., Bj. 2002/04
- **Multimatic Senza Plus 320 KWL**
Füllmenge 16 kg, el. beh., Bj. 2000
- **Multimatic TOPLINE 320 KWL**
Füllmenge 16 kg, el. beh., Bj. 2001
- **Multimatic PHOENIX 420 KWL**
Füllmenge 21 kg, el. beh., Bj. 1996
- **Multimatic PHOENIX 500 KWL**
Füllmenge 25 kg, HD, Bj. 1995
- **Böwe K 16 [mit und ohne Destillation]**
Füllmenge 16 kg, HD, Bj. 1995/96/97
- **Satec-KWL, Typ B 300 D/LW/K**
Füllmenge 15 kg, HD, Bj. 2004
- **Satec-KWL, Typ B 250**
Füllmenge 13 kg, el. beh., Bj. 1995
- **Union Starlet 280 KWL**
Füllmenge 14 kg, el. beh., Bj. 1999
- **Union 500 KWL Markant V**
Füllmenge 25 kg, HD, Bj. 1998

Die Maschinen entsprechen der 31. bzw. 2. BImSchV

PER-Maschinen

- **Multimatic PHOENIX BW 320**
Füllmenge 16 kg, HD, Bj. 2004
- **Multimatic PHOENIX 420**
Füllmenge 21 kg, el. beh., Bj. 1995
- **Multimatic PHOENIX 500**
Füllmenge 25 kg, HD, Bj. 1995
- **Multimatic PHOENIX BW 1000**
Beladegewicht 50 kg, HD, Bj. 2001
(frei ab Mitte Dezember 2006)

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

Multimatic 
iLSA Deutschland GmbH

Gerdener Str. 71 · D-49324 Melle
Telefon [05422] 1000 · Fax 10048
Email: info@multimatic.de
www.multimatic.de

Dafür stehe ich Der Erfolg steckt im Detail

■ **FRANKFURT** – Volker Schulke gehört zum langjährigen Multimatic-Vertriebsteam, in diesem Jahr feierte er sein 10-jähriges Jubiläum. Bereits sein Vater verkaufte Reinigungs-
maschinen mit Leidenschaft, Volker Schulke trat in seine Fußstapfen und repräsentiert das
Maschinenunternehmen seines Vertrauens.



Optimale Beratung steht für ihn vor jedem Verkaufsgespräch, er will überzeugen und nicht überreden. Die Zusammenarbeit mit den Multimatic Dienstleistungspartnern Elmar Oberle, Sven Patzschke und Hilmar Röder bedeutet für ihn ebenfalls die sichere Basis, Höchstleistungstechnik bereitzustellen bei gleichzeitig zuverlässigem, reibungslosem Support.

Gute Werbung hält Volker Schulke übrigens für sehr wichtig; rein gar nichts hält er allerdings von markigen, aber leeren Schlagworten. »Das Wesentliche«, so Schulke, »steckt stets im Detail.« Und genau darüber redet er gern mit seinen Kunden. »Was haben wir, was die anderen nicht haben?« Den Vergleich mit dem Wettbewerb scheut er nie. Ganz im Gegenteil, das gelte insbesondere für die Reinigungstechnik, die stets hohe Investitionen fordere. Hier zählen seiner Meinung nach die Kleinigkeiten, die den Mehrwert ausmachen. Attraktiv seien Verkaufsargumente erst im direkten Vergleich; Vorzüge einer Maschine müssten unter Beweis gestellt werden. Dass in vielen Fällen der Preis ausschlaggebend sei, könne er nachvollziehen. Unterm Strich sei es die billigste, aber nicht die preiswerteste Lösung.

»Meine Kunden sollen wissen, dass die Multimatic-Aussage made for Germany kein unverbindlicher Slogan ist. Dahinter verbirgt sich die Information, dass wir die Anforderungen aus der praktischen Arbeit unserer Kunden kennen; unsere Technik ist detailsicher darauf abgestimmt.«

Flexibilität beginne zwar im Kopf, so Schulke, in der täglichen Praxis müsse sie aber technisch gewährleistet sein. Ganz konkret: »Ich meine damit u.a. die sensible

Abstufung der Beladepazitäten unserer 2-Tank- bis 4-Tank-Maschinen mit 1/2 und 3 Filter, (z.B. bei KWL 2SF u. Multicolor), aber auch unsere leistungsstarken Maschinenreihen Topline (KWL) und BW (PER), die sich durch vielfältige Programmierbarkeit der individuellen Betriebsabläufe auszeichnen.« Die Liste der Finessen ließe sich fortsetzen, darüber hinaus gehe es darum, den wirtschaftlichen Einsatz der Technik zu optimieren, beispielsweise durch den *aufgeräumten* und überschaubaren Maschinenbau oder ein problemloses Umrüsten von PER auf KWL.

»Garantierter Standard für alle Multimatic-Maschinen sind verlässliche Materialstärken, die Langlebigkeit garantieren, Tank-Doppelschrägen, große (bei KWL getaktete) Destillationen, ordentliche Filtervolumen und Filterflächen, große sowie leicht zugängliche Wartungseinheiten. All diese Kleinigkeiten drücken sich im Preis aus, am Ende sichern sie aber die Effizienz und somit die Wirtschaftlichkeit, u.a. durch reduzierte Energiekosten und Wartungsarbeiten.

»Um unsere Kunden zufrieden zu stellen, macht Multimatic nahezu alles möglich. In Idstein z.B. haben wir noch spät abends eine Reinigungsmaschine eingebracht und anschließend mit Hilfe von Elmar Oberle ein Speicherband installiert. Anschließend konnten Elektriker und Wasserinstallateur die Leitungen legen und der Betrieb den Wunschtermin für die Inbetriebnahme realisieren. Das verstehe ich unter Kundennähe, Flexibilität und Servicequalität, für die ich – neben hervorragender Technik – stehe.«

Volker Schulke

Mobil: 0170 2 09 31 31

Email: schulke@t-online.de

Internet: www.v-schulke.de

Testlauf in Bayern Gutscheinaktion mit Bogner

■ **BÖNNIGHEIM** – Die Käufer anspruchsvoller Textilien gehören zur Hauptzielgruppe moderner Textilreinigungen. Um diesen Personenkreis mit der Leistungsfähigkeit der EFIT-Mitglieder vertraut zu machen, wurde mit der Firma Willy Bogner die Durchführung einer Gutschein-Aktion vereinbart, die zunächst im Raum Bayern startet.

Über ausgewählte Bogner-Outlets werden ab dem 1. September 2006 bis zum 31. Dezember 2006 an die Käufer von Bogner-Textilien Gutscheine für eine kostenlose Imprägnierung bzw. Fleckenschutzbehandlung eines Kleidungsstückes herausgegeben. Die Gutscheine können von den Bogner-Kunden bis zum 31. März 2007 bei den beteiligten EFIT-Mitgliedern, die mit ihren Annahmestellen auf dem Gutschein aufgeführt sind, eingelöst werden.

Bei entsprechendem Erfolg wird die Gutschein-Aktion nach dem Testlauf für den gesamten deutschsprachigen Raum übernommen. Die gewonnenen Erkenntnisse über Abläufe und Resonanz bei dem Testlauf werden dabei berücksichtigt. Angedacht ist nach Informationen der Europäischen Forschungsvereinigung Innovative Textilpflege e.V., Bönnigheim, die direkte Anbringung der Gutscheine an die Textilien.

www.efit-textilpflege.de



Foto: Bogner

Girbau S.A.: Vielfältigkeit steht auf dem Programm

■ **MAILAND/HANNOVER** – Wer heute überleben will, muss ein breites Dienstleistungsspektrum anbieten können. Ihren Kunden die Möglichkeiten zur Vielseitigkeit zu geben, hat sich der spanische Maschinenanbieter Girbau auf die Fahnen geschrieben. Neben Großinstallationen konzentriert er sich auf ein gezieltes Angebot für kleine bis mittlere Wäschereien und Textilpflegebetriebe, die u.a. alle Vorteile der Nassreinigung nutzen wollen.



Trockner SLI-14 kurz vor Beendigung eines Trocknungsprogramms.

»Die Nachfrage nach der Pflege von Betten und Pferdendecken ist steigend«, sagt Juan De Cruz, Geschäftsführer der deutschen Niederlassung in Hannover. Die korrekte Pflege von Feuerwehr-Dienstkleidung könne aber ebenso auf dem geforderten Programm stehen wie das Waschen von Großtextilien für Zeltbauten für Großevents. Entsprechend flexibel müsse die Waschtechnik sein.

Unter dem Motto: »Die maßgeschneiderte Wäscherei« stellt Girbau im November auf der Mailänder Fachmesse Expodetergo Neu-

heiten vor, die die Stellung von Girbau als Gesamtausrüster für jeden Wäschereityp dokumentieren sollen. Girbau trennt dabei die Technik für kleine bis mittlere Betriebe von Großinstallationen.

Für die erste Zielgruppe zeigt Girbau die gesamte Produktpalette der Waschschleudermaschinen der Serie 6 für 8 kg, 13 kg und 17 kg im hochtourigen Bereich und für 10 kg, 13 kg, 17 kg und 23 kg bei den mitteltourigen Waschschleudermaschinen.

Diese komplette Serie ist optional mit den Steuerungen: COIN (für Waschsaloons), LOGI (mit 8 modifizierbaren Programmen) und INTELI (mit 99 frei programmierbaren Programmen für das professionelle Waschen) ausgerüstet. »Diese Steuerungen garantieren beste Waschprozesse im Einklang mit minimalem Energieverbrauch«, so De Cruz. Optimierte Bedienung der Maschinen mit Inteli-Steuerung durch das Inteli Manager Tool Paket, eine interessante Software, mit der die Waschprogramme mit Hilfe eines PC's programmiert werden können.

Überzeugende Produktneuheiten und Weiterentwicklungen will Girbau den Fachbesuchern auch im Bereich Trocknung vorstellen. Die neuen Trocknermodelle der Serie SLI mit den Beladepkapazitäten 9 kg, 14 kg, 23 kg und 34 kg erreichen laut Anbieter eine beträchtliche Energieeinsparung aufgrund des axialen Luftstromsystems.

Als Angebot für Großinstallationen wird Girbau seine komplette Waschstraße zeigen, bestehend aus Waschstraße, Entwässerungspresse und Taktrockner, ergänzt durch die Eingabemaschine Galaxy.

www.girbau.de

Die neue HS-6017



GIRBAU
Deutschland

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

Allen Aufgaben
perfekt gewachsen.

Jetzt neu!



Wetterfrösche aufgepasst: Jetzt wird imprägniert!

Nässeschutz garantiert: Mit Schirm, Charme & guter Laune. **Rüstzeug gegen Flecken:** Imprägnierung ist Profisache. **Finish & Co.:** Verbraucher fragen um Rat. **Regendächer zu gewinnen:** Edle Schirme.

Reiniger@work:
Das Kundenmagazin
zur Branchenkampagne

