



# MultiVision

▪ **FORTBILDUNG**  
*Nassreinigung  
offensiv vermarkten*

▪ **AUSBILDUNG**  
*Wertschätzung als Schlüssel  
zur Motivation*

▪ **SPEZIALISIERUNG**  
*Neue Dimension  
der Krawattenpflege*

*Die Ballsaison ist eröffnet:  
Schönheitspflege für Seide & Co.  
in der Textilreinigung*

## Qualitätskultur hat seinen Preis Ohne Engagement ist Produktivität nicht machbar



Das Thema Preissteigerung ist allgegenwärtig und wird uns in das kommende Jahr begleiten. In wie weit sich die weltweite Finanzkrise langfristig auf die Realwirtschaft

auswirkt, bleibt abzuwarten. Aktuell müssen wir uns vor allem der Kostensituation aufgrund drastisch gestiegener Energiepreise stellen, die wiederum eine Verteuerung von Material- und Produktionskosten mit sich bringt. Als Maschinenanbieter mit einem hohen Qualitätsanspruch sind wir von der Erhöhung der Rohstoffpreise maßgeblich betroffen. (Mehr als 30% unserer Maschinen bestehen beispielsweise aus Edelstahl).

Ganz sicher wollen wir an der Qualität von Materialien bzw. der Verarbeitung unserer Maschinen und Geräte nicht sparen.

Es ist daher auch für uns nicht anders machbar, als die gestiegenen Einkaufspreise in gewissem Maße weiterzugeben. Dass wir im Interesse unserer Kunden ein sorgsames Kostenmanagement betreiben, ist für mich selbstverständlich. Als Partner einer Branche, die durch hohe Energiekosten extrem belastet wird, sehe ich das als meine unternehmerische Verantwortung.

Was für unsere Kunden, sprich die Textilpflegebetriebe gilt, hat für uns ebenfalls Gültigkeit: Qualität hat seinen Preis und unsere Mitarbeiter/innen müssen so entlohnt werden, dass sie sich motiviert einbringen. Produktivität ohne menschliches Engage-

ment gibt es nicht. Aus gutem Grund bildet die individuelle Beratung eine entscheidende Säule in unserem umfassenden Vertriebs- und Marketingkonzept: von der Betriebsplanung bis zur Bereitstellung von PR- und Werbemitteln. Seit jeher konzentrieren wir uns auf die Betriebskostenoptimierung, die durch die Investition in zukunftsorientierte Technik möglich wird. Wir helfen unseren Kunden bei der Verbesserung ihrer Betriebs- und Unternehmensabläufe, mit dem Ziel bestmöglicher Produktivität. Unsere Basis ist eine erfolgreiche Qualitätskultur, in die wir unsere Kunden auch in Zukunft einbinden werden.

Mit den besten Wünschen zum Jahreswechsel,  
Ihr Dieter Kampmann

## Energiekosten steigen, passen Sie Ihre Preise an!

■ **BERLIN** – »Sind Sie noch wettbewerbsfähig?« fragte Stefan Rimbach, Geschäftsführer des Ostdeutschen Textilreinigungs-Verbandes, in einem Rundschreiben die Mitglieder und wies darauf hin, dass die Preise für Öl und Gas von Mitte 2007 bis Mitte 2008 um 65% gestiegen sind. Strom und Wasser seien ebenfalls teurer geworden. Stefan Rimbach appelliert an die Betriebsinhaber/innen: Die Energiekosten steigen weiter, passen Sie Ihre Preise an! Dieter Kampmann kommentiert:

Preiserhöhungen sind in der Regel schwer zu begründen, diesmal ist das anders: Jeder Verbraucher weiß, dass die Energiekosten drastisch gestiegen sind und voraussichtlich weiterhin steigen werden. Deshalb wird eine Preiserhöhung im vernünftigen Rahmen verständnisvoll akzeptiert. Eine Preisanpassung ist betriebswirtschaftlich unbedingt notwendig! Wenn ein Reinigungsbetrieb beispielsweise 3.000 kWh Strom und 7 t Dampf monatlich verbraucht, kostete das vor einem Jahr, je nach Anbieter:

3000 kWh x 0,12 EUR:	360 EUR/Monat
7 t x 40 EUR:	280 EUR/Monat
zusammen:	640 EUR/Monat

Inzwischen kostet Strom in vielen Regionen 0,18 Euro. Gas oder Öl sind um 65% teurer als vor einem Jahr. Somit lässt sich die Tonne Dampf gut und gern mit 60 Euro veranschlagen und die Energiekosten für den hier angeführten Beispielbetrieb betragen:

3000 kWh x 0,18 EUR:	540 EUR/Monat
7 t x 60 EUR:	420 EUR/Monat
zusammen:	960 EUR/Monat

Das macht eine Steigerung von 50%. Betrugen in unserem Fallbeispiel die Energiekosten bisher etwa 6% vom Umsatz und der Netto-Erlös pro Teil im Durchschnitt 6 Euro (ohne Hemden Anteil), sind

die Energiekosten pro Teil von 0,36 Euro auf 0,54 Euro um 0,18 Euro gestiegen. Diese Kostensteigerung muss an den Kunden weiter gegeben werden, damit sie nicht zu Lasten des Betriebsergebnisses gehen.

Regelmäßige, kleine Preisanpassungen sind übrigens den Kunden immer besser zu vermitteln als plötzliche, große Preissprünge. Als sicherste Methode gilt bekanntlich die Preisfindung über eine genaue Kostenkalkulation. Treue Kunden können dann immer noch mit Bonus-Systemen belohnt werden, die durch die heutigen Computerkassen leicht zu verwalten sind.

Jungblut der "ANDERE" Schnelldampferzeuger

# www.dampferzeuger.de

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



- |    |                                   |    |                              |    |                             |
|----|-----------------------------------|----|------------------------------|----|-----------------------------|
| 6  | 10 Jahre Bohnhoff Betriebstechnik | 14 | Auf den Topper, fertig, gut! | 20 | Praxistipps für Seide & Co. |
| 8  | Der neue Krawattenfinisher        | 16 | Wertschätzung motiviert      | 22 | Verbands-Perspektiven       |
| 10 | Nassreinigung vermarkten          | 18 | Ein neues Service-Konzept    | 27 | Branchen-Profile            |

## Liebe Leserin, lieber Leser!



Energie und Umwelt sind die beiden Jahrhundertthemen, denen sich die Textilpflegebranche stellen muss, untrennbar verknüpft mit der Herausforderung, Technik und Energiemanagement zu optimieren. DTV-Präsident Friedrich Eberhard appelliert an unternehmerische Eigenverantwortung. Für ihn liegt die Zukunft in einer werteorientierten Dienstleistungskultur. Das Kundenverhalten befindet sich in einem Wandel, dem es zu folgen gelte (Seite 22).

Eine umfassende Übersicht über die Ansprüche der Verbraucher in unserem Land geben übrigens die Marktdaten 2008, die der Deutsche Textilreinigungs-Verband jetzt auf einer CD zur Verfügung stellt (Seite 27).

Die aktuellen Fakten bestätigen die Aussagen der erfahrenen Textilreinigerin Susanne Kehl, die mit ihrem außergewöhnlichen Konzept eines *kalten Ladens* in Lippstadt einen viel versprechenden Weg geht (Seite 18). Neben der direkten persönlichen Kundenpflege und intensiver Werbung nutzt sie die Gratiswerbemittel der DTV-Branchenkampagne, um auf ihre Leistungsvielfalt aufmerksam zu machen. Positive Resonanz fand in diesem November das farbenfrohe Winterplakat mit dem kleinen Joshi und dem Slogan *Spielend Sauber!* Mit neuen Themen und bewährter Strategie geht die Branchenkampagne 2009 ins vierte Jahr (Seite 19).

Textilpflegeleistungen aktiv zu vermarkten und dabei gezielt den Hygieneaspekt in den Vordergrund zu stellen, hält Textil-Ingenieurin Pamela Krix für angesagt (Seite 10).

Textilreiniger seien heute weit mehr als Fleckentferner und sollten ihre Dienstleistungs-Kompetenz offensiv kommunizieren.

Die brancheninternen Kommunikationsstrukturen zu pflegen, bleibt Auftrag der **MultiVision**, die laut jüngster DTV-Umfrage die meist gelesene Branchenpublikation ist. Wir danken Ihnen für Ihr Vertrauen und wünschen alles Gute, viel Erfolg und Gesundheit im kommenden Jahr,

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

VERA MONT

### Gestaltung

Astrid Farthmann, Bünde

### Druck und Verarbeitung

Druckerei + Verlag B. Scholten, Melle

ISSN 1615-3537



## Textile Welt

■ **BÖNNIGHEIM** – Die Hohensteiner Institute haben anlässlich des 80. Geburtstages des früheren Institutleiters Prof. Dr. Jürgen Mecheels (†) das Buch *Textile Welt* veröffentlicht. Auf 400 Seiten geben die Autoren Prof. Dr. Josef Kurz und Dr. Stefan Mecheels einen Überblick über die Erfolgsgeschichte des internationalen Textilforschungs- und Dienstleistungszentrums, der bis zur Institutsgründung zurückreicht.

[www.hohenstein.de](http://www.hohenstein.de)

## Richtig Bügeln



■ **DÜSSELDORF** – Was ist Bügelqualität? Mit dieser Frage beschäftigten sich die Teilnehmer/innen, Veranstalter und Fachleute während eines Praxis-Seminars »Richtiges Bügeln von Oberbekleidung« am 23.11. 2008 in Düsseldorf. Krönender Abschluss der von Multimatic initiierten Fortbildungsveranstaltung im Betrieb der *First Clean 24 GmbH* war ein weiterer Wettbewerb um das »Goldene Bügeleisen«.

Mehr unter: [www.multimatic.de](http://www.multimatic.de)

## 5 Jahre Online

■ **STUTT GART** – Den lang ersehnten Aufschwung hat die Textilbranche nicht zuletzt innovativen Textilien zu verdanken. Das Webportal *Funktionstextilien Online* widmet sich genau diesen Textilien.

Am 1. November 2008, pünktlich zum fünfjährigen Bestehen der Internetseite, gab es ein Relaunch.

[www.funktionstextilien.de](http://www.funktionstextilien.de)



# Reinigen mit System Luxor erfüllt Kundenwünsche

■ **KRIFTEL** – Das Reinigen mit System basiert im Hause SEITZ auf jahrzehntelanger Erfahrung in der Produktentwicklung für die anspruchsvolle Textilpflege. Seit mehr als zehn Jahren ermöglicht die SEITZ GmbH, Kriftel, beispielsweise mit Preclin P das Reinigen von Textilien ohne Anbürsten sowie die Optimierung des Reinigungseffekts bei wasserlöslichen Verfleckungen und Pigmentverschmutzungen.



Spritzige Idee: Das Luxor-System als Saftbar auf dem SEITZ-Stand während der *Texcare International 2008*.

»Damit konnten Anwender Rückläufe von bis zu 70% reduzieren«, informiert das Unternehmen. Eine konsequente Weiterentwicklung derart erfolgreicher Produkte habe Priorität, so die Geschäftsleitung des international agierenden Hilfsmittelanbieters. Der Fortschritt von Technologie bei den Hilfsmitteln, Maschinen und der Dosiertechnik habe schließlich dazu geführt,

dass SEITZ heute ein völlig neues und innovatives Reinigungssystem bereitstellen könne.

*Luxor* heißt das neuartige Dosiersystem für Textilreinigungsmaschinen, welches die genaue Dosierung von Hilfsmitteln im Reinigungsprozess möglich macht. Zum richtigen Zeitpunkt warenspezifisch zu programmieren, bietet u.a. den enormen Nutzen, auf individuelle Kundenwünsche eingehen zu können. Das System garantiert einen perfekten, geruchsfreien Warenausfall; auch mit *Luxor* erübrigt sich das Anbürsten der Textilien. Dank des Einsatzes modernster, auf das System abgestimmter Produkte verringert sich der Finish- bzw. Bügelanfang. Weniger Zeit- und Arbeitsaufwand hält SEITZ als kompetenter Partner der professionellen Textilpflege für weitere entscheidende Vorteile.

[www.seitz24.com](http://www.seitz24.com)

## Starke Präsenz in ganz Europa

■ **HANNOVER/VIC** – Ein erfolgreiches Jahr 2008 und positive Messeergebnisse nach der *Texcare International* rechtfertigen optimistische Prognosen für den spanischen Maschinenhersteller Girbau mit Hauptsitz in Vic bei Barcelona.

Juan de Cruz Pujades, Direktor von Girbau Deutschland, ist zufrieden. »Es ist uns gelungen, die Marke Girbau im deutschsprachigen EU-Raum noch besser zu verankern und deren internationale Marktpräsenz zu stärken. Girbau ist mit Innovationen auf dem Vormarsch.«

Ob Grossbetriebe oder kleine gewerbliche Wäschereien, sie alle finden im nach Anwendungsbereichen segmentierten Girbau-Produktprogramm wäschereitechnische Lösungen. Die Auswahlmöglichkeiten im breiten Spektrum an Waschscheudermaschinen überzeugte auch die Messebesucher:



In vollständiger internationaler Besetzung präsentierte sich die Verkaufsmannschaft des spanischen Maschinenherstellers Girbau in diesem Jahr auf der *Texcare International 2008*.



Die Innovation von Girbau:  
Sechs-Kammer-Waschstraße TBS-50.

Auf der *Texcare* in Frankfurt wurden die neuesten technischen Errungenschaften bezüglich Leistung, Waschqualität, Wasser- und Energie-Einsparung etc. demonstriert. Im Mittelpunkt des allgemeinen Interesses stand nach Informationen von Juan De Cruz jedoch eindeutig die Sechs-Kammer-Waschstraße mit abschliessender Entwässerungspressen SPR-50. »Dass wir während der Messe eine weitere Waschstraße verkaufen konnten, die dritte im deutschsprachigen Raum innerhalb kurzer Zeit, war für uns ein echter Triumph.«

Die Kontaktpflege zu den Vertriebspartnern in Deutschland, Österreich und der Schweiz gehört zu den wichtigsten Aufgaben der Girbau-Geschäftsleitung in Hannover.

»Wir pflegen unsere guten Kontakte zu unseren Partnern im EU-Raum und schaffen mit unserem weit verzweigten Vertriebsnetz eine sichere Basis für eine kunden- und bedarfsgerechte Versorgung auf den jeweiligen Märkten«, so Juan De Cruz.

[www.girbau.com](http://www.girbau.com)

## Kombigerät für SauberCard

■ **GÖTTINGEN** – Die *KKS GmbH*, Emittent der SauberCard und Fashion-CareCard, informiert: »Beide Kartentypen können ab sofort über das hoch moderne und schnelle Thales EC-Gerät der Firma Kalicom, Reinsdorf, betrieben werden. Ein separates Kundenkartenterminal ist nicht erforderlich.« Damit, so Andreas Hammer, biete *KKS* seinen Kunden, vom Standalone-Terminal über die Kassenintegration bis hin zum Kombigerät EC/SauberCard, einen lückenlosen Service an.

[www.saubercard.de](http://www.saubercard.de)

## Multimatic iLSA Deutschland Kapitalerhöhung auf 1 Million Euro

■ **MELLE** – Das Handelsregister Osnabrück verzeichnete am 9. Oktober 2008 die Aufstockung des Gesellschaftskapitals auf 1 Million Euro.

Die Gesellschaft hatte bereits Ende 2007 den 2006 ausgewiesenen Gewinnvortrag in eine Kapitalrücklage von 500.000 Euro umgewandelt. Diese Rücklage wurde nun auf Beschluss der Gesellschafterversammlung vom 9.7.2008 zur Stärkung des gezeichneten Kapitals auf 1 Million Euro verwendet. Gesellschafter-Geschäftsführer Dieter Kampmann: »Wir haben ganz ordentlich

gearbeitet und sind auch für die Zukunft guten Mutes. Mit dieser Kapitalerhöhung unterstreichen wir das Vertrauen in die Stabilität unseres Unternehmens und gleichzeitig in die Zukunft der Branche.« Seit der Offenlegungspflicht im elektronischen Bundesanzeiger kann jedermann kostenlos die Bilanzdaten seiner Zulieferer einsehen:

[www.ebundesanzeiger.de](http://www.ebundesanzeiger.de).

[www.seitz24.com](http://www.seitz24.com)

### Für eine zeitgemäße Textilbehandlung!

Der Fortschritt bei der Technologie von Hilfsmitteln, Maschinen und Dosiertechnik ermöglicht es uns, Ihnen ein völlig neues und innovatives Reinigungssystem vorzustellen.

Für die Reinigung in den klassischen Lösemitteln Perchlorethylen und Kohlenwasserstoff, haben wir das **Preclin P®-System** weiterentwickelt, das allen modernen Ansprüchen einer hochwertigen Textilpflege gerecht wird.

Überzeugen auch Sie sich von **Luxor®** und den enormen Vorteilen, die sich durch dieses System für Ihren Betrieb und somit auch für Ihre Kunden bieten.

# 10 Jahre Bohnhoff Betriebstechnik GmbH

## Erfolgsfaktor Sympathie stärkt Kundenbindungen

■ **BAD OLDESLOE** – Im Messejahr 2008 feiert die Bohnhoff Betriebstechnik GmbH 10-jähriges Jubiläum. Der Multimatic Vertriebs- und Technikpartner Stefan Bohnhoff lud am 25. Oktober 2008 nach Bad Oldesloe ein. Auf seinem Betriebsgelände organisierte er, gemeinsam mit Multimatic, eine fachlich anspruchsvolle Hausausstellung und eine spritzige Jubiläumsparty. Nicht anders als erwartet, bekam das gelungene Team-Event von den mehr als 260 Gästen nur positive Resonanz sowie die Bestätigung: Ein hoher Sympathiefaktor schafft enge Kundenbindungen.



Das gelungene Branchenevent im Norden bot Zeit und Raum für Fachgespräche; die positive Atmosphäre sorgte für einen lockeren, kollegialen Austausch und stärkte Beziehungen. Über den Erfolg der Jubiläumsveranstaltung mit Fach- und Technikreferaten freute sich das Bohnhoff-Team: Michael Hammer, Melanie und Stefan Bohnhoff, Florian Meyer (v.l.n.r).

Wie gut das Image eines Unternehmens ist, bestimmen die Menschen hinter den Produkten, Dienstleistungen und Konzepten. Das war für Stefan Bohnhoff nie eine Frage. Als er vor zehn Jahren entschied, sich als Vertriebs- und Technikpartner für die professionelle Textilpflege selbständig zu machen, hatte er sein persönliches Profil längst geschärft. Gut beobachtend, wer auf dem Markt wie agiert und sich profiliert, wählte er seine Technikpartner bewusst aus. Mit der Unternehmenskultur und dem

aktuellen Werbeclaim von Multimatic kann er sich identifizieren: *Technik made for Germany – mit Liebe zum Detail.*

Ihm geht es dabei vor allem um technische Präzision, weniger um Detailverliebtheit; was technische Lösungen betrifft, ist Stefan Bohnhoff ebenso kreativ wie pragmatisch. Unterm Strich zählt das Ergebnis. Seine Partner bestätigen seine Professionalität und den Geschäftssinn des ehemaligen Bankkaufmanns. Seinen guten Namen hat sich der diplomierte Anlagenbetriebstech-

niker nicht nur durch die Bereitstellung und zuverlässige Nachsorge von Spitzentechnik gemacht. Seine Kunden schätzen seine Offenheit und die gelebte Dienstleistungsphilosophie, hinter der die gesamte Bohnhoff-Belegschaft steht. Das sind Ehefrau Melanie Bohnhoff (Büro), Florian Meyer und Michael Hammer (Servicetechniker) sowie Günter Gärtner (Mitarbeiter in der Werkstatt). Und weil Familie im Hause Bohnhoff einen hohen Stellenwert hat, feierten Sohn Felix (gerade einmal

zwei Jahre alt) und viele andere Familienmitglieder bei strahlendem Oktoberwetter selbstverständlich mit.

In der Branche ist Stefan Bohnhoff seit weit mehr als einem Jahrzehnt zu Hause. Dem klassischen Typ des alten Hasen entspricht er ganz und gar nicht; mit Blick auf sein Technik- und Branchen-Know-how, passt der Begriff allerdings. Seine Berufsausbildung als Bankkaufmann ist für den Unternehmer zweifellos hilfreich. Sein Erfolg mit der *Bohnhoff Betriebstechnik GmbH* spricht für die spätere Herzensentscheidung, lieber im technischen Bereich tätig zu sein.

Direkt nach dem Studium startete er seine Karriere als Betriebsleiter bei der *Buchholz Textilpflege* in Bad Oldesloe. Damit stieg er intensiv in die Welt der professionellen Wäscherei und Textilreinigung ein. Seine ersten Kontakte mit der Branche hatte er weit vorher gemacht. Während der Schulzeit bzw. des Studiums verdiente er sein Geld als Fahrer und später als Techniker für Rainer Buchholz. »Was mir dabei besonders auffiel, waren die unterschiedlichen Arbeitsweisen von Kundendiensttechnikern für die Textilpflegebetriebe. Fast jeder Maschinenhersteller hatte seinen eigenen Kundendienst, entsprechend hoch waren die Kosten.«

Gemeinsam mit einem Studienkollegen übernahm Stefan Bohnhoff noch während seines Studiums die gesamte Maschinenwartung im Hause Buchholz. »Der Grundstein für meine Existenzgründung war damit gelegt, da ich diesen Komplett-Service auch anderen Betrieben anbieten wollte, unabhängig von Maschinenfabrikaten.«

»Die Zusammenarbeit mit *Multimatic* war

von Anfang an hervorragend«, berichtet Stefan Bohnhoff. Ihn überzeugte die Kooperationsbereitschaft des Marktführers. »Unsere Ideen und Entwicklungen aus der Praxis sind stets in das Maschinenprogramm eingeflossen. Dadurch wurden die technischen Beziehungen, insbesondere zu Ewald Brinker, dem Technischen Leiter, immer enger.« Aus der Zusammenarbeit als Servicepartner für Reinigungsmaschinen entwickelte sich eine Kooperation für den Vertrieb der gesamten Maschinenpalette.

*»Mit solch einem Erfolg hatten wir nicht gerechnet. Wir sind überwältigt von den Sympathiebeweisen unserer Kunden und Freunde. Das macht uns natürlich sehr stolz und wir möchten uns bei allen bedanken. Wir freuen uns jetzt schon auf die nächste Hausmesse.«*

**Stefan Bohnhoff**

»Wir verstehen uns heute als technischer Dienstleister für die gesamte Branche. Dazu gehören die Beratung bei Neu- und Ersatzinvestitionen, die Installation sämtlicher Maschinen und Geräte, Betriebsumzüge, energiewirtschaftliche Beratung und Umsetzung, Instandsetzung sowie der Sondermaschinenbau gemäß Kundenanforderung.«



## Ein frischer Weihnachtsgruß

■ **MELLE** – »Die Weihnachtsplakataktion von Multimatic beginnt mit einer neuen Gestaltungslinie; frisch, witzig und trendy«, so Kommunikationsdesignerin Verena Spieshöfer aus dem Hause Multimatic: »Im letzten Jahr haben wir die Gestaltung durchgängig vom Weihnachts- bis zum Sommerplakat mit dem niedlichen, *sympathischen Mädchen* gestaltet. Für die aktuelle Kampagne greifen wir das Thema *Quietsche-Entchen* visuell auf, welches sich auch im Oster- und Sommerplakat inhaltlich wieder finden wird. Lassen Sie sich angenehm überraschen. Ihr Ziel ist auch unser Ziel: Kundenbindung!«

Multimatic-Betriebe haben mit dem neuen Plakat die Möglichkeit, ihren Kunden eine *frische Weihnachtszeit* zu wünschen. Auf Wunsch stellt Multimatic eine Anzeigenvorlage mit dem neuen Motiv zur Verfügung. Weitere Beratung und Informationen: [vspieshoefer@multimatic.de](mailto:vspieshoefer@multimatic.de); Telefon (05422) 1 00 14 sowie auf [www.multimatic.de](http://www.multimatic.de)

# Effizienter denn je.“

## “ Erleben Sie den Unterschied.

- einfachste Handhabung
- bestes Preis-Leistungsverhältnis
- Bestnote für Absorption, Filtration und Decoloration
- führende Maschinenhersteller vertrauen seit Jahren auf KLEEN-RITE Qualität.
- für alle Maschinentypen





**Vertriebs GmbH & Co. KG**  
Grabauer Straße 41-43  
21493 Schwarzenbek

**Tel: 04151 84050**  
**Fax: 04151 840519**

So schließen Profis ihre Servicelücke!

## Der Krawattenfinisher – Profipflege bis ins Detail

■ **OBERURSEL/FRANKFURT A. M.** – Für das perfekte Krawattenfinish gibt es jetzt eine einfache technische Lösung, nach der Idee eines Branchenprofis und Tüftlers: Jens Nitzschke entwickelte den Krawattenfinisher. Multimatic hat ihn auf den Markt gebracht.

Sie bleibt ein zeitloses, modisches Accessoire. Unzählige Männer tragen sie, mit mehr oder weniger großem Vergnügen. Liebhaber exklusiver Designerstücke bevorzugen sie in feinsten Seide: Die Krawatte setzt als kleines, feines Textil einen unübersehbaren Akzent in der klassischen Herrenoberbekleidung, vorausgesetzt: sie sitzt perfekt, ist geknott, geknotet und vor allem einwandfrei gebügelt.

»Die qualitätsorientierte Reinigung von Krawatten ist daher eine optimale Chance für Profis, sich als Textilpflege- und Bügelexperte zu profilieren«, sagt Jens Nitzschke, Inhaber der *Taunus Textilpflege* in Oberursel. Nach zehn Jahren, immer noch hoch motiviert, widmete sich der einstige Quereinsteiger einem Thema, das in der Branche stets zu Kontroversen führte.

Für viele Betriebe hatte das die Konsequenz, Krawatten in keinem Fall offensiv anzubieten, geschweige denn zu bewerben. Jens Nitzschke hingegen hat seit jeher den Anspruch, ein lückenloses Serviceangebot zu bieten. Kunden, die ihr Outfit mit einer tadellosen Krawatte aufwerten wollen, werden in der *Taunus Textilpflege* optimal bedient.

»Wir alle kennen die Probleme, die Krawatten mit sich bringen«, kommentiert der Spezialist. »Wenn beispielsweise die Mittelnaht auf der Rückseite mit der Einlage vernäht wurde, ist es unmöglich, einen der herkömmlichen Krawattenformer einzuführen. Ist zusätzlich das Inlett verrutscht, kann der Oberstoff gar nicht mehr geglättet werden. Viele Kolleg/innen machen sich viel Arbeit und trennen Nähte auf. Aber das kostet Zeit und Geld und heißt im Ergebnis: viel Aufwand und wenig Umsatz. Mit dem neuen Finisher werde die Krawatte zu einem wirtschaftlich attraktiven Produkt. »Jeder Textilpflegebetrieb kann sich damit als Detailspezialist qualifizieren.«

In dreijähriger Entwicklungszeit hatte der erfolgreiche Reiniger den Finisher entwickelt, inklusive einer einjährigen Testphase. Auf der *Texcare International 2008* wurde er mit einschlagendem Erfolg der Fachwelt präsentiert.

»Als absolute Neuheit gibt es den Finisher jetzt auch als Stand alone-Gerät, für das es in jedem Betrieb garantiert noch ein Plätzchen gibt«, ergänzt der Erfinder und nennt als die wichtigsten Produktmerkmale:

- ein problemloses Anbringen an jeden Bügeltisch,
- ein schnelles Verstellen der Form für jede Krawattenbreite,
- das einfache Einführen der Krawatten
- sowie dosierbares Aufblasen für unterschiedliche Materialien und Gewebarten.



Die optimale Bügelqualität kennzeichnet sich dadurch, dass es eben keine flach gebügelt Kanten mehr gebe. »Spielend einfach lassen sich verdrehte Einlagen zurechtrücken, indem die Krawatte leicht aufgeblasen wird. Der typischen Falten- bzw. Knitterbildung im Knotenbereich können wir ebenfalls konsequent begegnen. Durch den Dampf erhält die Frontseite ihren letzten Schliff.«

Wer die Dienstleistung außerdem aktiv mit einer zusätzlichen Fleckschutzausrüstung verkaufe, so Nitzschke, werte die Profipflege noch einmal auf und erhöhe den praktischen Nutzen für den Anwender. »Mit Topqualität für Krawatten können wir jetzt eine Servicelücke schließen.«

[www.multimatic.de](http://www.multimatic.de)

Jens Nitzschke demonstriert das einfache und effiziente Handling des Krawattenfinishers, der einfach an jeden Bügeltisch montiert werden kann: Die Krawatte wird auf zwei, parallel liegende Stangen geführt. Sitzt sie richtig, wird per Fußschalter Druckluft eingespeist. Mit dem Dampfgebügelisen wird, in ca. 5 mm Abstand, vorsichtig über die Front bzw. die aufgeblasene Krawatte gefahren, ohne das Textil direkt zu berühren. Ist das gewünschte Ergebnis erreicht, nimmt der Anwender den Fuß vom Schalter und zieht die Krawatte von den Stangen. Im letzten Schritt lassen sich auf dem Bügeltisch, durch sanftes Nachbügeln ohne Dampfzugabe, Kanten regulieren.

## Höchste Auszeichnung für Heinrich Kreipe DTV-Ehrennadel für besondere Verdienste

■ **BONN/KREFELD** – Sie ist die höchste Auszeichnung, die der Deutsche Textilreinigungs-Verband e.V., Bonn, zu vergeben hat: die DTV-Ehrennadel. In diesem Jahr wurde sie dem renommierten, vereidigten Sachverständigen Dipl.-Ing. Heinrich Kreipe verliehen, dem die Redaktion **MultiVision** aufgrund langjähriger, guter Zusammenarbeit sehr verbunden ist.

Heinrich Kreipe zählt zu den herausragenden Menschen unserer Branche. Von einer verdienstvollen Persönlichkeit sprach Helmut Strom in seiner Laudatio zur offiziellen Verleihung in Krefeld. Im Namen des DTV-Präsidiums überreichte er die DTV-Ehrennadel: »Ich tue dies in Dankbarkeit für die großen Leistungen, die Heinrich Kreipe für das Textilreinigungsgewerbe erbracht hat.« Dieser habe sein gesamtes Arbeitsleben in den Dienst des Gewerbes gestellt und sich in unvergleichlicher Weise verdient gemacht. »Wir alle haben ihn als einen fleißigen, arbeitsfrohen Menschen kennen gelernt, dem man den Spaß und die Freude an der Arbeit immer angesehen hat«, sagte Strom.

In der Tat erlernte Heinrich Kreipe sein Handwerk von der Pike auf. Nach dem Abitur legte er in Berlin seine Gesellenprüfung im Wäscher- und Plätter-Handwerk ab, wurde 1. Landessieger und 2. Bundessieger im Leistungswettbewerb der Handwerksjugend. Sein Studium in Hohenstein schloss er als Diplom-Textilingenieur ab, um anschließend seine Tätigkeit bei der Forschungsstelle Chemischreinigung bzw. Wäschereiforschung Krefeld anzutreten.

Im Jahre 1972 erhielt er die Berufung zum vereidigten Sachverständigen. Seit dieser Zeit ist er als Gutachter bei Amts- und Landgerichten, Schlichter in Streitsachen Textil, gestaltender Teilnehmer bei Veranstaltungen des DTV (insbesondere in den Fachgruppen Heimtextilien und Leder) sowie in Fragen des Umweltschutzes tätig. In Bremen, Hamburg, Hessen, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Schleswig-Holstein war er als vereidigter Sachverständiger für die DTV-Landesverbände aktiv. Daneben vertrat Heinrich Kreipe die Interessen des Verbandes u. a. in diversen Normenausschüssen (z. B. Gesamttextil und RAL).

Aufgrund seiner Erfahrungen war er in allen Jahren ein geschätzter Gesprächspartner der Textilindustrie. Er knüpfte und förderte wertvolle Kontakte zwischen Textilpflege und Textilindustrie, beispielsweise im Bereich Einlagestoffe, Knopfindustrie,

arbeit kostet nicht nur Zeit, sie erfordert neben viel Sachverstand auch menschliche Qualitäten«, ergänzte Strom. So habe Heinrich Kreipe bei hitzigen Diskussionen stets einen guten Ausgleich geschaffen, immer im Interesse der Sache.



Für Helmut Strom war es eine besondere Ehre, seinem jahrzehntelangen Begleiter und Freund Heinrich Kreipe die Auszeichnung persönlich zu überreichen; hier mit Heike Fritsche (links) und Christa Kreipe.

Hemdenindustrie, Textilveredlung, Teppichhersteller und Polstermöbelhersteller. Darüber hinaus hat sich Heinrich Kreipe als Referent, Diskussionsleiter und Organisator von Fachsitzungen einen Namen gemacht. Seine zahlreichen Fernsehauftritte trugen entscheidend dazu bei, dass das Textilreinigungsgewerbe in der Öffentlichkeit objektiv dargestellt wurde.

Als Referent in den DTV-Meistervorbereitungskursen, bei Ladnerinnen- und Sachverständigenschulungen sowie Prüfungen zum Sachkundigen vermittelte er sein umfangreiches Wissen. »Diese aktive Mit-

Seine Auffassung, sein großes Wissen und seine Erfahrungen seien für das Textilreinigungsgewerbe von großem Wert.

*Anmerkung der Redaktion: Heinrich Kreipe unterstützte, ebenfalls über Jahrzehnte, die gesamte Fachpresse. Auch der Redaktion **MultiVision** stand er stets mit Rat und Tat zur Seite. Als redaktioneller Fachberater trug er zum Entstehen und Erfolg der Verbraucherinformation [Reiniger@work](mailto:Reiniger@work) wesentlich bei. Das Redaktionsteam der **MultiVision** sowie Herausgeber Dieter Kampmann gratulieren ihm und bedanken sich an dieser Stelle mit allergrößtem Respekt.*

## Im Gespräch mit Textiltechnik-Ingenieurin Pamela Krix Nassreinigung als Hygienepaket offensiv vermarkten

■ **OLDENBURG/MELLE** – Nassreinigen ist mehr als Waschen! Für eine erfolgreiche Vermarktung der »professionellen Textilreinigung in Wasser« ist es maßgebend, den Unterschied zur einfachen Haushaltswäsche deutlich zu kommunizieren. Um Überzeugungsarbeit zu leisten und Unternehmer/innen bzw. deren Mitarbeiter/innen zu erfolgreichen Multiplikatoren für ein zeitgemäßes Dienstleistungsprodukt der Textilreinigung zu machen, ist Pamela Krix unterwegs. Im Team mit ihren erfahrenen Kolleg/innen organisiert sie Fortbildungsseminare und liefert neben Verkaufsargumenten vor allem fundiertes Fachwissen rund um die praktische Anwendung von Nassreinigungssystemen. **MultiVision** sprach mit Pamela Krix.



Ein gut gelauntes Team: Pamela Krix und Peter Schwarz aus dem Hause BÜFA wurden während des Sommer-Seminars in Melle von der Bügel- und Finisheexpertin Andrea Hering (rechts) unterstützt.

*Frau Krix, Sie und Ihr Kollege, der Textilreinigermeister Peter Schwarz, sind ein bewährtes Team, wenn es um Fortbildungsveranstaltungen aus dem Hause BÜFA geht. Ein letztes Seminar, in Kooperation mit der Firma Multimatic, gab es am 29. November 2008 in Melle. Seit wann bieten Sie diese zusammen mit dem Maschinenausrüster an?*

Seit April diesen Jahres. Die Idee dazu hatte sich zur Hausmesse 2007 herauskristallisiert; dort konnten wir an den Girbau Nassreinigungsmaschinen unser Konzept zur sachgemäßen Nassbehandlung von Berufsbekleidung bzw. PSA (Persönliche Schutzausrüstung) praxisnah darstellen. Das kam bei allen Beteiligten sehr gut an.

*Das heißt, die jetzt angebotenen Seminare*

*liefern stets geballte Kompetenz, auch im Hinblick auf das Technik-Know-how?*

Richtig, die theoretische und praktische Unterweisung muss aufeinander abgestimmt sein. Deshalb finden die Seminare in Zusammenarbeit mit einem Maschinen- und Gerätetechnikhersteller statt. Multimatic bietet in seinem Technikum in Melle die optimalen Voraussetzungen.

Neben dem Vermitteln von Basiswissen über Textilien und deren Pflegbarkeit, ist uns die umfassende Schulung in Verfahrens- und Anwendungstechnik wichtig. Dazu gehört die fachgerechte Bügel- und Finishtechnik. Mein Kollege Peter Schwarz und ich sind uns da einig; aus diesem Grund lassen wir uns durch eine Bügelexpertin aus der Praxis unterstützen.

*Für Profis ist die Nassreinigung kein wirklich neues Thema. Wer in der Branche hat dennoch akuten Informationsbedarf und sollte, Ihrer Meinung nach, besser informiert oder geschult werden?*

Wer sich für ein Seminar interessiert, will sich auf den neuesten Stand bringen oder hat den Wunsch nach Differenzierung vom Wettbewerb. Auch Seiteneinsteiger, die auf diesem Weg notwendiges Grundwissen kompakt vermittelt bekommen wollen, profitieren von den Schulungen. Verbraucher wollen und sollten vor allem mehr über die Hygienevorteile durch die professionelle Nassreinigung wissen.

*Damit bestätigen Sie, dass sich markt- und wettbewerbsfähige Textilreiniger/innen heute gezielt auf den Hygieneanspruch der Verbraucher einstellen und ihre Spezialleistungen unter diesem Aspekt aktiv vermarkten müssen. Was sollten Textilpflegebetriebe konkret tun?*



*Nassreinigungstechnik: Textiltechnik-Ingenieurin Pamela Krix gibt praktische Anleitung.*

Neben sauberer, gepflegter Ware erwarten die Verbraucher, dass diese hygienisch einwandfrei ist. Die Bettenreinigung z. B. kann und soll Dank der Behandlung beim Profi hygienisch aufbereitet sein. Die desinfizierende Nassreinigung bei 40°C, beispiels-



Fachaustausch: Pamela Krix im Gespräch mit Ewald Brinker, Technischer Leiter von Multimatic.

weise mit dem Oldopal-Sept-Verfahren von BÜFA, wird diesem Anspruch gerecht. Zusätzlich sollte es in jedem Textilreinigungsbetrieb Hände- und Flächendesinfektionsmittel geben, verbunden mit einem einfachen, praxisnahen Hygieneplan. Wer dieses Hygienepaket offensiv und transparent vermarktet, hat ein überzeugendes und eindeutiges Argument gegenüber der Haushaltswäsche.

»Wer die Nassreinigung als Hygienepaket offensiv vermarktet, hat ein überzeugendes und eindeutiges Argument gegenüber der Haushaltswäsche.«

**Warum können zeitgemäße Betriebe auf die Nassreinigung im Grunde gar nicht mehr verzichten?**

Wir wollen nicht mit erhobenem Zeigefinger mahnen und behaupten, die Nassreinigung sei das Maß aller Dinge. Jeder Betrieb hat sein eigenes, erfolgreiches Konzept. Jedoch beweist das große Interesse an dem Thema, welchen Stellenwert die heutige Nassreinigung hat.

**Wie hoch ist dieser Stellenwert konkret?**

Bis zu 50 Prozent der anfallenden Ware (je nach Standort) lassen sich nass behandeln; das 2006 eingeführte Pflegesymbol (W im Kreis) fördert diese Entwicklung. Wie die seit Jahren auch durch BÜFA unterstützte

Branchenkampagne zeigt, können die Betriebe dadurch eine Reihe gewinnbringender Zusatzleistungen anbieten.

**Die diesjährige Umfrage des DTV macht deutlich, dass es genau diese ergänzenden Dienstleistungen (Heimtextilien, Betten, etc.) sind, die der Verbraucher viel zu wenig nutzt, weil er das gesamte Leistungsspektrum der Branche einfach nicht kennt.**

Genau, daher sehe ich in der aktiven Vermarktung, neben umfassender Weiterbildung, einen großen Handlungsbedarf.

Denn die Nassreinigung macht es der Branche möglich, das vorhandene Potential an service- und hygieneorientierter Textilreinigungsleistungen abzuschöpfen.

**Nicht nur informieren, sondern auch motivieren, lautet Ihr Fortbildungsmotto.**

**Erreichen Sie mit den Seminaren Ihre Ziele?**

Am Ende jedes Fortbildungsseminars üben wir Manöverkritik. Die Seminarteilnehmer haben sich bisher überwiegend positiv geäußert, sowohl zu dem Ablauf als auch den Inhalten. Ohne uns selbst zu loben, darf ich hier trotzdem erwähnen, dass man sich stets mit strahlenden Gesichtern und guten Vorsätzen von uns verabschiedet.

**Frau Krix, vielen Dank für das nette Gespräch und noch viele spannende Seminare.**

[www.buefa.de](http://www.buefa.de)

Kriegen Sie **Ihr Fett** auch schon bei **30 °C** weg?



Kein Problem mit dem **Niedrigtemperatur-Fettlöser**  
**Lizerna Intensive**



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

**Nähere Informationen unter [www.buefa.de](http://www.buefa.de)**

## Wenig Energie, großartige Leistung

# Grundlegend anders: IPURA begeistert weltweit

■ **WEST BABYLON/NEW YORK** – Nur 6,5 kWh! So wenig Energie verbraucht die IPURA pro Charge. Die Multimatic Textilreinigungsmaschine mit 17 kg Füllgewicht kann allerdings weit mehr als »Energieoptimierung«. Stephen Langiulli, Geschäftsführer der iLSA-Tochterfirma Columbia, berichtet über seine Erfahrungen mit der innovativen Technik. Über 350 Maschinen wurden bereits in den USA installiert.

Auf der *Texcare International 2008* war sie eine Neuheit und Publikumsmagnet. Textilreiniger/-innen, die in Deutschland damit arbeiten, bestätigen das bisher einzigartige Verfahren (siehe: [www.multimatic.de](http://www.multimatic.de)). Die Begeisterung zog Kreise, mittlerweile wurde ein IPURA Club gegründet; Mitglieder tauschen sich aus, geben einander Tipps und verraten Tricks für bestmögliche Reinigungsergebnisse.



Jeder Kunde wird sorgfältig eingewiesen: Stephen Langiulli (rechts) auf der *Texcare* und Önder Sünbül, Multimatic, Melle.

»Von den vielen Vorteilen des Reinigungsverfahrens ist der drastisch reduzierte Energieverbrauch sicherlich der wichtigste«, betont Stephen Langiulli: »Das IPURA-Modell mit 17 kg Füllgewicht kommt – je nach Verfahren – mit 6,5 kWh pro Charge aus, ohne jegliche Zusatzenergie.« Er erinnert sich: »Als die IPURA auf der *Clean Show 2005* in Orlando, Florida, vorgestellt wurde, gab es zunächst nur Hohn und Spott: Sprühtechnik statt Reinigungsbäder, ohne Schleudern und ohne Destillation, das konnte nach herkömmlicher Meinung gar nicht funktionieren. Zwei Jahre später auf der *Clean Show 2007* in Las Vegas hatte sich die neue Technik in Nordamerika bereits durchgesetzt. Inzwischen arbeiten über 350 Maschinen in den USA und Kanada damit. Jeder Kunde ist absolut zufrieden und lobt die niedrigen Betriebskosten, abgesehen vom einfachen Einbringen und Aufstellen der Maschine. Längst

hat IPURA auch den deutschen, französischen und italienischen Markt erobert.«

Überzeugte IPURA-Anwender sind offen für Neues. Entscheidend sei, traditionelles Wissen einmal beiseite zu schieben, kommentiert Langiulli. Er selbst habe als Textilreiniger natürlich gelernt, dass man für ein gutes Reinigungsergebnis einen hohen Flottenstand braucht, einen Badwechsel pro Minute, Destillation, Filtration und die richtigen Hilfsmittel. »Heute haben wir allerdings andere Ware und andere Löse-mittel, aber immer noch einen hohen Energieeinsatz. Neben schmutzigem Löse-mittel im Tank, erleben wir häufig ein Überkochen der Destillation und ärgern uns über Vergrauung und Flusen. Unser Personal versteht oft gar nicht, was in der Reinigungsmaschine abläuft. Gleichzeitig kämpfen wir gegen behördliche Vorschriften und das schlechte Image der Branche, das von den Medien nur allzu gern an Einzelfällen festgemacht wird. All das können wir nur ändern, wenn wir unvoreingenommen neue Wege gehen. Mit IPURA haben wir das gemacht. In Frankfurt konnten wir beweisen, dass selbst schwierigste und stark verschmutzte Teile aus Textil, Pelz und Leder damit erstklassig und sogar bügelfreundlich gereinigt werden.«

Wer mit IPURA erfolgreich arbeitet, ist bereit umzudenken, weiß Langiulli: »In herkömmlichen Bad-Maschinen beispielsweise nimmt die Flotte sämtliche Schmutzarten gleichzeitig auf: unlöslichen, wasserlöslichen und lösemittellöslichen Schmutz. Danach haben wir die schwierige Aufgabe, die Flotte wieder zu klären, meist durch Filtration plus Destillation. Wenn dagegen, wie in der IPURA, die Schmutzarten nacheinander aus der Ware abgetragen werden, brauchen wir keine Destillation mehr. Wir waschen die Ware eben nicht in einem Bad, in dem alle möglichen Schmutzanteile schwimmen und ständig versuchen, als

Vergrauung wieder auf die Textilien aufzu-ziehen. Im Prinzip unterscheidet sich die klassische Reinigung in Bad-Maschinen nicht von dem Jahrtausende alten Prozess des Waschens. IPURA arbeitet grundlegend anders. Sie wird die professionelle Textilreinigung verändern und diese trotz steigender Kosten profitabler machen.«

### Was ist der IPURA-Club?



■ **MELLE** – Anwender sind sich einig: IPURA ist nicht nur eine Maschine, sondern ein völlig neues Konzept für die Textilreinigung der Zukunft. Diese Zukunft aktiv zu gestalten, ist das Ziel der Unternehmer/-innen im IPURA-Club. Neben dem Zusammenhalt bietet das Forum einen lebendigen Informations- und Erfahrungsaustausch. Textilreiniger/-innen diskutieren über die Maschinenteknik in der Praxis sowie Möglichkeiten der Weiterentwicklung. Zur Marketingstrategie gehören Werbemittel; ein Newsletter informiert die Clubmitglieder aktuell. Über die Gesamtidée und Erfahrungen des IPURA-Clubs berichtet die *MultiVision* im März 2009.

[www.multimatic.de](http://www.multimatic.de)

## Individuelle Feuerungssysteme helfen sparen Betriebskostenoptimierung mit effektivem Dampf

■ **KREFELD** – Als Vorreiter in Sachen Energieeffizienz und Umweltbewusstsein agiert die CERTUSS Dampfautomaten GmbH & CO. KG. »In Krefeld entwickeln und produzieren wir gas- und ölbefeuerte Dampfautomaten mit einem Wirkungsgrad von bis zu 93 %, ohne Abgaswärmetauscher.«

Das erreiche CERTUSS durch eine 3-fach-Luftisolierung mit gleichzeitiger Verbrennungsluftvorwärmung bei geringsten Abstrahlverlusten. Jetzt hat CERTUSS Feuerungssysteme entwickelt, die exakt auf die jeweilige Kesselbaugröße abgestimmt sind. »Die Brenner arbeiten nach dem Ringspaltsystem und sorgen für eine optimale, umweltschonende Verbrennung«, erklären die Spezialisten für Dampfversorgung. »Sie zeichnen sich durch einen deutlich geringeren Wartungsaufwand gegenüber herkömmlichen Brennern aus. Die Gasregelstrecke mit Einzelkomponenten namhafter Hersteller wurde speziell für die Bedürfnisse des Betriebes der Dampfautomaten zusammengestellt. Brenner und Dampferzeuger bilden zusammen eine Baueinheit.« Zur weiteren Senkung des Energieverbrauchs habe man Abgaswärmetauscher (Economiser) für jede Kesselbaugröße kon-

zipiert. Unter Ausnutzung der Kondensationswärme der Abgase ließen sich damit feuerungstechnische Wirkungsgrade von über 100 % erzielen. Alle CERTUSS-Dampfautomaten seien serienmäßig für den Low-NOx-Betrieb mittels Rauchgasrückführung vorgerüstet.



Kompakte Leistungsstärke:  
Der CERTUSS Junior.

Energieeinsparpotenzial sieht CERTUSS außerdem in der Anheizzeit der Dampferzeuger: »Maximal fünf Minuten nach dem Kaltstart eines CERTUSS-Dampfautomaten stehen dem Kunden 100 % Dampf in hoher Qualität, sprich Sattdampf mit sehr geringer Restfeuchte, zur Verfügung. CERTUSS garantiert eine gleich bleibend hohe Dampfqualität durch die Pilotflamme des Brenners. Die geforderte Brenner- und somit Dampfleistung stehe bei Bedarf sofort zur Verfügung, ohne Vorlützeiten und einen damit verbundenen Druckabfall im Dampfnetz. Jede individuell gefertigte Anlage werde unter dem Aspekt der Betriebskostenoptimierung geplant; der von CERTUSS entwickelte Kondensatwärmetauscher Parcovap erreiche eine Energiekostensenkung von 13 %.

[www.certuss.com](http://www.certuss.com)

## Hygienewäsche bereits ab 30°C

■ **OLDENBURG** – Auch der Oldenburger Hilfsmittelanbieter, die BÜFA Reinigungssysteme GmbH & Co. KG, folgt im Rahmen seiner Produktentwicklung dem derzeitigen Trend bzw. der Notwendigkeit, Kosten zu minimieren und Ressourcen zu schonen.

Diese Maßgabe stand im Vordergrund bei der Entwicklung des neuen, leistungsstarken Fettlösers Lizerna Intensive. Damit ist dem Forschungsteam von BÜFA nach Unternehmensaussagen eine herausragende Innovation zur Senkung von Betriebskosten im Bereich Wäscherei gelungen. Das neue Produkt fördere nicht nur den Umweltschutz und die Kostenoptimierung, sondern auch die Leistungsfähigkeit.

Die Fähigkeit von Lizerna Intensive, bereits ab 30°C intensive Verschmutzungen zu entfernen, mache u. a. einen wirkungsvollen Einsatz bei Textilien aus Alten- und Pflegeheimen, der Lebensmittelindustrie sowie für Berufskleidung attraktiv. Extrem

verschmutzte Küchenwäsche oder gar Metzgerkleidung seien für Lizerna Intensive ebenfalls kein Problem. Damit, so BÜFA, reduziere sich auch die Nachwäsche deutlich, nicht zuletzt unter Berücksichtigung der Faserschonung. Während herkömmliche Fettlöser erst bei einer Waschtemperatur von über 50°C aktiv würden, Sorge Lizerna Intensive bereits bei 30°C für ein hervorragendes Waschergebnis, einen einzigartigen Weißgrad und perfekten Warenausfall. Mit seinem neuen Produkthighlight stelle BÜFA einmal mehr seine Kompetenz im Segment Wäscherei unter Beweis, getreu der Devise: BÜFA – der Waschoptimierer.

[www.buefa.de](http://www.buefa.de)

WERDEN SIE  
JETZT LIZENZ-  
NEHMER DER  
Nr. 1 ...



... billiger  
als gedacht!

(nur 1,11 € pro Tag  
Terminal-Miete)

Bitte besuchen Sie uns  
auf der Texcare in Halle 8  
Stand F 21.

CLEANCARD SERVICE

Färberstr. 10 · 30453 Hannover  
Telefon 0511-2131-130  
[www.cleancard.de](http://www.cleancard.de)

## »Auf den Topper, fertig, gut!« Schneller, preiswerter und einfach effizienter

■ **DORMAGEN** – Für Maria und Emmanouil Kokkinos ist die professionelle Textilpflege gelebte Familiengeschichte. Die Eltern bzw. Schwiegereltern betreiben eine Textilreinigung in Ratingen, weitere Familienmitglieder führen Betriebe in Düsseldorf und Griechenland. Leidenschaft gehört für das junge Unternehmerpaar aus Dormagen zum florierenden Geschäft. Kein Wunder, dass sie von dem Zeitgewinn und der Kosteneinsparung durch ihren neuen Hosentopper regelrecht begeistert sind.



*Fachkompetenz, Fleiß und Freundlichkeit zahlen sich aus: Maria und Emmanouil Kokkinos konnten im Vergleich zum Vorgänger ihren Kundenstamm um das Dreifache vergrößern.*

»Es war ein hartes Stück Arbeit«, erinnern sich die sympathischen Inhaber des Textilpflegecenters im HIT-Markt in Dormagen, die den Betrieb vor rund einem Jahr übernahmen. »Seitdem konnten wir den Kundenstamm etwa um das Dreifache vergrößern, verglichen mit der Kundenzahl des früheren Betreibers.« Förderlich für das Geschäft sei unter anderem die Laufkundschaft im gut besuchten HIT-Markt.

»Der Familienbetrieb Kokkinos ist ein starker Anziehungspunkt in unserem Markt«, bestätigt Marktleiter Helmut Röder. »Fachkompetenz, Fleiß und Freundlichkeit werden eben immer honoriert.«

Die 1976 gegründete Reinigung wurde zuvor als Personal geführte Filiale einer Kette betrieben und hatte im Laufe der Jahre kontinuierlich an Attraktivität und Umsatz verloren. Durch den kompletten Umbau, die Investition in modernste Technik und unermüdlichen Einsatz gaben Maria und Emmanouil Kokkinos dem jetzt Inhaber geführten Betrieb ein völlig neues Image.

Von früh morgens bis spät abends garantieren sie persönlich für Produktqualität und Kundenzufriedenheit. Mit der Dienstleistungsinnovation Oberhemdenservice zur Neueröffnung konnten sie sofort bei ihren Kunden landen. Neben den klassischen Angeboten für Oberbekleidung bieten sie die traditionellen Nischenprodukte Betten, Wohndecken und Daunenjacken aktiv an. Zusätzlich profilieren sie sich als Spezial-Dienstleister für Brautkleider, Abendgarderobe und Uniformen der Schützen.

Ein Dauerbrenner auf der Angebotsliste sind Hosen. Die Investition in den neuen *Multimatic Hosentopper TP65*, mit Antistrechvorrichtung, sorgte nun für ein weiteres Erfolgserlebnis des Textilreinigerpaares.

»Zunächst waren wir skeptisch«, sagt Emmanouil Kokkinos. »Für Verkauf und Produktion stehen uns insgesamt nur 76 Quadratmeter zur Verfügung. Wir dürfen daher keinen Platz verschenken und jedes einzelne Gerät muss hundertprozentig ins

Konzept passen.« Heute sind seine Frau und er mehr als überzeugt und dankbar für die gute Beratung durch Frank G. Odenbach, Krefeld. Der Multimatic-Vertriebspartner hatte bereits bei der Neuplanung des Ladens die Anforderungen auf den Punkt gebracht: »Wenig Platz erfordert einfach die beste Technik.« Der neue *Hosentopper TP65* vollendet nun das Hochleistungskonzept auf kleinstem Raum. »Er passt optimal in unseren Betriebsablauf und jetzt können wir an den Hosen wirklich Geld verdienen.« Gute Büglerinnen seien rar und im Zweifelsfall teuer, immer wieder hätten er und seine Frau einspringen müssen und oft genug sogar die Mutter aus Ratingen.



*Auf den Topper, fertig, gut: Mit dem neuen TP 65 arbeiten die jungen Textilpflegeunternehmer schneller, preiswerter und einfach effizienter. Vom Zeitgewinn und der Kosteneinsparung durch ihr neues Hochleistungsgerät für das professionelle Hosenfinish sind sie begeistert.*

Was früher grundsätzlich per Hand gemacht wurde, geht heute über den Topper. »Nur bei anspruchsvollen Anzug- und Leinosen müssen wir nacharbeiten, beispielsweise die Bügelfalte fixieren. Jeans und Freizeithosen, ob gewaschen oder gereinigt, gehen direkt vom Topper in den Verkauf.«

Die Profis bestätigen das einfache Handling durch Bundspanner mit Antistrechvorrichtung sowie umschaltbare Spanner für

Rund- bzw. Faltenhosen. Frank G. Odenbach erklärt: »Durch den Dampfstoß werden die Fasern schonend angefeuchtet, um die Formgebung möglich zu machen. Das Dampf-/Luftgemisch leitet den Trocknungsprozess ein, die verstärkte Heißluft gewährleistet schließlich den optimalen Trocknungs- und Finishprozess.« Emmanouil Kokkinos kommentiert: »Wir erreichen bei jeder Warenart das gewünschte Ergebnis und bleiben unserem hohen Qualitätsanspruch treu.« Weitere technische Infos:

[www.multimatic.de](http://www.multimatic.de)

## In bewährten Händen

■ **KREFELD** – Barbara Nöthen ist eine ehemalige Mitarbeiterin der Textilreinigung Sauberland in Krefeld. Nach 32 Jahren hat sie in diesem Sommer den Betrieb von Christina und Rainer Hibbeln übernommen.

Die Firma Sauberland ist heute ein führendes Dienstleistungsunternehmen der Branche am Niederrhein, das seit der Gründung im Jahr 1976 durch zahlreiche Veröffentlichungen und Ehrungen bundesweit bekannt wurde. Dazu zählt unter anderem die Verleihung des *Goldenen Kleiderbügels* 2007 durch *Multimatic*. »Bereits mit 16 Jahren habe ich bei *Sauberland* gearbeitet. Es war quasi mein Jugendwunsch, den Betrieb einmal selbst zu führen. Die Tatsache, dass ich die Sicht der Mitarbeiter aus eigener Erfahrung kenne, hilft mir in meiner jetzigen Position«, berichtet Barbara Nöthen.

Insgesamt neun Mitarbeiter/innen beschäftigt die neue Inhaberin derzeit. Zum Team gehören auch Christina und Rainer Hibbeln.

Gemeinsam mit den anderen Fachkräften gewährleisten sie weiterhin hohe Qualität und perfekten Service.

[www.sauberland-textilpflege.com](http://www.sauberland-textilpflege.com)



Immer noch ein starkes Team im Verkauf: Christina Hibbeln und Barbara Nöthen

## Tag der offenen Reinigung Textilpflege hautnah erleben

■ **ERKRATH** – Bummeln und Shoppen am Sonntag wird immer beliebter. Dass der verkaufsoffene Sonntag auch für Dienstleister eine ideale Werbemöglichkeit darstellt, kann Uschi Carraro aus Erkrath bestätigen. Sie nutzte die Gelegenheit, bestehenden und potentiellen Kund/innen ihre Dienstleistung Textilpflege in voller Aktion zu präsentieren.



So zeigt man Textilpflege: Uschi Carraro, Inhaberin der Sauberland Textilpflege in Erkrath, nutzte den verkaufsoffenen Sonntag, um Profileistungen erlebbar zu machen. Multimatic-Vertriebsberater Frank G. Odenbach unterstützte sie bei der Lifeperformance.

Mittelpunkt des Geschehens waren die neue IPURA-Reinigungsmaschine und der Hemdenfinisher *MaxiShirty 482*. Bereits ein Blick durch das Schaufenster erlaubte einen Einblick in modernste Profitechnik. Im Geschäft ließ sich ein begeisterter Kunde sogar dazu hinreißen, sein Hemd an Ort und Stelle auszuziehen, um den Hemdenservice hautnah zu erleben. Er war nicht nur von der Qualität, sondern auch von der hohen Produktivität begeistert. Vierzig Hemden pro Stunde – Kompliment!

Ihre innovative IPURA-Reinigungstechnik zeigte die Inhaberin der Sauberland Textilpflege selbst mit größtem Engagement: »Meine ersten Eindrücke auf der *Texcare* und meine praktischen Erfahrungen im Betrieb meines Kollegen Daniel Moniri haben sich in meinem Geschäftsalltag bewährt. Seit Juni 2008 reinige ich ausschließlich mit der 17 kg Maschine und habe kaum noch Waschteile, weil Eiweißverfleckungen tadellos entfernt werden. Kranzbildung kennen

wir gar nicht mehr. Selbst teure Woolrich-Jacken mit Pelzbesatz und Lederteile werden tadellos. Zu den Qualitätsvorteilen kommen die erheblichen Energieeinsparungen.« Von der Verlässlichkeit ihrer Dienstleistungsqualität überzeugte sie am erfolgreichen Tag der offenen Reinigung.

**SCHIBENSKY GmbH**  
Elektrotechnik · Apparatebau  
Anlagen für Textilpflege  
Ersatzteilservice · Kundendienst

**Thermopatch**

Wäscherei- und  
Reinigungstechnik

Gutenbergstraße 7 · 28816 Stuhr  
Telefon 04 21 / 5 67 84 · Fax 5 67 85  
kontakt@schibensky.de www.schibensky.de

## Die etwas andere Ausbildungsstrategie: Wertschätzung als Schlüssel zur Motivation

■ **TIMMENDORFER STRAND** – Lernen als Chance, der Weg in die Zukunft. Mit diesem Motto präsentiert sich das Bugenhagen Berufsbildungswerk (BBW) auf seiner Homepage: [www.bugenhagen.de](http://www.bugenhagen.de). Wer auf diesen, natürlich barrierefreien Seiten der Einrichtung der Norddeutschen Gesellschaft für Diakonie landet, hat eine der besten Adressen für Ausbildungsförderung junger Menschen gefunden, die auf dem freien Markt benachteiligt sind. Eine Besonderheit im Ausbildungswerk, direkt am Schleswig-Holsteinischen Ostseestrand, ist ein perfekt ausgestatteter Lehrbetrieb für den Beruf Textilreinigerwerker/in.



Mit der Berufswahl sehr zufrieden: Nadine Fitz absolviert ihr 3. Lehrjahr.

Verantwortung ist ein großes Thema im Gesamtkonzept des Berufsbildungswerks. »Die Zukunft liegt in deiner Hand«, heißt der Leitsatz für rund 340 junge Menschen, denen hier über 36 unterschiedliche Ausbildungsgänge in modernen Werkstätten und Kooperationsbetrieben zur Verfügung stehen. Statt über Benachteiligung sprechen wir mit Brigitte Schulz-Löffler, Referentin für Öffentlichkeitsarbeit, und Textilreinigermeister Holger Wilhelm über Chancen und Perspektiven. Anschließend führt uns der Fachgruppenleiter Textilreinigung durch seinen Betrieb, in dem derzeit 16 Auszubildende den Beruf Textilreinigerwerker/in in drei Lehrjahren erlernen.

Das sind Menschen mit Lernbeeinträchtigungen, die sich nach einer 18-monatigen Grundausbildung auf die Textilpflege spezialisiert haben. »Unter den Azubis gilt er nicht als der attraktivste Ausbildungsgang«, räumt Holger Wilhelm ein. »Wenn sie allerdings dafür geeignet sind und sich entschieden haben, zeigen die meisten von ihnen ein hohes Maß an persönlichem Einsatz.«

Nicht zuletzt liegt das an der guten Aussicht auf einen Arbeitsplatz im Wirtschaftsfeld textiler Dienstleistungen, nach erfolgreich bestandener Prüfung und einem Werkerbrief als Auszeichnung. Die Vermittlungsquote liegt bei 70 %. Der Einstieg in das

reale Berufsleben ist das Ziel der über die Agenturen für Arbeit vermittelten Ausbildung. »Unseren Erfolg«, so Wilhelm, »verdanken wir den aufgeschlossenen Unternehmer/innen in der Textilpflegebranche, die in der Integration unserer Absolventen einen Nutzen für ihr Unternehmen sehen und sicherlich eine gesellschaftliche Verpflichtung.« Holger Wilhelm steht seit zehn Jahren aus persönlicher Überzeugung hinter seinem Auftrag: Die Führung eines Textilpflegebetriebes unter marktwirtschaftlich realen Bedingungen bei gleichzeitiger Förderung jedes einzelnen Auszubildenden mit besonderen Herausforderungen. Den Zugang und das Vertrauen seiner Mitarbeiter/innen gewinnt er durch Geduld und vor



Ausbildung in der Textilreinigung: Julian Brinkers, im 3. Lehrjahr, an der neuen Multimatic Topline 320 (oben).

Langjähriger Servicepartner: Stefan Bohnhoff (Mitte) unterstützt das Ausbildersteam bei der Einweisung in die neue Anlage: Zita Colak (links), Martina Barry und Holger Wilhelm (rechts).

allem Wertschätzung. Sie sei der Schlüssel zur Motivation für die jungen Menschen, im Rahmen ihrer Möglichkeiten ihr Bestes zu geben.

Textilwerker/innen, die bei Holger Wilhelm und seinen Kolleginnen Martina Barry (Textilreinigermeisterin) und Zita Colak gelernt haben, kennen sämtliche Bereiche der professionellen Textilpflege und können bei entsprechender Qualifikation eine Vollausbildung abschließen. »Wir haben den Vorteil, sowohl in der Wäscherei als auch in der klassischen Textilreinigung ausbilden zu können, und zwar mit umfassender Hochleistungstechnik.« Stolz ist die gesamte Belegschaft auf die neue Reinigungsanlage aus dem Hause *Multimatic*. Die *Topline 320*, eine 16 kg KWL-Maschine mit innovativer IL3 Steuerung und Modul Dos-Dosierttechnik, garantiert eine zukunftsorientierte Ausbildung in der traditionellen Lösemittelreinigung. Hilfestellung bei der Einführung und Handhabung der selbst für die Betriebsleitung noch neuen Technik gibt Multimatic-Vertriebspartner Stefan Bohnhoff. Der Inhaber der Bohnhoff Betriebstechnik GmbH, Bad



**Ausbildung mit Perspektive:**

Sie können sich ihre Zukunft in der professionellen Textilreinigung vorstellen, die gerade anwesenden Azubis im Ausbildungsgang Textilreinigung.

Im Verkaufsbereich des Betriebes üben sie sich im Kundenkontakt: Anna-Lena Stern und ihr Kollege Julian Brinkers.

Oldesloe, ist langjähriger Servicepartner des Textilpflegebetriebes und vom Konzept begeistert: »Wer hier gelernt hat, ist auf dem aktuellen Stand der Technik. Mit den praktischen Erfahrungen der zukunftsweisenden KWL-Reinigung in der *Topline* passen die gelernten Textilwerker in das Profil eines innovativen Textilpflegebetriebes.«

### Zielgerichtete Ausbildung für den Arbeitsmarkt

Die Ausbildungsstrategie des Berufsbildungswerkes orientiert sich u. a. an den aktuellen Anforderungen des Marktes bzw. der jeweiligen Branchen. Holger Wilhelm pflegt intensiv die Kontakte zu Wäschereien und Reinigungsbetrieben, um diesen gezielt, und auf die Unternehmensbedürfnisse zugeschnitten, Nachwuchs zu vermitteln. »Wir fragen umfassend den Bedarf ab und prüfen, ob wir jemanden empfehlen können, der sich beispielsweise im Bereich Textilreinigung als besonders talentiert erwiesen hat. Andere sind vielleicht eher in der Wäscherei gut aufgehoben oder ideale Fachkraft für das Hemdenfinish.« Diese bedarfsgerechte Vermittlung wird von den Unternehmen honoriert; Basis dieser erfolgreichen Kooperation ist Vertrauen auf beiden Seiten. »Da wir die Textilreinigungswerker/innen nach ihrem Abschluss weiterhin bei dem Einstieg in das Berufsleben – bis hin in die Unternehmen – begleiten, entstehen wechselseitige Beziehungen zwischen Ausbildungsträger und Wirtschaftsunternehmen. Im Bereich Textilpflege konnten wir ein vorbildliches Netzwerk aufbauen. Wir freuen uns über positive Rückmeldungen, die uns bestätigen, dass unsere Anstrengungen den Bedingungen der Realwirtschaft standhalten. Oft ist es die soziale Kompetenz, die unsere Leute zu wertvollen Mitarbeiter/innen macht.«

**[www.bugenhagen.de](http://www.bugenhagen.de)**

»Unser Unternehmen stellt seit Generationen ausgebildete Textilwerker/innen aus dem BBW ein. Momentan beschäftigen wir drei Mitarbeiterinnen und einen Mitarbeiter, die zu unserem festen Personalstamm gehören. Man kann sagen, dass sie bei uns alt werden. Ja, wir sind zufrieden mit dem Leistungsniveau und haben sehr gute Erfahrungen

gemacht. Zuverlässigkeit ist uns wichtig und in diesem Punkt konnten wir uns seit jeher auf die Menschen, die in Bugenhagen gelernt haben, verlassen.«

Jutta Stammer, Inhaberin des Textilpflegebetriebes Starker, Bad Schwartau

## Ausbildungsmesse '08

■ **KÖLN** – In diesem Herbst veranstaltete die Stadt Köln ihre alljährliche Ausbildungsmesse für den gewerblich-technischen Bereich. Erstmals an zwei Tagen wurden im Rheinpark über 30 Handwerksberufe vorgestellt. Über 5.000 Schüler/innen nutzten die Gelegenheit, sich über das umfangreiche Ausbildungsangebot der Stadt zu informieren.



Karl-Heinz Ley und Textilreiniger/innen in spe demonstrierten die Kunst der professionellen Fleckentfernung.

Im Rahmen dieser Veranstaltung präsentierte sich auch die Zentralwäscherei der Kliniken der Stadt Köln GmbH, um Interesse für den Beruf des Textilreinigers zu wecken. Der Kölner Betrieb bildet seit 25 Jahren aus und wird im Bereich Textilreinigung durch die *Textilreinigung Lange* in Köln-Porz sowie Karl-Heinz Ley (ehemals Tempo-Express Reinigung) aktiv unterstützt. »Mit Hilfe der Firma *Multimatic* konnten die angehenden Textilreiniger/innen auf einem gut ausgestatteten Messestand Ausschnitte aus ihrem Berufsalltag zeigen: Unter anderem die professionelle Fleckentfernung am Profi-Detachiertisch«, kommentiert Textilreinigermeister und stellvertretender Wäschereileiter Hans G. Rotweit. Für ergänzendes Produkt- und Informationsmaterial zur Veranschaulichung des Berufsbildes bedankt er sich bei der Firma SEITZ aus Kriftel.

## Textilpflege als Lebensart

# Susanne Kehl bietet alles für den schönen Tisch

■ **LIPPSTADT** – Die Liebe zur Textilpflege hat sie im Blut; der Blick für schöne Dinge ist ihr Markenzeichen. In diesem Jahr eröffnete Susanne Kehl ihr Geschäft in dem Haus, in dem bereits ihre Großmutter mit einem Wäscheservice Geld verdiente. Seit Mai bietet die erfahrene Textilreinigerin hier eine völlig neue Variante des ›kalten Ladens‹ und steht dafür mit ihrem guten Namen.

Sie kennt ihren Heimatmarkt und die Bedürfnisse ihrer Kund/innen. Und doch sei sie immer wieder von den Möglichkeiten überrascht, die sich seit der Geschäftseröffnung auftun. Was ihre Kunden wirklich wollen, erfragt sie im direkten Gespräch. Jede Anregung wird aufgenommen, jeder Wunsch, soweit machbar, erfüllt. Susanne Kehl wagte den Schritt, professionelle Textilpflege einmal ganz anders zu präsentieren: als Zeichen besonderer Lebensart. Dieses Anliegen verrät bereits der ansprechende Schriftzug am Schaufenster, entworfen von



Alles für den schönen Tisch!

Verena Spieshöfer, Kommunikationsdesignerin im Hause *Multimatic*, »Mein Logo hat mich inspiriert und mir in schwierigen Momenten geholfen, mein Ziel im Auge zu behalten«, so Susanne Kehl.

Seit der Eröffnung im Mai setzt sie ihren Textilpflegeservice nun regelmäßig neu in Szene. In ihrem kleinen, feinen Laden zeigt sie eine Auswahl erlesener Wohnaccessoires. Wer die *Helle Halle*, eine der typischen Gassen der Lippstadter Altstadt, betritt, wird schon von weitem aufmerksam: Vor der Tür steht ein liebevoll dekoriertes Tisch, mit tadellos gebügelter Decke, für das Serviceangebot: »Alles für den schönen Tisch«. Neben der Annahme von Wäsche, Oberbekleidung, Hemden, Lederbekleidung und Teppichen, bietet sie u. a. einen Full-Service für Gardinen sowie einen Bügelservice. Susanne Kehl lässt bei renommierten Betrieben reinigen und waschen, die



Ein überzeugendes Geschäft: Susanne Kehl Textilpflegeservice.

den von ihrer Privatkundschaft geforderten Qualitätsanspruch erfüllen. Damit jedes Teil, beispielsweise eine hochwertige *Richelieur-Tischdecke*, bis in die Spitzen perfekt ausfällt, bügelt die Fachfrau bei Bedarf eigenhändig nach. Perfektion verpflichtet! Zu den außerordentlichen Leistungen zählt ihr Tischdeckenverleih. »Hussen für runde Stehtische sind derzeit sehr gefragt, die hat kaum jemand im eigenen Wäscheschrank.« Ihre Spezialität sind individuelle Tisch-

dekorationen für private und geschäftliche Anlässe, von der gefalteten Stoffserviette bis zum Blumengebinde. Die Zusammenarbeit mit einem örtlichen Blumengeschäft macht das möglich. Kunden mit höchsten Ansprüchen besucht Susanne Kehl sogar zu Hause, um die Gestaltung auf das gesamte Ambiente abzustimmen. Einen Vorgeschmack gibt ihre Ladendeko. Diese wird dank weiterer Kooperationen mit Geschäften am Ort durch Kunstgewerbe in Einzelanfertigungen aufgewertet. Susanne Kehl wirbt aktiv mit dem entscheidenden bisschen Mehr, das sie bietet, und erreicht damit alle Altersgruppen. »Immer mehr Menschen wünschen sich ein freundliches, persönliches Gespräch. Sie wollen nicht in der Masse abgefertigt werden«, weiß die kommunikationsversierte Unternehmerin. Ihr Konzept wird funktionieren, da ist sie sich sicher. Wir können bestätigen: Es ist eine Mischung aus Wohlfühlservice und Erlebniseinkauf.

# DTV-Branchenkampagne geht ins vierte Aktionsjahr

## Genügend Spielraum für individuelle Werbung

■ **BONN** – Als Branchenkampagne hat sich ein Konzept etabliert, das heute fester Bestandteil in der Werbelandschaft der Textilreinigungsbranche ist. Für den Deutschen Textilreinigungs-Verband e.V., Bonn, bleibt sie ein Schwerpunkt der Verbandsaktivitäten im Bereich Marketing und Öffentlichkeitsarbeit. Trotz unterschiedlicher Meinungen bezüglich einzelner Themen und Details, findet das Werbekonzept mit dem Schriftzug *Reiniger@work* als Wiedererkennungsmerkmal grenzüberschreitend Akzeptanz. DTV-Präsident Friedrich Eberhard lobte die zuverlässige Unterstützung der Sponsoren während des Jahresverbandstages in Kassel.

Zum ersten Mal wurde die von den Firmen BÜFA, Kreussler, Multimatic und SEITZ gestützte Gemeinschaftsaktion zum Verbandstag 2005 in Hamburg vorgestellt. Mit neuen Themen geht die Kampagne 2009 in das vierte Aktionsjahr; mittlerweile arbeiten zahlreiche Textilpflegeunternehmen im gesamten deutschsprachigen Raum mit den vom DTV und den Sponsoren bereitgestellten Gratiswerbemitteln: DIN-A-1-Plakate, Druckvorlagen für Handzettel und Anzeigen sowie Presstexte für die regionale Öffentlichkeitsarbeit der Betriebe. Ergänzt werden die Werbemittel, die u. a. als Download im Internet ([www.dtv-bonn.de](http://www.dtv-bonn.de)) zur Verfügung stehen, durch die Verbraucherpublikation *Reiniger@work*. Sie erscheint viermal jährlich, parallel zu den Aktionszeiträumen.

### Neue Themen und Aktionszeiträume in 2009

Outdoorbekleidung/Ledermode  
1. bis 31. März 2009

Klassische Oberbekleidung:  
Anzüge, Kostüme, etc.  
1. bis 31. Mai 2009

Hemden & Co.  
1. bis 31. August 2009

Abendgarderobe  
1. bis 30. November 2009

Im Rahmen der diesjährigen DTV-Jahrestagung befürwortete Friedrich Eberhard noch einmal die Branchenkampagne. Er findet sie *richtig gut* und appelliert an alle Betriebe, sich aktiv daran zu beteiligen: »Die Kampagne unterstützt die Textilpflegebetriebe in ihrer Werbung und lässt ihnen gleichzeitig viel Spielraum, individuelle Aktionen zu gestalten.« Die einfachste Übung sei es, die DIN-A-1-Plakate aufzuhängen. »Wer mehr machen und die Möglichkeiten aller Werbemittel ausschöp-

fen will, kann komplette Werbeaktionen starten.« Spezielle Sonder- und Preisangebote blieben jedem selbst überlassen. Jeder könne die Konzeption als fortlaufende Imagewerbung oder gezielte Aktionswerbung für die ausgewählten Produktgruppen einsetzen. Das professionelle Handwerkszeug im Corporate Design biete eine einfache und ideale Vorlage.

»Kritik gibt es immer, auch wir können nur dazu lernen und die Kampagne den Bedürfnissen des Marktes anpassen.« Bemerkenswert, so Eberhard, sei allerdings die Tatsache, dass es dem DTV zum ersten Mal gelungen sei, eine Kampagne über einen Zeitraum von drei Jahren konsequent zu fahren, und das mit Erfolg. Ohne die Unterstützung der Fördermitglieder des DTV sei dies nicht möglich gewesen. Daher gebühre den Firmen BÜFA, Kreussler, Multimatic und SEITZ besondere Anerkennung für die unkomplizierte und nachhaltige Kooperationsbereitschaft.

Ziel der Branchenkampagne, so Eberhard, bleibe die Umsatzsteigerung in der professionellen Textilpflege mit dem Fokus auf das Privatkundengeschäft. Um Verbraucher für den Nutzen der Dienstleistung Textilpflege zu sensibilisieren, setze die Kampagne auf die Leistungsvielfalt und mache insbesondere die traditionellen Zusatzprodukte der Textilreinigung publik.

[www.dtv-bonn.de](http://www.dtv-bonn.de)

### Statement Lars Reuter: Toll, dass die Kampagne funktioniert!

»Ich finde die Branchenkampagne gelungen, sie weiterzuführen ist super wichtig! Es ist beachtlich, dass es der Branche erstmals gelungen ist, diese Art der Gemeinschaftswerbung auf professionellem Niveau zu etablieren. Selbst wenn es kritische Aussagen dazu



gibt, ist das Konzept gut, die Plakate sind hochwertig und professionell gemacht. Unsere Branche könnte es sich vermutlich gar nicht leisten, die Idee nicht fortzuführen. Ich glaube nicht, dass es uns gelingen würde, ein ähnliches Projekt so schnell wieder auf die Beine zu stellen. Immerhin arbeiten schon viele Betriebe damit. In unserer Innung motiviere ich die Kollegen immer wieder, die Plakate zu nutzen. Aus meiner Sicht ist die Kampagne so, wie sie läuft, optimal. Wer will, kann seine Werbung durch *Reiniger@work* ergänzen. Wir setzen die Verbraucherinformation neben unserer eigenen Unternehmenswerbung ein, weil wir unseren Kunden damit anspruchsvolle Imagewerbung an die Hand geben können. Wichtig ist aus meiner Sicht, dass wir unsere Dienstleistungen überhaupt aktiv verkaufen. Das wirklich Erstaunliche an der Branchenkampagne ist für mich, dass sie funktioniert, und das bereits über mehrere Jahre.«

Lars Reuter, Obermeister der Textilreiniger-Innung Hamburg und Inhaber von HAMA – Die gute Reinigung, Hamburg.

## Praxistipps von Dipl.-Ing. Pamela Krix Schönheitspflege für Seide & Co.

■ **OLDENBURG** – Die Ballsaison ist eröffnet. Duftige, mit Pailletten bestickte Chiffonkleider, Samtblazer mit Satinrevers, edle Kaschmir-Smokings mit Seidenfutter und metallisch glänzende Abendroben aus Acetat warten auf ihren großen Auftritt. Für die Schönheitspflege danach benötigt festliche Kleidung eine sach- und vorschriftsmäßige Behandlung in der Textilreinigung. Aufgrund ihrer Materialbeschaffenheit, Konstruktion bzw. Konfektion sowie unterschiedlich verarbeiteter Accessoires sind sie mit größter Sorgfalt zu behandeln, um irreversible Schäden zu vermeiden. Textilingenieurin Pamela Krix empfiehlt den sanften Umgang mit Seide & Co., insbesondere in der Nassreinigung.

Von der Warenannahme über die Reinigung bis hin zur abschließenden Finisharbeit sind diese Textilien mit besonderer Aufmerksamkeit zu behandeln. Das Etikett enthält eine Empfehlung für die sachgemäße Pflege der ausgezeichneten Textilien.

fahren mit einem hohen Flottenstand, äußerst schonend und ohne Schleudern gearbeitet werden. Danach wird das Bekleidungsstück auf einem Formbügel an der Luft getrocknet; abschließend ohne Dampf und ohne Druck auf dem Luftpolster vor-

Sollten die wassergebundenen Verfleckungen bei Seidenware gravierender sein, empfiehlt es sich, das gesamte Kleidungsstück vollständig durchzunässen, um eine gleichmäßige Faser- bzw. Farbveränderung zu erhalten.



Das »kleine Schwarze« und kurze Cocktailkleider sind in dieser Saison gesellschaftsfähige Alternativen zur langen Abendrobe.

Da die Verwendung der Pflegesymbole in der Konfektion allerdings freiwillig ist, gibt es keine Garantie für eine verlässliche Pflegekennzeichnung. Die Wahl des richtigen Reinigungsverfahrens (Mechanik, Flottenstand, Trocknungstemperatur, etc.), unabhängig vom Lösemittel, spielt daher eine große Rolle und beeinflusst den Finishaufwand positiv.

Pailletten und Perlenstickereien beispielsweise können (im Netz) gut nass gereinigt werden. Sind diese allerdings Schmuckbesatz auf einem Seidenkleid, sollte abweichend vom Standard-Nassreinigungsver-

sichtlich gebügelt. Die Teflonsohle des Bügel-eisens muss dabei in einem einwandfreien Zustand sein.

Unkomplizierte Seidenartikel sind in der Regel im organischen Lösemittel reinigungsbeständig, müssen jedoch unbedingt in einem Reinigungsverfahren für empfindliche Textilien behandelt werden. Eine Vordetachur bei Siede ist generell zu vermeiden, da die Reibung eine veränderte Oberflächenstruktur verursacht. Außerdem schädigen saure Detachiermittel Faser und Färbung. Seidenware wird in der Praxis der relativ leichten Garderobe zuzurechnen.

Unter Berücksichtigung dieser einfachen Empfehlungen wird der Träger eines Seidenartikels begeistert sein und sich darin rundum wohl fühlen. Sie überzeugen dadurch Ihre Kunden von der Leistungsfähigkeit der professionellen Nassreinigung, nicht nur zur Ballsaison.

Anmerkung der Redaktion:

Falls Sie Fragen zum Thema Nassreinigung haben, senden Sie diese direkt an die

Redaktion der **MultiVision**:

Wort und Idee,

Telefax (05223) 188370;

E-Mail: [info@wortundidee.de](mailto:info@wortundidee.de).

## Neue Arbeitsplatzgrenzwerte für Kohlenwasserstoffgemische Textilreinigungen: KWL-Grenzwert bei 600 mg/m<sup>3</sup>

■ **KÖLN** – In Textilreinigungsmaschinen werden, neben Per (Tetrachlorethen), vor allem sogenannte Kohlenwasserstoff-Lösungsmittel (KWL) verwendet. Chemisch gesehen handelt es sich hierbei um ein Gemisch von Isoparaffinen (aliphatische Kohlenwasserstoffe im Bereich C 10 – C 12). Der frühere Luftgrenzwert von 1000 mg/m<sup>3</sup> für Kohlenwasserstoffgemische dieser Zusammensetzung wurde 2006 aufgehoben.

Im Dezember 2007 wurden durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) Arbeitsplatzgrenzwerte für Kohlenwasserstoffgemische bekannt gegeben: Besteht ein Kohlenwasserstoffgemisch aus zwei oder mehr dieser Fraktionen, muss der Grenzwert nach der sogenannten RCP-Methode (RCP = reciprocal calculation procedure) berechnet werden. Der Hersteller oder Inverkehrbringer hat den Grenzwert für das Kohlenwasserstoffgemisch im Sicherheitsdatenblatt anzugeben. Die Bestandteile der in Textilreinigungsbetrieben verwendeten KWL-Gemische fallen in die Gruppe der C 9 – C 15 Aliphaten.

### Arbeitsplatzgrenzwerte für Kohlenwasserstoffgemische

C 5 – C 8	Aliphaten	1500 mg/m <sup>3</sup>
C 9 – C 15	Aliphaten	600 mg/m <sup>3</sup>
C 7 – C 8	Aromaten	200 mg/m <sup>3</sup>
C 9 – C 15	Aromaten	100 mg/m <sup>3</sup>

Der Grenzwert muss daher nicht berechnet werden. Bei Messungen der Luftkonzentrationen in Textilreinigungsbetrieben, die KWL als Lösungsmittel verwenden, werden üblicherweise Werte unter einem Zehntel des neuen Arbeitsplatzgrenzwertes von 600 mg/m<sup>3</sup> gemessen.

Detaillierte Informationen zu den neuen Arbeitsplatzgrenzwerten für Kohlenwasserstoffgemische finden Sie auf den Internetseiten der Deutschen Gesetzlichen Unfallversicherung (DGUV):

[www.dguv.de/bgia/de/fac/luft/aktuelles](http://www.dguv.de/bgia/de/fac/luft/aktuelles)

bzw. der Bundesanstalt für

Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin

([www.baua.de](http://www.baua.de)).

Dr. Siegfried Hoffmann

Quelle:

Berufsgenossenschaft

Elektro Textil Feinmechanik ([www.bgetf.de](http://www.bgetf.de)),

Brücke, Ausgabe 3/2008

## Aktuelle Zukunftsstudie Textil Service 2008 Ein Erfolgsmodell mit guten Perspektiven

■ **ESCHBORN** – Wie stehen die Chancen für Textil Service in Europa? Dieser Frage widmete sich eine Studie, die der Industrieverband Textil Service – intex e.V., die holländische Federatie Textielbeheer Nederland (FTN), die englische Textile Services Association (TSA) und der Verband Textilpflege Schweiz (VTS) anlässlich der Texcare International 2008 in Auftrag gegeben hatte. Darin bezeichnet der Autor Dr. Geert Böttger, Beratungsunternehmen Expo + Consulting, den Textil Service als Erfolgsmodell mit einer viel versprechenden Zukunft.

Umsatztreiber sei das runde Servicepaket aus Vorfinanzierung, Beschaffung, Wiederaufbereitung und perfekter Logistik, die für Unternehmen und öffentliche Einrichtungen die Verfügbarkeit der Textilien sicherstellten. Dies gelte für Berufskleidung in der Industrie, Handel- und Dienstleistungsbereichen, Textilien im Hotel- und Gastronomiegewerbe sowie für das Gesundheitswesen.

Eine Herausforderung für Textil Service-Unternehmen bleibe das Kostenmanagement. Böttger geht jedoch davon aus, dass sich die gestiegenen Kosten durch eine steigende Nachfrage auffangen ließen. Diese werde es allerdings nur in einzelnen Kundensegmenten geben und mit unterschiedlichen Erwartungen dieser spezifischen Kundengruppen einhergehen. Eine genauere Analyse der Geschäftsfelder in den einzel-

nen Produkt- und Dienstleistungsbereichen sei daher neben einer differenzierten Kostenrechnung notwendiger denn je. Um die Kundenerwartungen noch gezielter erfüllen zu können, müssten Textile Dienstleister ihre Angebote mit einem idealen Supply Chain Management in Einklang bringen. Darüber hinaus prognostiziert die Studie eine weitere Spezialisierung bzw. Differenzierung sowie die Stärkung von Marketing und Vertrieb in den Textil Service-Unternehmen.

Die beteiligten Verbände sehen die Studie sowohl als strategische Unterstützung für ihre Aufgabe der Marktbereitstellung in ihren Ländern sowie als Hilfestellung für die Geschäftsfeldentwicklung ihrer Mitgliedsunternehmen. Den Mitgliedern von intex steht ein Exemplar der Studie kostenfrei zur Verfügung. Andere Interessierte können sie

zum Preis von 500 Euro (plus MwSt.) beim Industrieverband Textil Service – intex e.V., Eschborn beziehen.

[www@intex-verband.de](mailto:www@intex-verband.de)



## DTV-Verbandstag 2008 mit innovativen Inhalten

# Die Zukunft gehört der Sinn- und Werterfüllung

■ **KASSEL** – »Es gibt nichts Gutes, außer man tut es!« Mit diesen Worten eröffnete Friedrich Eberhard sein Plädoyer für das bisherige und künftige Engagement des einzigen deutschen Branchenverbandes für die professionelle Textilpflege in Kassel. Mit überwältigender Mehrheit (234 von 240 Stimmen) wurde er in diesem September zum neuen Präsidenten des Deutschen Textilreinigungs-Verbandes gewählt.



Impressionen aus Kassel: Branchenpromis und Referenten (v.l.n.r.), Volker Schmid, Friedrich Habermeyer, Friedrich Eberhard, Andreas Langer, Anna Maria Pircher-Friedrich, Martin Kannegiesser, Udo Nagelschmidt, Joachim Krause, Dieter Kampmann, Vanessa Ebert (und Entertainer Georg Leiste), Oliver Ludolph, Lothar Amm, Jürgen Diener, Peter Wennekes und andere.

Friedrich Eberhard tritt damit die Nachfolge von Friedrich Habermeyer an. Nach eigenen Aussagen wird er die bereits begonnene Strategie der Gemeinsamkeit weiter pflegen: *Trennendes verbinden und Gemeinsames stärken!* Diesen Auftrag werde er ebenso gezielt verfolgen wie die Förderung der Bereiche Tarifpolitik, Ausbildung, Marketing, Facharbeit und Rechtsberatungen. Verbandsarbeit bedeute für ihn, sich im starken Verbund den wirtschaftspolitischen Herausforderungen zu stellen.

Energie und Umwelt seien die beiden Jahrhundertthemen, mit den Aufgaben, Technik und Energiemanagement zu optimieren. Darüber hinaus befürworte er die Aufforderung der Referentin Prof. Dr. Mag. Anna Maria Pircher-Friedrich, sich an eine wertorientierte Dienstleistungskultur anzuhängen.

lehnen.

Die renommierte Expertin sieht die Zukunft von Unternehmen in der Sinn- und Werterfüllung. Wachsende Komplexität sowie der rasche Wechsel wirtschaftlicher Entwicklungen forderten eine immer flexiblere Marktanpassung. Es genüge nicht, sich diesen Anforderungen allein mit Fachkompetenz zu stellen. »Zukunftsorientierte Unternehmer stärken vor allem ihre Sozial- und Persönlichkeitskompetenz.«

Die Management-Expertin Anna Maria Pircher-Friedrich, Meran, präsentierte ihr außergewöhnliches Konzept DIENEN (© Pircher-Friedrich). Was für viele nach antiquierter Demuthaltung klinge, sei Grundlage eines zeitgemäßen unternehmerischen Bewusstseins. Wertschöpfung durch Wert-

schätzung. Eine werte- und dienstleistungsorientierte Einstellung mache es möglich, sich – neben den Herausforderungen durch Globalisierung, Verdrängungswettbewerb und Rentabilitätsproblemen – den veränderten Kundenbedürfnissen anzupassen. Mit einem weiterhin steigenden Anspruchsdenken im Hinblick auf Qualität und Serviceleistungen nehme gleichzeitig die Preissensibilität zu. Was den Kunden heute noch überrasche, sei morgen bereits Standard. »Unternehmen kämpfen vermehrt um treue und loyale Kunden und investieren immer mehr Geld in Kundenbindungsprogramme, deren Wirkung nur sehr begrenzt ist«, sagt sie und zitiert den Wirtschaftsexperten Karl Pils: »Wir haben zu viele ähnliche Firmen, die ähnliche Mitarbeiter beschäftigen mit einer

»Wir haben zu viele ähnliche Firmen, die ähnliche Mitarbeiter beschäftigen mit einer

ähnlichen Ausbildung, die ähnliche Arbeit durchführen. Sie haben ähnliche Ideen und produzieren ähnliche Dinge zu ähnlichen Preisen in ähnlicher Qualität. Wenn Sie dazugehören, werden sie es künftig schwer haben.«

Produkte und Dienstleistungen, so Pircher-Friedrich, folgten zwar dem Wandel technischer Möglichkeiten. Ihre Nachfrage werde jedoch maßgeblich vom Zeitgeist bestimmt, vom Bewusstsein der Verbraucher. Die Frage danach, was Kunden heute wirklich wollen, richte sich demnach nicht nach faktischen Bedürfnissen, sondern vielmehr nach dem vorherrschenden Wertebewusstsein. Kundenloyalität beruhe auf dem Vertrauen in die Wertepflege bzw. die Kultur, die ein Unternehmen nach innen und außen lebe. Angesichts der Herausforderungen eines hart umworbenen Dienstleistungsmarktes bringe die richtige Geisteshaltung daher mehr Gewinn als allein auf Zahlen basierende Unternehmensstrategien ([www.pircher-friedrich.com](http://www.pircher-friedrich.com)).

### Bewährten Strategien folgen

Über die dringende Notwendigkeit, den wirtschaftlichen Wandel der textilen Servicebranche aktiv zu verfolgen und mitzugestalten, sprach Gesamtmetallpräsident Martin Kannegiesser als prominenter Wirtschaftsvertreter in Kassel. Der international erfolgreiche Vlothoer Unternehmer plädierte grundlegend dafür, den eigenen Unternehmensweg konsequent zu gehen, um nicht in den Strudel von Markt- und Wettbewerbsveränderungen zu geraten. Martin Kannegiesser betonte in diesem Zusammenhang die Chancen und Möglichkeiten des DTV. Der Verband habe im Schulterchluss mit seinen Mitgliedern bereits viele Tiefs des Gewerbes durchschritten und schließlich immer wieder wirtschaftliche Hochs erlebt.

Produktivität bleibe die wichtigste Maßgabe für alle Unternehmen. Selbst der kleinste Betrieb müsse seine Produktions- und Leistungsprozesse derart optimieren, dass er sich gewinnbringend am Markt positionieren könne.

Das gesamte Tagungsprogramm umfasste Vorträge hochkarätiger Referent/innen: Die

Frage, ob eine grüne Wäscherei Utopie oder Vision sei, stellte Andreas Langer von der Firma Kannegiesser, Vlotho, zur Diskussion. Über Qualitätsmanagement bzw. die neue DTV-Verbandszertifizierung informierten Oliver Ludolph, INTRASYS GmbH, Altdorf, und Dr. Volker Schmid. Petra Klein, Forschungsinstitut Hohenstein, widmete sich der Hygienewäsche in der Textilreinigung. Über hygieneoptimierte Imprägnierung in der klassischen Textilpflege sprach Dr. Manfred Huppertz, BÜFA. Dr. Lutz Vossebein, wfk Krefeld, demonstrierte Möglichkeiten der Eigenkontrolle zur Hygieneüberwachung mit Hilfe einfacher und kostengünstiger Schnelltests. Unterhaltsame Highlights waren die gelungenen Abendveranstaltungen mit Musik und Entertainment.

Das Thema Mindestlöhne für Wäschereien sorgte für eine spannende Delegiertenversammlung; die Diskussion kreiste um die Frage: »Wie wettbewerbsfähig bleiben dann die kleinen Betriebe, die mehr als 20 Mitarbeiter/innen beschäftigen?« Dass Geschäftsführung und Präsidium des DTV jegliche rechtlichen und politischen Möglichkeiten durchleuchtet hatten und auf alle Eventualitäten vorbereitet sind, machte Dr. Volker Schmid, Stuttgart, deutlich. Der Hauptgeschäftsführer des DTV bekräftigte, dass der Verband weiterhin alle Anstrengungen unternehmen werde, einen Mindestlohn zu verhindern.

[www.dtv-bonn.de](http://www.dtv-bonn.de)

*Anmerkung der Redaktion:  
Die nächste DTV-Jahrestagung findet vom 18. bis 20. September 2009 in Fulda statt.*



## Gebündelte Verbandsaktivitäten

■ **BONN** – Rechtzeitig zur DTV-Jahrestagung, vom 18. bis 21. September 2008 in Kassel, hatte der Deutsche Textilreinigungs-Verband e.V., Bonn, sein neues Jahrbuch herausgegeben. Es enthält den DTV-Jahresbericht 2008 sowie Daten und Fakten über die Verbraucheranalyse 2008, die der Verband anlässlich der diesjährigen *Texcare International* in Frankfurt a. M. durchführte. Außerdem informiert das Nachschlagewerk über alle Serviceleistungen des Verbandes für seine Mitglieder, zu denen seit diesem Jahr als besondere Innovation die Verbandszertifizierung zählt. DTV-Mitglieder erhalten mit dem Jahrbuch das neu aufgelegte DTV-Gutscheinheft 2009 und können sich damit geldwerte Vorteile sichern.

[www.dtv-bonn.de](http://www.dtv-bonn.de)



## DTV-Glücksfee zog die Gewinner

■ **BONN** – Welchen Stellenwert hat die professionelle Textilpflege in Deutschland? Wie intensiv werden Reinigungs- und Wäschereileistungen genutzt? Das wollte der Deutsche Textilreinigungs-Verband e.V., Bonn, im Rahmen der Marktbefragung 2008 herausfinden. Von den mehr als 1.000 Verbrauchern, die zu der Beantwortung dieser Frage beigetragen haben, bekam jeder einzelne einen Wertgutschein in Höhe von 5 Euro für eine Reinigung in den teilnehmenden Fachbetrieben. Darüber hinaus wurde ein Wellness-Arrangement, die so genannten Petersberger Verwöhntage, verlost. Für weitere zehn Kunden gab es einen ARAL-Tankgutschein im Wert von jeweils 50 Euro.

*Marie Madleine, die kleine  
DTV-Glücksfee zog die  
Gewinner.*

## Günstige Gebrauchsmaschinen:

### ■ **Multimatic Piccola TOP**

Füllmenge 10 kg, el. beh. + HD, Bj. 2006

### ■ **Multimatic Senza 240 KWL**

Füllmenge 12 kg, el. beh., Bj. 2002

### ■ **Multimatic TOPLINE 320 KWL**

Füllmenge 16 kg, el. beh., Bj. 2006

### ■ **Multimatic PHOENIX 420 KWL**

Füllmenge 21 kg, HD, Bj. 1995

### ■ **Satec B 250 KWL**

Füllmenge 13 kg, el. beh., Bj. 1995

### ■ **Satec B 300 KWL**

Füllmenge 15 kg, HD, Bj. 2004

### ■ **Union 260 KWL Senza V**

Füllmenge 13 kg, el. beh., Bj. 1997

### ■ **Union Starlet 280 KWL**

Füllmenge 14 kg, el. beh., Bj. 1999

### ■ **Union 500 KWL MARKANT V**

Füllmenge 25 kg, HD, Bj. 1998

### ■ **Multimatic Micromec 200 PER**

Füllmenge 10 kg, el. beh., Bj. 2007/Ausstellung

### ■ **Böwe P 12/PER**

Füllmenge 12 kg, el. beh., Bj. 2007

### ■ **Böwe P 21/PER**

Füllmenge 21 kg, HD, Bj. 2005

### ■ **Veit Garderobenformer, el., Bj. 1999**

### ■ **Pantex Universalbügelm. Prestige, HD, Bj. 97**

### ■ **Malavasi Wäschep., MAB1 47, HD, Bj. 99**

### ■ **Barbanti Hemdenfinisher Shirty 420, el., Bj. 2007**

### ■ **Veit Hemdenfinish. 8345, HD, Bj. 2001**

### ■ **Pony Hemdenfinish., Mod. 402, HD, Bj. 2003**

### ■ **Ipsso Waschschleudermaschine HW 164, Füllmenge 16 kg, HD, Bj. 2005**

### ■ **Ipsso Waschschleudermaschine HW 94 Füllmenge 10 kg, el., Bj. 2004**

### ■ **Girbau Wasch-Trocken-Kombination, el. beh. (Waschschleudermaschine 8 kg/Trockner 9 kg)**

### ■ **Stahl Muldenmangeln, gasbeh., Bj. 1992/97, Typ M 500/1750 + Typ M 800/2500**

### ■ **Miele Muldenmangel, el. beh., Bj. 2007/Ausstellung; Walzendurchmesser 365 mm, Walzenlänge 2040 mm**

**Multimatic**  
iLSA Deutschland GmbH

Gerdener Straße 71 · D-49324 Melle

Telefon [05422] 1000 · Fax 10048

info@multimatic.de · www.multimatic.de

## Neue Auszubildende bei Multimatic Ausbildung schafft Perspektiven



■ **MELLE** – Im Hause Multimatic gehört die Ausbildung von Nachwuchskräften zur Unternehmenstradition. Geschäftsführer Dieter Kampmann macht sich nicht nur in der Textilpflegebranche für die Qualifikation des Branchennachwuchses stark. Er betrachtet es als unternehmerische Verantwortung, in seinem Vertriebsunternehmen in Melle ebenfalls auszubilden und damit jungen Menschen berufliche Perspektiven in der Wirtschaft zu bieten. Unterstützt wird er von Brigitte Bachmann, die in der Servicezentrale als direkte Ansprechpartnerin für die Azubis verantwortlich ist. Nach 12 Jahren Ausbildungsbegleitung weiß sie, worauf es ankommt.

Neu im Multimatic Innendienst-Team ist seit dem 1. August 2008 Anne Vodde. Nach erfolgreich abgeschlossener Fachoberschule für Verwaltung und Rechtspflege orientierte sie sich in der freien Wirtschaft. Eine Bekannte hatte sie auf Multimatic aufmerksam gemacht. Anne Vodde bewarb sich, überzeugte die Geschäftsleitung und erhielt die Gelegenheit, in ihrem Heimatort die gewünschte Ausbildung zur Kauffrau im Groß- und Außenhandel zu machen.

Mittlerweile hat sich die 19-jährige gut eingelebt und fühlt sich wohl im Kreis ihrer Kolleg/innen, von denen etliche ihre Ausbildung bei Multimatic gemacht haben. In den kommenden drei Jahren wird sie eine umfangreiche Lehre absolvieren und, wie ihre erfolgreichen Vorgängerinnen, sämtliche Abteilungen durchlaufen.

[www.multimatic.de](http://www.multimatic.de)

## Traumreise nach Venedig gewonnen Großes IPURA-Preisrätsel 2008

■ **MELLE/FRANKFURT A. M.** – *Wie spart man eine ganze Menge Energie in der Lösemittelreinigung? Um diese Frage drehte sich das große Multimatic-Preisrätsel auf der diesjährigen Texcare International in Frankfurt. Der Gewinner reist im kommenden Jahr in die zauberhafte Lagunenstadt Venedig.*

Laura-Sofie durfte Glücksfee spielen und hatte offensichtlich sehr viel Spaß daran: In der Multimatic-Servicezentrale in Melle zog sie die Gewinner des großen IPURA-Preisrätsels anlässlich der *Texcare International 2008*. Der Super-Preis, eine Reise nach Venedig für zwei Personen, lockte zahlreiche Messegäste. Wer sich auf dem Multimatic-Stand über die innovative Maschinenteknik informiert hatte, konnte spielend einfach mitmachen und gewinnen.

Über den 1. Preis freut sich jetzt Frank Suichomel, Düsseldorf. Die **MultiVision** wird über seine Reiseindrücke berichten. In Italien bekommt der Inhaber der *VOLZ Textilpflege* außerdem die Gelegenheit zu einem internationalen Erfahrungsaustausch. Er kann die IPURA-Technik in einem Kollegenbetrieb in Venedig in der Praxis erleben. Multimatic-Vertriebsberater Frank G. Odenbach wird ihn fachkundig begleiten.

[www.multimatic.de](http://www.multimatic.de)



Dafür stehe ich:

## Aktives und reibungsloses Kundenmanagement

■ **MELLE** – Jürgen Lindenkamp (46) unterstützt seit dem 1. November 2008 die Geschäftsleitung der Multimatic iLSA Deutschland GmbH, Melle. Er wird zunächst den Bereich Vertrieb und Marketing als Geschäftsleiter verantworten. MultiVision sprach mit ihm über seine Ziele und seine Beziehung zur Marke Multimatic.



*Herr Lindenkamp, Sie sind in den Bereichen Vertrieb und Marketing zu Hause, bisher waren Sie nicht in der Branche tätig. Unsere Leser/innen interessiert sicherlich brennend, woher Sie kommen.*

Ich bringe in der Tat mehr als 20 Jahre Erfahrung im Vertrieb und in der Mitarbeiterführung mit, zuletzt als Executive Manager Sales der SNT-Deutschland AG. In dieser Position war ich u. a. für die Entwicklung von Vertriebsstrategien und deren Umsetzung verantwortlich. Jetzt freue ich mich auf diese neue Herausforderung. Obwohl ich durch die Familie meiner Frau, Familie Heisterkamp, schon in den letzten Jahren engeren Kontakt in die Branche hatte und Einblick in die professionelle Textilpflege, hätte ich mir das vor einem Jahr nicht unbedingt vorstellen können. Über den Landesverbandstag NRW in diesem Jahr wurde mein Kontakt zu Dieter Kampmann schließlich intensiviert.

*Das heißt, Sie sind gar nicht branchenfremd. Haben Ihre engen, familiären Verknüpfungen bei Ihrer Entscheidung für Multimatic eine Rolle gespielt?*

Nein, so richtig branchenfremd kann man nicht sagen, aber natürlich noch kein Insider – ich arbeite daran.

Die engen familiären Verbindungen haben mir die Möglichkeit gegeben, die Branche genauer kennen zu lernen, gerade als Schwiegersohn einer langjährig erfolgreichen Obermeisterin. Und *Multimatic* war mir natürlich ein Begriff. Ich halte das Markenunternehmen mit seinem umfassenden Produktangebot für ein wirklich hoch interessantes Wirtschaftsunternehmen. Mir war außerdem klar, welchen Stellenwert *Multimatic* für den deutschen Textilreiniger hat. Diese Marktpräsenz weiterhin konsequent auszubauen und den gesamten Vertrieb auf ein noch größeres Fundament zu stellen, ist mein Ziel. Und das ist wohl u. a. der Grund, warum sich das Unternehmen für mich entschieden hat.

*Signifikant für Multimatic ist eine bundesweit flächendeckende Struktur selbstständiger Vertriebs- und Servicepartner. Wie sieht Ihre Aufgabe in diesem Netzwerk aus?*

Neben meinen Vertriebs- und Marketingaufgaben sehe ich mich als Bindeglied zwischen Kundendienst und Verkauf. Das hervorragende Netzwerk *Multimatic* hat einen sehr hohen Stellenwert und ist für mich die Basis für ein reibungsloses Kundenmanage-

ment. Gemeinsam mit unseren selbständigen Vertriebs- und Servicepartnern sind wir in der Lage, vom Angebot über den Verkauf bis hin zur Einbringung und Wartung, eine lückenlose Versorgung anzubieten. Voraussetzung dafür ist es, dass wir als Gesamtausrüster in jeder Phase des Kundenkontaktes optimal aufgestellt sind. Darin sehe ich meine Aufgabe: Die Kommunikationsstrukturen der drei Säulen *Vertrieb – Innendienst – Service* reibungslos miteinander zu verknüpfen.

*Das heißt, die Multimatic-Philosophie ist auch Ihre und Sie können nahtlos ansetzen?*

Richtig, meine Philosophie ist es, nicht nur Maschinen am Markt zu platzieren, sondern auch Unterstützung dafür anzubieten, dass diese kontinuierlich ausgelastet sind. In diesem Sinne werden wir die bewährte *Multimatic*-Strategie weiterverfolgen und unsere Kunden noch gezielter und aktiver bei dem Verkauf sowie der Vermarktung ihrer Dienstleistungen unterstützen. Für mich stehen hinter der Marke *Multimatic*: Kompetenz, Kundenorientiertheit, Zuverlässigkeit und Nachhaltigkeit. Diese Werte waren für mich die ausschlaggebenden Gründe, mich für diese Aufgabe zu entscheiden, und um ganz klar sagen zu können: *Multimatic* – dafür stehe ich.

## DTV-Marktdaten 2008 – Fakten statt Mutmaßungen

■ **BONN** – Allen Unternehmen in der professionellen Textilpflege, die sich am Markt erfolgreich positionieren wollen, bietet der DTV die aktuellen Marktdaten 2008 jetzt auf einer CD an. Auf mehr als 100 Seiten finden Textilpflegeunternehmer/innen Detailinformationen über Verbraucherverhalten und die Anforderungen, die Konsumenten heute an die Dienstleistung Textilreinigung stellen; die Quintessenz in einem Fazit zusammengefasst. Der Deutsche



Textilreinigungs-Verband e.V., Bonn, hatte die bundesweite Umfrage anlässlich der *Texcare International 2008* in Auftrag gegeben. Neben den aktuellen Marktinformationen bieten die Zahlen und Daten einen Vergleich zur Marktsituation im Jahre 2004. DTV-Mitglieder erhalten mit dem DTV-Gutscheinheft 2009 einen Coupon für den Vorzugspreis von 60 Euro für die kompletten Marktdaten; Nichtmitglieder zahlen 150 Euro. [www.dtv-bonn.de](http://www.dtv-bonn.de)

## Bildungsprämie der Bundesregierung

■ **BONN** – Deutschlands wichtigste Ressource ist die Bildung. Dieser Ansicht ist die Bundesregierung, sie will daher die Bildung stärker für wirtschaftliche Dynamik und persönliche Aufstiegschancen erschließen. In Form von Prämiegutscheinen sollen ab dem 1. Dezember 2008 die Menschen durch finanzielle Anreize zur Weiterbildung motiviert werden. Einen Prämien-gutschein in Höhe von maximal 154 Euro können Erwerbstätige erhalten, deren zu versteuerndes Jahreseinkommen derzeit 17.900 Euro (oder 35.800 Euro bei gemeinsam Veranlagten) nicht übersteigt.

[www.bildungspraemie.info](http://www.bildungspraemie.info)

## Digital kommuniziert

■ **MONSCHAU/AACHEN** – Innungsarbeit zum Erlebnis zu machen und den Zusammenhalt durch gemeinsame Aktivitäten zu stärken, praktiziert die Innung des Textilreinigungs-Gewerbes Aachen sehr erfolgreich. Ein Highlight war in diesem Jahr ein perfekt organisierter Tagesausflug in das malerische Eifelstädtchen Monschau.



Zufriedene Innungsmitglieder in Monschau

Im Grunde, so das Organisationskomitee (Philipp Lenemann, Ute Oehring und Marco Offermann), sei das allein nichts Besonderes. Ein Aha-Erlebnis verschaffte dem aktiven Innungsvorstand die Tatsache, dass allein eine Einladung per E-Mail genüge, um die Innungsmitglieder dafür zu gewinnen. »Nur diejenigen, die noch nicht online sind, bekamen die Einladung per Post«, so Ute Oehring. Ihr Fazit: Wenn die Basiskommunikation stimmt und die Innungsmitglieder sich persönlich angesprochen fühlen,

## Leistungswettbewerb 2008 Profilierungschancen für Nachwuchs

■ **FRANKFURT/BONN** – Am 25. Oktober 2008 fand in Frankfurt a. M. im Technikum der Frankfurter Schule für Bekleidung und Mode der Bundesleistungswettbewerb der Textilpflegebranche statt. Wie bereits in den Vorjahren konnten die erfolgreichsten Absolventen der diesjährigen Gesellenprüfung aus Handwerk und Industrie ihre Fähigkeiten auf Bundesebene unter Beweis stellen. Die jeweiligen Landes- und Innungssieger stellten sich in Schwerpunkten wie Sortieren von Wasch- und Reinigungsgut, Detachieren, Bügeln oder Mangeln.



Horst Becker, Heike Fritsche, Norbert Kasch, Gerd Hanisch, Andreas Gebhardt, Udo Nagelschmidt, Sebastian Dziuba, Christina Kahrs, Christopher Ehrenböck, Annemarie Henning, Stanislaw Wassiljew, Jan Scheler (v.l.n.r.).

Über das diesjährige Leistungsniveau äußerten sich die Prüfer Horst Becker, Niedernhausen, Norbert Kasch, Schlangen, Gerd Hanisch, Mühlheim, und Udo Nagelschmidt, Rheine, sehr positiv. Die insgesamt sieben Teilnehmer/innen qualifizierten sich vom 1. bis 7. Platz: Andreas Gebhardt, *Hau & Söhne*, Künzell, Christina Kahrs *Simeonsbetriebe GmbH*, Bückeberg, Stanislaw Wassiljew, *Wäscherei Rose GmbH*, Sassenberg, Christopher Ehrenböck, *Wäscherei-Reinigung Sterr*, München, Annemarie Henning, *Frank Wehrkamp-Lemke*, Hilter, Sebastian Dziuba, *Textilpflege Narres GmbH*,

Steinebach und Jan Scheler, *Bardusch GmbH & Co.KG*, Siedenburg.

Die Prüfungsanforderungen für die Teilnehmer/innen zum Leistungswettbewerb hatte der Ausschuss Aus- und Weiterbildung im DTV gegenüber den Vorjahren aktualisiert und in geänderter Form für den praktischen Bundesleistungswettbewerb festgelegt. Die Sieger für den Bereich Handwerk werden am 29. November 2008 in Wiesbaden gekürt. Der Sieger aus dem Bereich Industrie wurde direkt vor Ort in Frankfurt ausgezeichnet.

[www.dtv-bonn.de](http://www.dtv-bonn.de)

gibt es auch positive Resonanz. Natürlich konnten sich alle Beteiligten darauf verlassen, dass das Programm hielt, was die Einladung versprach. Und das bezaubernde Städtchen Monschau, so Ute Oehring, sei allemal eine Reise wert gewesen. Um das Gemeinschaftserlebnis zu konservieren

stellte Siegfried Lange, stellvertretender Obermeister der Innung Köln und langjähriger Freund der Innung Aachen, für seine Kolleg/innen ein einzigartiges Fotoalbum zusammen, ebenfalls mit Hilfe modernster digitaler Technik.

E-Mail: [ute.oehring@first-class-reinigung.de](mailto:ute.oehring@first-class-reinigung.de)

## Respekt den Obermeisterinnen

■ **IBBENBÜREN** – Textilreinigermeisterin Martina Brachmann, ist seit März dieses Jahres Obermeisterin der Textilreiniger-Innung Münster-Münsterland e.V.. Die Inhaberin der gleichnamigen Wäscherei in Ibbenbüren trat die Nachfolge von Alwine Heisterkamp an, die nicht nur in ihrer Innung, sondern in der gesamten Branche seit Jahrzehnten eine Institution ist.



Als Bundesobermeisterin prägt Alwine Heisterkamp (auf dem Foto links) seit vielen Jahren die Innungslandschaft mit weiblicher Intuition, Kreativität und unternehmerischem Weitblick. Unermüdliche Kommunikation und das Einbinden junger Menschen in traditionelle Strukturen sind ebenso Zutaten ihres Erfolgsrezeptes wie Geselligkeit, Kontaktpflege und die Bereitstellung von Branchenwissen. Die große Resonanz auf sämtliche Innungsaktivitäten bestätigt ihre Strategie des Miteinanders. Martina Brachmann will gemeinsam mit den Innungs-Kolleg/innen den Erfolgskurs fortführen:

»Alwine hat einen Standard geschaffen, den wir auf jeden Fall halten wollen«, sagt sie. »Unsere Mitgliederzahl spricht für sich.« Neuland ist die Innungstätigkeit für die Unternehmerin nicht; sie engagiert sich seit 1999 als Beisitzerin im Vorstand.

Alwine Heisterkamp wurde für ihre Leistungen in diesem Jahr mit dem Ehrenobermeisterbrief von der Kreishandwerkerschaft gewürdigt und ist offizielle Ehrenobermeisterin im Deutschen Textilreiniger-Verband. Für die **MultiVision** ist und bleibt sie kompetente Ansprechpartnerin in allen Fragen rund um die professionelle Textilpflege.

[www.textilreinigerinnung.de](http://www.textilreinigerinnung.de)

## Bildungszentrum ehrt seine Gründer Großes Jubiläum im nächsten Jahr

■ **RHEINE** – Nachwuchs für die Textilreinigungsbranche qualifiziert auszubilden, war ihr persönliches Anliegen. Die Gründung und Förderung des Textilreiniger Bildungszentrums in Rheine ist ihr Verdienst und Lebenswerk: Heinz Iseppi und Thomas Nagelschmidt wurden in diesem Jahr für ihre besonderen Leistungen zu Ehrenmitgliedern des TBZ ernannt.

Heinz Iseppi und Thomas Nagelschmidt sind mit der Ausbildungstradition der Textilreiniger-Innung Münster-Münsterland eng verbunden. Sie haben Ausbildungsgeschichte geschrieben, nicht erst seit der Gründung des TBZ. Heinz Iseppi erinnert sich an den Ausbildungsnotstand im Jahr 1978. Zu dieser Zeit leitete er die Zentralwäscherei des Landschaftsverbandes Westfalen-Lippe im Landeskrankenhaus Münster. Der akute Fachkräftemangel bewegte auch seinen Innungskollegen Thomas Nagelschmidt, der u. a. im Vorstand des Textilreinigungs-Verbandes NRW aktiv war. Er ist nach wie vor 1. Vorsitzender des TBZ. Längst schon Meister seiner Zunft, hatte er den elterlichen Wäschereibetrieb im Jahre 1963 um die Chemische Reinigung erweitert. Jetzt, nach 50 Jahren Berufspraxis und Erfahrung als Meister, erhielt Thomas Nagelschmidt den Goldenen Meisterbrief.

Der Grundstein für das heutige TBZ wurde 1979 gelegt: Die Innung hatte sich neu aufgestellt, einen Prüfungsausschuss gebildet und startete im April 1979 den ersten Vorbereitungslehrgang für die Gesellenprüfung im Wäscher/Plätterhandwerk und im Chemischreiniger/Färberhandwerk. 32 Auszubildende starteten den Lehrgang unter der Schulungsleitung von Heinz Iseppi. Jährlich folgten weitere Vorbereitungslehrgänge zur Gesellen- und Meisterprüfung aller Fachteile. (Ab 1981 wurde dann nach dem neuen Berufsbild des Textilreinigers unterrichtet). Schulungsräume stellte das LKH Münster in der angeschlossenen Krankenpflegeschule zur Verfügung. Mit der Pensionierung Iseppis mussten allerdings neue Räume gefunden werden. Die Stadt Rheine bot mit ihrem Berufskolleg eine bis heute ideale Lösung. Hier wurde 1989 das Textilreiniger Bildungszentrum mit einem beispielhaften Technikum



Heinz Iseppi erhielt auf dem Seifenblasenball der Innung im November seine Urkunde über die Ehrenmitgliedschaft im TBZ.

gegründet, das Heinz Iseppi bis 1994 als Geschäftsführer und Schulungsleiter führte; seine Nachfolge trat Udo Nagelschmidt an. Seit der Gründung ist Rosemarie Iseppi für die Sekretariats-Aufgaben verantwortlich. Zusammen mit dem TBZ feiert sie im kommenden Jahr 20-jähriges Jubiläum; die Innung kann in 2009 auf insgesamt 30 Jahre Ausbildungstätigkeit zurückblicken. Auch die Gründer werden dann noch einmal den verdienten Respekt erhalten; **MultiVision** wird ausführlich berichten.

[www.tbz-rheine.de](http://www.tbz-rheine.de)

**Die SauberCard  
nun auf Kombigerät  
mit EC und Kreditkarte  
verfügbar.**



**nähere  
Informationen  
erhalten Sie unter:  
[www.saubercard.de](http://www.saubercard.de) oder  
Bezug des EC Terminals direkt:  
Kalicom, August-Horch-Str.60  
08141 Reinsdorf  
Tel.: 0375 - 272100**



*Buon Natale*  
*Feliz Navidad*  
*Merry Christmas*  
*Kala Christougenna*  
*Buon Natale*  
*Feliz Navidad*  
*Merry Christmas*  
*Kala Christougenna*  
*Buon Natale*  
*Feliz Navidad*  
*Merry Christmas*

**Frohe  
Weihnachten...**  
...und ein glückliches neues Jahr!