



# MultiVision

## ▪ VERTRAUENSBLDUNG

Imagepflege  
mit dem »Blauen Engel«

## ▪ KERNKOMPETENZ

Hemdenservice mit  
Glücksfaktor

## ▪ ERFOLGSREZEPT

Spitzenleistungen  
durch Wertschätzung

Werterhalt bleibt Trend:  
Erfolgreich mit der  
professionellen Textilpflege

Mehr Liquidität und Flexibilität durch Leasing

## Betriebsicherheit sorgt für zufriedene Kunden



Innovationen scheinen sich in der Textilreinigung eher langsam und im Verborgenen zu vollziehen. Dieser Eindruck entsteht vor allem beim Endkunden, der sie vielerorts als unscheinbar und optisch wenig zeitgemäß erlebt. Von den Anstrengungen hinter den Kulissen, die viele Unternehmer/innen in den vergangenen Jahrzehnten immer wieder machen mussten, um ihre Existenz – und schließlich eine Vielzahl von Arbeitsplätzen – zu sichern, wissen sie nichts. Sie sind daran auch nicht wirklich interessiert; sie erwarten vom Textilpflegebetrieb ihres Vertrauens selbstverständlich zuverlässige, gleich bleibend hohe Leistungen. Was der Verbraucher, insbesondere in ländlichen Gegenden, hingegen wahrnimmt, ist die schwindende Präsenz von »Reinigungen« am Markt. Nach wie vor schließen Läden, für die es keine Nachfolger gibt. An vielen Orten geht damit das Dienstleistungsangebot Textilreinigung ersatzlos verloren. Wenn die Kunden dann unverhältnismäßig lange Wege in Kauf nehmen müssen, um ihre Kleidung in Profihände zu geben, besteht die Gefahr, dass sie es eben gar nicht mehr tun.

Es ist davon auszugehen, dass dieser Trend anhält, unabhängig vom potentiellen Bedarf der Gesellschaft an der Dienstleistung Textilreinigung. Umso mehr sind Unternehmer/-innen in unserer Branche wieder einmal gefordert, ihr Betriebskonzept zu

überdenken und neu zu gestalten. Ein Blick auf den Ist-Zustand macht die Ambivalenz der Situation deutlich: Im Markt befinden sich etwa 5.000 Textilreinigungsmaschinen, davon 70 % PER- und 30 % KWL-Maschinen. Von den PER-Maschinen sind 85 % älter als 14 Jahre und erheblich reparaturbedürftig. Sie wurden in der Regel mit einer Kreditlaufzeit von 5 bis 10 Jahren finanziert, sind also allesamt inzwischen bezahlt und steuerlich abgeschrieben. Häufig sind die Maschinen durch Verringerung der Umsätze zu groß und, unter dem Aspekt der gestiegenen Energiekosten, einfach zu teuer geworden. Bei größeren Reparaturen (Destillation, Kälteanlage, Heiz- und Kühlregister, Meßtechnik etc.) muss aus der laufenden Liquidität in eine alte Maschine investiert werden, ohne dass eine Betriebsicherheit gewährleistet wird. Auch der Anlagenwert steigt angesichts der Baujahre und einer möglichen Wiederverwertbarkeit nicht mehr an. Neben der Wirtschaftlichkeit muss der Faktor Betriebsicherheit berücksichtigt werden; damit steht und fällt die Zufriedenheit der Kunden. Zweifelsohne wirkt die derzeitige Wirtschaftskrise auf die Entscheidung zu Neuinvestitionen eher bremsend als motivierend. Zudem erfordern diese nicht nur einen finanziellen Aufwand; die Einbringung einer neuen Maschine oder gar einer komplett neuen Installation bedeutet oft Kraftanstrengungen auf vielen Ebenen. Das angestrebte Ziel ist es jedoch, die Unternehmensführung zu erleichtern, Energiekosten zu minimieren, Betriebsabläufe sowie Produktivität zu optimieren und Betriebsicherheit zu garantieren – gemessen an Dienstleistungsqualität und Kundenzufriedenheit.

*»Mit dem Faktor  
Betriebsicherheit steht  
und fällt die  
Kundenzufriedenheit.«*

Entlastung von den Aufgaben, die andere besser, schneller und professioneller erledigen, ist heute wesentliches Entscheidungskriterium privater und gewerblicher Kunden; sie erwarten Zuverlässigkeit und Produktsicherheit. Ein solches Rundum Sorglospaket können nur Dienstleister anbieten, deren Betriebskonzept darauf ausgerichtet ist. Wer heute mit einem Energie orientierten Technikkonzept arbeitet und seine Kapazitäten nicht durch Reparaturen, Ausfallzeiten oder gar übermäßige Reklamationen unnötig bindet, ist in jedem Fall auf der sicheren Seite.

*»Wer mit einem  
energieoptimierten  
Technikkonzept arbeitet,  
ist auf der  
sicheren Seite.«*

Meine ureigenste Empfehlung: die Anschaffung von Neumaschinen auf Leasingbasis. Nach einer Laufzeit von vier bis fünf Jahren werden sie durch Neumaschinen ausgetauscht, der Wert der Gebrauchtmaschine ausgezahlt. Ein Abschluss eines Wartungsvertrages, der die Gewährleistung auf fünf Jahre erhöht, sowie eine fest kalkulierte monatliche Belastung machen es möglich, mit einem kontinuierlich leistungsstarken und wirtschaftlich effizienten Maschinenpark erfolgreich zu arbeiten. Die Liquidität bleibt erhalten und bisher ungenutzte Ressourcen werden frei gesetzt, um beispielsweise in die Außendarstellung zu investieren, für die es bis dahin keine Zeit und kein Geld gab. Dann kommt schließlich auch beim Endkunden an, was ihm die moderne Textilreinigung für sein Geld tatsächlich bietet.

*Ihr Dieter Kampmann*



10 *Multimatic auf der IMB*

11 *Reinigungsqualität optimieren*

15 *Innovative Filtertechnik*

16 *Werterhalt bleibt Trend*

17 *Fortbildung in Kooperation*

18 *Gelebte Spitzenleistungen*

20 *Vertrauensbildende Maßnahmen*

22 *Sicher in die Selbständigkeit*

23 *Aktuelles vom DTV*

## Liebe Leserin, lieber Leser!



Der Begriff Image steht für das Bild bzw. das Ansehen eines Menschen, eines Produktes oder Unternehmens in der Öffentlichkeit. In jedem Fall entsteht solch ein Renommee vor allem auf der Gefühlsebene und reflektiert sowohl positive als auch negative Assoziationen. Wie ein Bild subjektiv wahrgenommen wird, liegt letztendlich im Auge des Betrachters und wird stets durch persönliche Erfahrungen geprägt. Die Beeinflussung dessen, was er sieht, ist daher in der Tat begrenzt.

Wie jede Imagekampagne verfolgt die DTV-Branchenkampagne die Absicht, die Wertschätzung gegenüber der Dienstleistung Textilpflege im kollektiven Bewusstsein der Verbraucher nachhaltig zu verankern, mit dem gewünschten Effekt, den Umsatz zu erhöhen. Im mittlerweile vierten Aktionsjahr stehen die Kernkompetenzen der klassischen Textilreinigungen im Zentrum dieses Bemühens; die Reinigung von Oberbekleidung bzw. Businessmode ist in diesem Sommer Programm. (*Fachwissen dazu vermittelt unter anderem Dipl.-Ing. Pamela Krix auf der Seite 14.*) Im Herbst steht die Branchenwerbung dann im Zeichen des Hemdes und präsentiert den Hemdenservice als Dienstleistung für Glückspilze (*Seite 12*).

Das Image ihrer Dienstleistungen durch größtmögliche Kundenzufriedenheit aufzuwerten, ist das Ziel unzähliger engagierter Unternehmerinnen und Unternehmer der Branche. In dieser Ausgabe stellt die **MultiVison** Menschen und Betriebe vor, die sich seit Jahren erfolgreich dafür einsetzen und schließlich bestätigen: Der Ruf der professionellen Textilreinigung ist weitaus besser als vielfach angenommen. Die Anstrengungen haben sich gelohnt und das Geschäft mit der Sauberkeit von Textilien kann durchaus Spaß machen.

Überzeugen Sie sich selbst, neue Anregungen und gute Unterhaltung wünscht Ihnen,

*Gabriele Rejschek-Wehmeyer*

## Impressum

Herausgeber

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

Redaktion und Anzeigen

Gabriele Rejschek-Wehmeyer  
(V.i.S.d.P.)  
Fahrenkampstraße 38  
D-32257 Bünde  
Telefon [052 23] 18 83 79  
Telefax [052 23] 18 83 70  
info@wortundidee.de

Titelfoto

WILVORST

Gestaltung

Astrid Farthmann, Bünde

Druck und Verarbeitung

Druckerei + Verlag B. Scholten, Melle

ISSN 1615-3537

## Kurz notiert: The Clean Show

■ **NEW ORLEANS** – Vom 18. bis 21. Juni 2009 findet die *Clean Show* im Morial Convention Center in New Orleans, Louisiana, statt.

Neben der *Texcare International* in Frankfurt ist sie seit mehr als 30 Jahren eine der internationalen Leitmesse für die Bereiche Textilreinigung, Wäscherei und Textil Service. Über 500 Aussteller präsentieren in diesem Jahr ihre Produkte und Dienstleistungen einem Fachpublikum aus aller Welt.

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

## Texprocess ab 2011

■ **FRANKFRUT A.M.** – Die Messe Frankfurt etabliert die neue internationale Leitmesse *Texprocess*. Als Investitionsgütermesse für die Textil- und Modebranche soll sie künftig weltweiter Treffpunkt für über 500 Aussteller und rund 25.000 Besucher sein. Ihre Premiere feiert die *Texprocess* vom 24. bis 27. Mai 2011, parallel zur *Techtextil*. Dadurch entsteht im Textilbereich ein starkes Doppel zweier internationaler Leitmesse mit ca. 1.700 Ausstellern und rund 50.000 Besuchern aus 120 Nationen. Partner der neuen Veranstaltung ist der Fachverband Bekleidungs- und Ledertechnik im Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA).

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



## Bügelboxen im frischen Design neu aufgelegt Werbung im Kleiderschrank – näher am Kunden geht nicht

■ **DORTMUND** – Evelyn Schulte gehört zu den Unternehmerinnen unserer Branche, die für anziehende Werbeideen offen sind und diese nachhaltig und erfolgreich einsetzen. Ihre Kunden an die Dienstleistung Textilpflege zu binden und somit an ihren Betrieb, ist das oberste Ziel ihrer unermüdlichen Aktivitäten. In ihrem Hauptbetrieb und den beiden Filialen in Dortmund hat die Textilreinigungsmeisterin die Kleiderbügelbox als hilfreiches Give away jetzt neu aufgelegt.



»Ich will über das Gespräch in die Köpfe der Kunden kommen«, sagt Evelyn Schulte

Mit Recyclingboxen zur Wiederverwendung von Drahtbügel arbeitete die adrett Textilreinigung DREWS, Dortmund, schon früher. »Da das Prinzip beim Endverbraucher nicht wirklich angekommen war, geriet der geniale Werbebedanke, der dahinter stand, in Vergessenheit«, erinnert sich die Inhaberin, die seit mehr als 14 Jahren im Familienbetrieb aktiv ist. Am 1. Januar dieses Jahres übernahm sie offiziell die Geschäftsleitung von ihrem Vater Ernst-Friedrich DREWS.

Im Hause adrett war das Thema Bügelrecycling aufgrund des gestiegenen Umsatzes mit dem Hemdenservice wieder interessant geworden. »Wir geben wesentlich mehr Bügel heraus. Wenn wir diese in der Vergangenheit zurückbekommen haben, waren sie oft verbogen, ineinander verhakt und vielfach doch nicht mehr zu gebrauchen«, so die Chefin. Für sie bleibt die Kundenbindung jedoch der attraktivste

Aspekt für den Einsatz des Werbemittels.

Wirklich neu an der Bügelbox ist das Firmendesign, das die Kommunikationsdesignerin Verena Spieshöfer von *Multimatic*, in diesem Fall speziell für die Firma adrett, entworfen hat. Frisch und modern gestaltet erscheint damit ein altes Konzept im neuen Glanz; die Boxen sind bereits im Verkaufsbereich der adrett Shops ein Hingucker. »Kunden nehmen gern etwas mit, und so ist es auch mit den Boxen.« Sie sind erst seit Kurzem im Einsatz, für Evelyn Schulte hat sich die Erfolgsidee jetzt schon bestätigt. »Für mich ist es das Wichtigste, mit den Kunden ins Gespräch zu kommen. Nur durch den ständigen Dialog können wir nachhaltig in den Köpfen der Endverbraucher bleiben.«

Wenn Evelyn Schulte oder ihre Mitarbeiterinnen nun die Bügelboxen an die Kunden aushändigen, ergibt sich der gewünschte Dialog zwangsläufig, während erklärt

wird, wie diese zu handhaben sind. Und das ist super einfach: Zu Hause wird die Box, möglichst im Kleiderschrank, aufbewahrt und bleibt somit immer im Blickfeld. Nicht mehr benötigte Drahtbügel werden darin gesammelt, verbiegen nicht und nehmen keinen unnötigen Platz auf der Kleiderstange ein. Dadurch erhöht sich außerdem die Chance, dass sie heil und unverbogen mitsamt der Box wieder an die Reinigung zurückgegeben werden. Jeder volle Karton wird gegen einen neuen ausgetauscht.

Grundsätzlich erfüllt die Bügelbox damit einen absolut zeitgemäßen Recyclinganspruch. Den Reinigungsbetrieben als Anbieter ermöglicht sie die größtmögliche Präsenz beim Kunden: Werbung direkt im Kleiderschrank – näher geht es kaum! Ergänzend zur Bügelbox setzt Evelyn Schulte künftig auch Wäschesäcke im Corporate Design ein, speziell in der Filiale mit einer 24-Stunden-Anlage in Dortmund-Waltrop und ihrer allein stehenden 24-Stunden-Filliale *cleanissimo nehmen & geben* in Dortmund-Sölde. Im Corporate Design gestaltet, lösen die textilen Wäschebeutel die Plastikhüllen ab. Auf den Bügel des gereinigten Kleidungsstückes gehängt, gelangen sie so in den Haushalt. Gefüllt mit Reinigungsware kommen sie in den Betrieb zurück. »Wir haben bereits die Erfahrung gemacht, dass der Umsatz steigt, wenn wir im Haushalt und somit im Bewusstsein der Verbraucher deutlicher präsenter sind. Jeder Blick auf die Bügelbox oder den Wäschebeutel erinnert an unsere Serviceleistungen und ist eine versteckte Aufforderung, diese in Anspruch zu nehmen.«

[www.textilreinigung-dortmund.de](http://www.textilreinigung-dortmund.de)

## Technik made for Germany

# Multimatic präsentiert Innovationen

■ **MELLE** – Vom 21. bis 23. August dieses Jahres begrüßt Multimatic den DTV-Landesverband Niedersachsen und die Textilreiniger-Innung Osnabrück-Emsland als Gäste in der Servicezentrale in Melle. Die Mitglieder des Landesverbandes und der Innung haben die Gelegenheit, sich im Rahmen ihrer Tagungen über die Technikinnovationen des Marken-anbieters zu informieren. Die Multimatic-Techniker stehen für Fragen zur Verfügung.

Im modernen Showroom, dem exklusiv ausgestatteten Technikum und den geräumigen Hallen zeigt Multimatic an diesem Wochenende einen Querschnitt aus dem bewährten Maschinen- und Gerätesortiment sowie neue, energiesparende Technikkösungen. Als besonderes Highlight steht noch einmal das JetCleaning-Sprühverfahren iPURA im Mittelpunkt. Aktuelle Untersuchungsergebnisse bestätigen jetzt, dass diese innovative und bisher einzigartige Technik höchsten Qualitätsanforderungen gerecht wird, beispielsweise den Forderungen gemäß des Gütezeichens *FashionCare* von EFIT. »Das Gutachten des vereidigten Sachverständigen«, so Multimatic Geschäftsführer Dieter Kampmann, »entspricht im vollen Umfang unseren praktischen Erfahrungen und unterstreicht, dass es visuell keinerlei Unterschiede zwischen dem Waren- ausfall in der iPURA und bewährten Bad- Maschinen gibt.«

Neben der Reinigungs- und Waschtechnik hat die Hochleistungsfinishtechnik von Multimatic einen hohen Stellenwert am Markt. Ihre energiesparenden Weiterentwicklungen sind in Melle zu sehen, darüber hinaus ein Sortier- und Lagersystem mit einem Hochleistungs-Verpackungsautoma-



Frank Odenbach erklärt die iPURA-Technik auf der IMB 2009.

ten sowie die Industrie-Waschschleuder- maschine von Girbau. »Multimatic bietet seinen Gästen und anderen Interessierten einen umfassenden Überblick über die aktuellen Möglichkeiten, durch den Einsatz energieoptimierter Maschinen und Geräte Kosten zu senken und langfristig eine sinn- volle Auslastung der Produktion zu errei- chen« sagt Gastgeber Dieter Kampmann.

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



Eine perfekte Kundenbindung

Wir haben die Bügelboxen neu aufleben lassen.

\*\*\*handlich\*\*\* individuelle Gestaltung möglich\*\*\*  
ökologisch\*\*\*praktisch\*\*\*

Fragen?

Wir stehen Ihnen gern direkt zur Verfügung!

Ihre Multimatic iLSA Deutschland GmbH • fon: (05422) 1000 • [www.multimatic.de](http://www.multimatic.de)

## 35 Jahre Taunus Textilpflege Erfolgreicher Dienstleister mit Herz und Humor

■ **OBERURSEL** – Seit 35 Jahren gibt es die Taunus Textilpflege in der Hohemarkstraße 73 in Oberursel. Inhaber Jens Nitzschke feierte dieses Jubiläum mit Kunden, Mitarbeiterinnen, Geschäftspartnern und guten Freunden.

»Nur indem wir unser eigenes Herz und unseren eigenen Geist reinigen, können wir hoffen, die Welt zu reinigen und unserer globalen Gemeinschaft ein gewisses Maß an Frieden und Stabilität zurückzugeben.« Mit diesem Zitat von Philip Kapleau begrüßte Jens Nitzschke seine Gäste im italienischen Restaurant del Golfo, das direkt an seinen Betrieb grenzt und zu dessen Besitzer er gute nachbarschaftliche Beziehungen pflegt. Sicherlich seien das sehr hohe Ziele; seine Mitarbeiterinnen und er würden sich zunächst einmal darauf konzentrieren, Bekleidung zu reinigen, das allerdings sehr erfolgreich. Diesen Erfolg verdankt Jens Nitzschke zweifelsohne der Tatsache, dass er seinen Betrieb mit Herz und Humor führt. So war das Jubiläumfest für ihn ein willkommener Anlass, »der Freude Ausdruck zu verleihen, dass es uns noch gibt!«

Jens Nitzschke hatte die Textilreinigung vor zehn Jahren übernommen; heute leitet er ein Team von acht Mitarbeiterinnen, die engagiert und geschlossen hinter ihrem Chef stehen. Den hier gelebten Dienstleistungsgeist spüren die Kunden täglich; alle Jubiläumsgäste bemerkten ihn spätestens am 15. Mai dieses Jahres. An Sauberkeit werde selbst in kritischen Zeiten nicht zuerst gespart, davon ist Jens Nitzschke überzeugt. Die derzeitige Marktsituation als Herausforderung betrachtend, war es für ihn daher folgerichtig, in zwei neue effiziente, energiesparende Maschinen zu investieren. »Was ein Textilreiniger zum Glückseligkeit braucht, ist ein funktionierender Maschinenpark, eine zufriedene Kundschaft, die von qualifiziertem und freundlichen Personal betreut wird, Mitarbeiterinnen, die in regelmäßigen Abständen dem Chef Trost spenden und eine wohlgeformte Detachierbürste, die den Anforderungen des täglichen Schmutzanfalls gewachsen ist«, so Jens Nitzschke.

In nunmehr zehn Jahren habe er die wesentliche Erkenntnis erlangt, dass es sehr



Jubiläumsgäste aus dem Hause Multimatic: Dieter Kampmann, Volker Schulke und Ewald Brinker gratulierten Jens Nitzschke (2. v. l.).

sinnvoll sei, sich mit geeigneter Technik und Hilfsmitteln dem alltäglichen Wahnsinn der Textilreinigung und ihren Tücken zu stellen. Aus Liebe zum Detail und als leidenschaftlicher Tüftler machte er, zur Texcare International 2008 und mit Hilfe von Multimatic, einen von ihm entwickelten Krawattenfinisher markt- und praxistauglich (siehe *MultiVision* 73/08). Unschlagbare Krawattenqualität ist nur eines der Qualitätsmerkmale der Taunus Textilpflege. Gern überzeugt Jens Nitzschke seinen Kunden persönlich vom hohen Tragekomfort einer professionell imprägnierten Krawatte: er lässt Wasser aus einer Pumpflasche direkt über das frisch gereinigte Stück laufen und kann den Aha-Effekt längst voraussagen. Der Reinigungspreis sei nach solch einer Demonstration meist absolut untergeordnet.

Noch vor rund einem Jahrzehnt hätte es sich Jens Nitzschke kaum vorstellen können, mit dem Reinigen und Waschen von Textilien derart erfolgreich und zufrieden zu sein. Heute käme für ihn nichts anderes mehr in Frage. Seine Kunden und Mitarbeiterinnen freuen sich darüber. rjw

[www.taunus-textilpflege.de](http://www.taunus-textilpflege.de)

### Bügelwettbewerb zum Jubiläum!

■ **OBERURSEL** – Zum 35. Jubiläum der Taunus Textilpflege lud Multimatic die Innung Hessen zu einem Praxis-Seminar »Richtiges Bügeln von Oberbekleidung« nach Oberursel ein; verbunden mit dem mittlerweile 5. Wettbewerb *Goldenes Bügeleisen*®. Inhaber Jens Nitzschke und Obermeister Gerhard Hanisch begrüßten 13 Teilnehmer/innen, die ihre Kenntnisse auffrischen und praktische Hinweise für ihre tägliche Arbeit mitnehmen wollten. Weitere Infos: [www.multimatic.de](http://www.multimatic.de)



Siegerin des Bügelwettbewerbes wurde Brigitte Jourdan, Taunus Textilpflege (rechts); einen 2. und 3. Platz belegten Andrea Wachtel und Peter Klingner von den Werkstätten Hainbachtal in Offenbach.

## 50. Geburtstag von Kassen Huth

# Ein halbes Jahrhundert Spezialwissen

■ **KÖLN** – Am 1. August 1959 gründete Herbert Huth die heutige Kassen & Rollen Huth GmbH in Köln. 50 Jahre später ist das Unternehmen mit seinen Kassen-Systemen nicht nur in der Textilpflegebranche eine verlässliche Größe. Der Grundstein für eine gute Nachfolge ist ebenfalls gelegt. Auch die Redaktion **MultiVision** gratuliert jetzt zum 50-jährigen Jubiläum.

Nach seiner Lehre als Mechaniker für Registrier- und Rechenmaschinen arbeitete Herbert Huth bei diversen Unternehmen seines Fachs. Er eignete sich dadurch umfassendes Spezialwissen in der Produktion und Instandhaltung an. Mit einer fachlich grundsoliden Basis eröffnete er seine eigene Werkstatt und konzentrierte sich anfänglich auf Reparaturen von Rechenmaschinen und Registrierkassen. Anfang der 60er Jahre, nach absolvierter Meisterprüfung, bot ihm der Hersteller des schwedischen Fabrikates Hugin, neben dem Service für ganz Deutschland, den Vertrieb der Registrierkassen in Nordrhein-Westfalen an. Das war sozusagen der Einstieg in das Vertriebsgeschäft. Die Entwicklung für den speziellen

Bedarf von mechanischen Hochleistungskassen blieb die Passion des Geschäftsführers. Sie führte im Jahre 1978 zur Zusammenarbeit mit Multimatic.

Herbert Huth erfüllte den Spezialauftrag, die erste elektronisch betriebene Computerkasse, Marke Richmac (RCM), für Reinigungsbetriebe zu modifizieren.

Vorgabe war, ein Kassensystem für eine dreiteilige Kundenkarte zu entwickeln: mit dem Namen des Betriebes, der Aufstellung der abgegebenen Teile und dem Etikett mit Auftragsnummer. »Zahlreiche Betriebe«, so Herbert Huth, »arbeiten heute noch mit diesem gut funktionierenden System. Um die Kosten für die relativ teuren Karten zu senken, haben wir dann das Modell RCM/20

entwickelt und schließlich die Folgemodelle RCM/22, RCM/40, RCM/60 und RCM/100. Diese beziehen wir seit nunmehr 30 Jahren von demselben zuverlässigen Lieferanten in Tokio«, so Huth: »An die neuen Kassenmodelle RCM/60 und RCM/100 (Touchscreenversionen) lassen sich Drucker anschließen, welche die Hydrofix-Etiketten herstellen, wobei Sammler und Kundenbon auf Normalpapier aus der Kasse kommen. Dadurch reduzieren wir den Bedarf an Hydrofixpapier.« Statistisch gesehen seien das bei 120 Kunden täglich, mit durchschnittlich 2,5 Teilen, monatlich rund 30 Euro. Ebenso erfolgreich wie die RCM-Kassen sei das seit Jahren praktizierte, hausinterne Mietvertragssystem. →



Dampf, wie und wo Sie ihn brauchen.



**CERTUSS Dampfautomaten  
GmbH & Co. KG**  
Hafenstr. 65  
D-47809 Krefeld  
Tel.: +49 (0)2151 578-0  
Fax: +49 (0)2151 578-102  
E-Mail: [verkauf@certuss.com](mailto:verkauf@certuss.com)  
[www.certuss.com](http://www.certuss.com)

**CERTUSS**  
Wir machen Dampf

Fortsetzung von Seite 7

Bankenunabhängig betrage die monatliche Belastung ab 59 Euro bei einer Verpflichtung von drei bis vier Jahren, mit ebenso langer Garantie. »Alle Kassen sind versichert; nach Ablauf des Mietvertrages und dem Restbuchwert von drei Monatsmieten zur Eigentumsübertragung, können unsere Kunden einen Nutzungs- und Wartungsvertrag zu moderaten Kosten abschließen, der die Reparaturkosten abdeckt.«

Aus der einstigen Werkstatt ist in einem halben Jahrhundert ein spezialisiertes Vertriebsunternehmen gewachsen, das mittlerweile die Kassen der Mitbewerber (EBM, SKS, Gold, Sanputer, TEC, Uniwell, UX, usw.) repariert. Seit Jahrzehnten ist Herbert Huth ein hoch geschätzter Geschäftspartner von Multimatic.

Die Weiterführung seines Unternehmens hat er in soweit organisiert, dass seit einigen Jahren sein Enkel im Betrieb tätig ist. Er absolvierte ebenfalls eine Ausbildung als Techniker für Computerkassen und wird die Firma im Sinne der Geschäftsführung weiterführen.

[www.kassen-huth.de](http://www.kassen-huth.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)

## Franchisetagung 2009 in Hannover Erweiterte Qualitätsoffensive in der Stichweh-Gruppe

■ **HANNOVER** – Der Markenname Stichweh bürgt seit mehr als 150 Jahren für Qualität in der professionellen Textilpflege. Seit 15 Jahren gibt es die Stichweh Franchise GmbH, Hannover, die von 80 Franchisenehmer/innen genutzt wird, um im Dienstleistungsmarkt Textilreinigung erfolgreich selbständig zu agieren. Auf der diesjährigen Tagung lernten engagierte Franchisepartner/innen die neue JetCleaning Sprüh-Technologie mit der iPURA Reinigungsmaschine kennen. Im direkten, persönlichen Dialog konnten sie sich mit den Experten von Multimatic und BÜFA sowie den bereits erfahrenen Anwendern austauschen.



Lars Reuter stand in Hannover für den Fach- und Erfahrungsaustausch zur Verfügung.

Speziell in den Großräumen Hannover, Hamburg, Bremen und Magdeburg verfügt Stichweh über ein verzweigtes, gut organisiertes Niederlassungssystem. Basis der Stichweh-Franchisephilosophie ist eine Betriebsausstattung, die dem neusten Stand der Textilreinigungstechnik mit ökologisch einwandfreien Verfahren und Hilfsmitteln entspricht. Ihren Franchise-Partner/innen völlig modernisierte Textilbetriebe anzubieten, ist Bestandteil des Stichweh-Kon-

zeptes. »Ein Großteil unserer Betriebe wurde vor 6 bis 9 Jahren franchisiert«, erklärt Geschäftsführer Hans-Jürgen Heyduk. »Diese müssen in den nächsten ein bis drei Jahren mit neuen Maschinen ausgestattet werden; daher ist die Entwicklung des iPURA-Verfahren für uns hoch interessant. Drei unserer Betriebe arbeiten bereits mit iPURA-Maschinen und erzielen optimale Ergebnisse.« (siehe auch MultiVision 74/09, *Höchstleistungen auf kleinstem Raum*)

Qualität sei in Stichwehbetrieben kein Zufallsprodukt, sondern ein geforderter Standard, der im Rahmen so genannter Systemchecks regelmäßig überprüft werde.

Hans-Jürgen Heyduk ist davon überzeugt, dass alle Betriebe der Stichweh-Gruppe, die Normalgarderobe bearbeiten, mit iPURA die Anforderungen an Stichweh-Markqualität erfüllen können. Die Teilnehmer/innen der diesjährigen Tagung konnten sich vom Warenausfall einen persönlichen Eindruck verschaffen und den Technik- und Hilfsmittelexperten gezielte Fragen stellen.



Lars Reuter gab seine Erfahrungen mit der neuen JetCleaning-Technologie weiter (ganz oben); darunter: Hans-Jürgen Heyduk begrüßte den Multimatic-Geschäftsführer Dieter Kampmann in Hannover. Önder Sünbül (ganz unten) aus dem Hause Multimatic bei der Vorbereitung heller Ware für die Maschinenvorführung.

Dr. Alexander Rohde von der Firma BÜFA, Oldenburg, referierte über den Einsatz und die Wirkung der Chemie in der iPURA. Außerhalb der Maschine werde das speziell

für die neue JetCleaning Sprüh-Technologie entwickelte Ansprühmittel Benzapon easy punktuell auf die zu reinigende Ware genebelt. Mittlerweile verfüge die iPURA über ein Programm für die Vorbehandlung der Ware innerhalb der Maschine. Mit dem Programm iPURA-RV sei eine optimale Dosierung und vollständige Benetzung der Textilien mit dem Reinigungsverstärker sichergestellt.

Textilreinigermeister Peter Schwarz, BÜFA, fasste in Hannover noch einmal wichtiges Basiswissen über die Detachur zusammen und gab praktische Tipps zur Vor- und Nachdetachur. Obermeister Lars Reuter, Hamburg, sowie Ewald Brinker und Önder Sünbül, Multimatic, informierten über die Entstehung und die bisherige Weiterentwicklung der Maschinenteknik. »Eine ergänzende Maßnahme zur Qualitätsverbesserung ist das von Klaus Theisen entwickelte, systematische Detachierverfahren mit BÜFA-Produkten.« erläuterte Hans-Jürgen Heyduk.

Die regelmäßige Überprüfung des Stichweh-Qualitätsstandards sei übrigens kein Selbstzweck, sondern die Grundlage dafür, das tägliche Brot mit der Dienstleistung Textilreinigung zu verdienen, betonte er in Hannover abschließend. Qualität ergebe sich aus einem funktionierenden Zusammenwirken von Technik, Chemie bzw. Anwendungstechnik, Präsentation und dem Menschen, der die Dienstleistung schließlich verkaufe. Auch dieser letzte, entscheidende Faktor sei durchaus messbar.

Das Niveau der Kundenansprache und -beratung werde künftig durch gezielte Testkäufe geprüft, um, wie in allen anderen Bereichen, notwendige Veränderungen schnellstmöglich umsetzen zu können.

»Qualität ist kein Zufall, sie ist immer das Ergebnis angestregten Denkens«. Mit diesem Zitat von John Ruskin brachte Hans-Jürgen Heyduk sein Anliegen auf den Punkt.

Ein überzeugendes Resultat besonderer Anstrengungen sei das innovative iPURA-Verfahren, das sich als Technikbaustein hervorragend in das anspruchsvolle Stichweh-System einfüge.

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

## Freizeitgewinn durch Profipflege



■ **MELLE** – »Sommerzeit, Sonnenezeit, FREIzeit«, so lautet die Botschaft des neuen Werbeplakates, das jetzt allen Multimatic-Kunden für ihre Sommerwerbung zur Verfügung steht. Urlaubs- und Reisezeit ist stets mit viel Wäschearbeit verbunden. Textile Dienstleister nehmen ihren Kunden diese lästige Arbeit ab und verschaffen ihnen dadurch unter anderem mehr Freizeit.

Verbraucher dafür zu sensibilisieren, ist die Intension hinter der Werbeaussage. Kommunikationsdesignerin Verena Spieshöfer: »Das Plakat visualisiert ein Pärchen in Urlaubsstimmung, welches gemeinsame, freie Zeit verbringt. Wer hat schon Lust sich um Wäscheberge zu kümmern? Textilpflegebetriebe haben selbst in schwierigen Zeiten die Chance, Endverbrauchern deutlich zu machen, dass eine professionelle Textilreinigung immer auch Werterhalt bedeutet. In der Profipflege werden Textilien einfach schonender behandelt.«

Wie immer ist das Plakat über die Multimatic-Außendienstpartner erhältlich.

Weitere Beratung und Informationen:

Verena Spieshöfer

[vspieshoefer@multimatic.de](mailto:vspieshoefer@multimatic.de)

Gerdener Straße 71 · D-49324 Melle

Telefon (05422) 10014

## Multimatic-Markentechnik auf der IMB in Köln Energiesparkonzepte für Reinigung und Aufbereitung

■ **KÖLN** – Als Markenanbieter für die Bereiche Textilreinigung und Textilaufbereitung präsentierten die Unternehmen Multimatic iLSA Deutschland und Multimatic Maschinen auf der diesjährigen IMB (World of Textile Processing) ihre innovativen Technikkonzepte: Lösungen zur Energieoptimierung für das Sortieren, Verpacken, Finishen und Reinigen, die auf Wirtschaftlichkeit und Leistungsstärke ausgelegt sind.

Die Geschäftsführer der beiden Multimatic-Firmen sind mit dem Ergebnis sehr zufrieden:

»Die IMB war eine erfolgreiche Ausstellung, bei der wir vielen Textilreinigern der Region unsere Neuheiten in Funktion präsentieren konnten«, sagt Dieter Kampmann. Willi Dietrich ergänzt: »Darüber hinaus konnten wir zahlreiche gute Kontakte mit Kunden und Interessenten für unsere Logistik-Lösungen im Bereich Berufsbe- kleidung pflegen und knüpfen.«

Juni 2008 in Frankfurt a.M. vorgestellt, begeistert das Verfahren inzwischen die gesamte Fachwelt. International arbeiten bereits mehr als 600 iPURAs.

Eine weitere Messeinnovation auf der IMB war die neue Version des bewährten Hemdensatzes MaxiShirty, die mit einer integrierten Wärmerückgewinnung den Energieeinsatz drastisch senkt. Dabei steigt die Stückleistung um 25 bis 30 Prozent; gleichzeitig wird das Raumklima deutlich entlas-

Als perfekte Ergänzung der Finishgruppe präsentierte Multimatic die Doppelbein-Hosenpresse P 650 mit dem Topper TP 67



Gut besuchter Messestand auf der IMB in Köln.

In Köln erlebten die Fachbesucher unter anderem die neue Reinigungsmaschine iPURA, die mit einem völlig neuen Konzept massive Energieeinsparungen im Vergleich zur herkömmlichen Reinigungstechnik bietet (siehe auch Berichterstattung iPURA-Club auf Seite 25).

Als weltweit einzige Maschine reinigt iPURA die Ware mit einer patentierten Sprühtechnik statt in Bädern. Erstmals auf der Fachmesse *Texcare International* im

tet. Neu an dieser Weiterentwicklung des MaxiShirty sind zudem das beheizte Schulterelement und die beheizten Manschetten-schlitz-Patschen. Beide Technikdetails machen das Nachbügeln überflüssig, selbst bei höchsten Qualitätsansprüchen. Während der Live-Vorführungen wurden die Hemden in einer Waschschleudermaschine MultiWash von *Girbau* gewaschen; beheizt wurde die gesamte Installation mit einem Elektro-Dampferzeuger von *Ghidini*.



Der neue MaxiShirty mit integrierter Wärmerückgewinnung (unten).

sowie dem Garderobenformer 467 mit seinen vielfältigen Anpassungsmöglichkeiten an Schnittform und Material der Ware.

Für den Bereich Logistik zeigte der Meller Gesamtausrüster eine Sortieranlage für hängende Bekleidung mit angeschlossener Verpackungsmaschine von *Metalprogetti*. Durch die neuartige Lagerung der Folienrolle, oberhalb des Zugschlittens, entfällt die übliche, aufwändige Tunnelbauweise, was wiederum den Anschaffungspreis senkt und sowohl Transport als auch Einbringung erleichtert. Die Maschine schafft 600 Verpackungen pro Stunde und kann mit einer automatischen Etikettier-Einrichtung ausgestattet werden. »Wir freuen uns, dass wir auf der IMB wieder einmal überzeugende Techniklösungen für unterschiedliche Anwendungsbereiche präsentieren konnten«, resümiert Dieter Kampmann.

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

## Leistungen genau definieren und vermarkten

# Qualitätsreinigung durch gezielten Produkteinsatz

■ **KRIFTEL** – Wie steht es um die Qualität in der klassischen Textilreinigung? Wie können Betriebe ihre Reinigungsqualität optimieren und damit die Kundenzufriedenheit erhöhen? Thomas Bach, Leiter Anwendungstechnik im Hause SEITZ, Kriftel, sieht die Lösung in der konsequenten Qualitätssteigerung durch gezielten Produkteinsatz und das Angebot an Textilausrüstungen. Der Nutzen dieser Zusatzleistungen müsse jedoch offensiv kommuniziert bzw. vermarktet werden.



Foto: atelier torino

*Perfekt ausgerüstet: Aktuelle Businessmode für den modebewussten Mann.*

Weg von der Einheitsqualität, hin zum differenzierten Leistungsangebot, so lautet Thomas Bachs Appell. Für den Kunden wahrnehmbare Unterschiede gebe es in der professionellen Textilpflege oftmals nur durch die Bügelqualität. Eine kritische Behandlung der Textilien, mit exakt auf Warenart und Verschmutzung abgestimmten Produkten, sei jedoch die Voraussetzung für perfekte Reinigungsergebnisse. Die adäquaten Hilfsmittel sollten bereits während der Vordetachur und der, in der Vergangenheit eher vernachlässigten, Nachdetachur punktuell eingesetzt werden.

»Anbürstmittel mit integriertem Geruchsabsorber, wahlweise mit und ohne Wasser, eliminieren darüber hinaus unangenehme Gerüche und bieten den gewünschten Frischeeffekt.« Für die Grundreinigung empfiehlt Thomas Bach leistungsfähige Reinigungsverstärker: »Bei starker Verschmutzung anionische RV, die der Ware gleichzeitig einen festeren Griff verleihen; für weniger verschmutzte Textilien einen kationischen RV, der wiederum für einen weicherer Griff sorgt.«

### **Klassische Zusatzleistungen in der Profipflege**

Zur Qualitätsreinigung gehöre generell die Erneuerung der Ausrüstungen bzw. das Angebot der entsprechenden Zusatzleis-

tung: »Eine antistatische Ausrüstung beispielsweise vermeidet eine Vergrauung und Verflusung der Ware und bleibt selbst während des Gebrauchs des Kleidungsstücks erhalten. Die Appretur (Stärke) verleiht dem Textil einen vollen Griff, sollte allerdings möglichst elastisch sein, um

Knitter zu vermeiden. Ein harter Griff führt beim Tragen zur schnelleren und stärkeren Faltenbildung. Durch eine Avivage erhalten Textil einen weichen, voluminösen Griff. Die so genannten Weichmacher werten u. a. die Profipflege von Strickwaren auf und vermitteln außerdem einen antistatischen

**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.

Fortsetzung von Seite 11

Effekt. Die klassische Zusatzleistung in der Textilreinigung, die Hydrophobierung (Imprägnierung) erhöht die Grenzflächen-spannung zwischen Textil und Wasser: das Wasser bildet Perlen und bleibt auf der Oberfläche. Um dieses Ziel zu erreichen werden Parafin-, Fluorcarbonharz- und Siliconprodukte eingesetzt, Parafine und Fluorcarbonharze zur Nachausrüstung und Silicone für eine Erstausrüstung. Da Hydrophobierungen nicht dauerhaft beständig sind, müssen sie nach der Reinigungsbehandlung erneuert werden. Tenside, Avivagen und antistatische Ausrüstungen wirken einer Hydrophobierung allerdings entgegen und müssen daher vor dem Ausrüsten vom Textil entfernt werden.

Für spezielle Fleckschutz-Ausrüstungen werden ebenfalls Fluorcarbonharze eingesetzt. Sie erzeugen eine Hydro- und Oleophobierung, also eine wasser- und fett abweisende Wirkung. Verfleckungen können nicht ins Textil eindringen, eine spätere Reinigung wird somit erheblich einfacher. Hygienische (mikrobizide) Ausrüstungen werden heute in der Konfektion häufig in Form von Silberfäden oder -ausrüstungen aufgebracht. Sie sind sowohl wasch- als auch reinigungsbeständig; eine Nachrüstung in Wasser ist möglich.«

Überholt habe sich laut Bach der Mottenschutz. »Die ehemals eingesetzten Fraßgifte konnten nur unzureichend auf den Textilien fixiert werden.«

Selbst die beste Ausrüstung werde jedoch vom Kunden nicht verlangt, wenn dieser nicht über ihren Nutzen informiert sei. Hier brauche es, neben der Personalschulung für eine verkaufsfördernde Kundenberatung, gezielte Werbung, verständliche Preislisten im Laden und, im Optimalfall, eine direkte Zusammenarbeit mit dem Einzelhandel am Ort.

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



## Kernkompetenzen der Textilreinigung Hemdenwäsche mit Glücksfaktor

■ **BONN** – In diesem Jahr stehen die Kernkompetenzen der Textilreinigung im Fokus der DTV-Branchenkampagne. Die Reinigung klassischer Obergarderobe ist Programm: Nach den Themen Leder- und Outdoormode (März) und Oberbekleidung bzw. Businessmode (Juni) geht es im kommenden Herbst um die gezielte Werbung für die Hemdenwäsche. Bereits im vierten Aktionsjahr sorgen die Sponsoren der Imagewerbung (BÜFA, Kreussler, Multimatic und SEITZ) dafür, dass alle interessierten Textilpflegebetriebe viermal jährlich mit den Werbeplakaten und Druckvorlagen für die Anzeigen und Werbeflyer arbeiten können.



Plakatmotiv der Branchenwerbung im September 2009

Der Slogan des Herbstplakates 2009 sagt es deutlich: Wer die Reinigung seines Vertrauens für die Wäsche seiner Hemden gefunden hat, ist eine Glückspilz und hat einfach Schwein gehabt. Textilpflegebetriebe, die auf ihren Hemdenservice aufmerksam machen wollen, können im Herbst die neuen Gratiswerbemittel der Branchenkampagne nutzen.

»Wir wollen, dass unsere Kunden erfolgreich sind«, betont Multimatic-Geschäftsführer Dieter Kampmann, der die Branchenwerbung vom ersten Tag an konzeptionell und in der Umsetzung unterstützt hat. »In einer derart kleinen Branche wie unserer müssen wir unsere Kräfte bündeln. Alles, was wir einzeln oder in der Gemeinschaft für ein besseres Image der Textilreinigung tun, stärkt die Akzeptanz unserer Dienstleistung.«

Die Textilreinigung als zeitgemäße Dienstleistung nachhaltig zu präsentieren, ist die Intension der DTV-Branchenkampagne, die bereits als vierte Jahresstaffel läuft. Für den Wiedererkennungseffekt sorgt der Schriftzug Reiniger@work (siehe auch [www.reiniger-at-work.de](http://www.reiniger-at-work.de)), gleichzeitig Titel der von Multimatic ins Leben gerufenen Verbraucherinformation, die mittlerweile vom SN-Fachverlag, Hamburg, herausgegeben wird. In 2009 startete die länderübergreifende Gemeinschaftswerbung im März mit einer neuen Themenausrichtung, die sich auf die Kernprodukte der Textilreinigung konzentriert: Leder- und Outdoormode (März), Oberbekleidung (Juni), Hemden (September) und Abendmode (Dezember). Textlich wurde die Plakatreihe neu akzentuiert. Der für Verbraucher geläufige Begriff Reinigung steht im Vordergrund und wird mit dem Nutzen der Dienstleistung in Verbindung gebracht.

### Werbemittel als Download

Zahlreiche Unternehmerinnen und Unternehmer schätzen seit Jahren die Kontinuität, die Wiedererkennung (Corporate Identity) und den Kalendereffekt der professionellen Gratiswerbemittel für ihre Image- und Aktionswerbung: DIN-A-1-Aktionsplakate, die vom Außendienst der Firmen BÜFA, Kreussler, Multimatic und SEITZ zur Verfügung gestellt werden, sowie Druckvorlagen für Anzeigen und Flyer, einschließlich eines Presstextes für die regionale Öffentlichkeitsarbeit.

Sie stehen als Download auf der DTV-Homepage ([www.dtv-bonn.de](http://www.dtv-bonn.de)) bereit oder können auf einer CD beim DTV angefordert werden.

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

## Maßgeschneidert dosieren & reinigen



■ **GRONAU** – Immer mehr Textilpflegebetriebe setzen das BÜFA ModulDOS ein, um ihre Textilreinigung im Lösemittel PER oder KWL zur Perfektion zu bringen. Als qualitätsorientierter Unternehmer hat sich auch Martin Tüpker dafür entschieden.

Seit 11 Jahren ist er Inhaber der elterlichen Wäscherei Beine-Tüpker im Münsterland. Qualität und Kundenzufriedenheit stehen für ihn an erster Stelle. In der Fachpresse hatte er über die Innovation zur optimalen Hilfsmitteldosierung gelesen und sich umgehend mit den BÜFA-Beratern ausgetauscht. Alle Argumente und die Praxisberichte von Kolleg/innen überzeugten ihn. Im Praxiseinsatz bewährte sich die Anlage; die Mitarbeiterinnen im Finishbereich bestätigten einen kontinuierlichen Rückgang von Rückläufern. Das wiederum unterstreiche den gewünschten Kurs in Richtung größtmögliche Kundenzufriedenheit.

»Ich möchte das BÜFA ModulDOS-System nicht mehr missen«, sagt Martin Tüpker heute. »Es trägt wesentlich dazu bei, optimale Reinigungsqualität zu gewährleisten, gleichzeitig sparen wir Zeit und Kosten.«

Und so funktioniert ModulDOS: »Über externe Pumpen werden die gewünschten Additive im richtigen Moment und in exakter Menge, in der entsprechenden Phase des Reinigungsprozesses, dosiert. Das Resultat ist eine erheblich verbesserte Reinigungsqualität und Arbeiterleichterung. Ein Anbürsten kann weitestgehend entfallen, der Bügelaufwand wird deutlich gesenkt. Mit ModulDOS können wir jetzt auf jede Faserart individuell und mit maßgeschneiderten Produkten eingehen«, kommentiert der zufriedene Anwender.

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

## BÜFA Reinigungssysteme mit neuen kundenorientierten Vertriebsstrukturen

■ **OLDENBURG** – Anfang des Jahres wurde Dominique Suttheimer die Gesamtvertriebsleitung für den Wäscherei- und Textilreinigungsmarkt der BÜFA Reinigungssysteme GmbH & Co. KG, Oldenburg, übertragen. Seit vielen Jahren ist der Diplom-Ingenieur bereits für das Exportgeschäft von BÜFA Reinigungssysteme verantwortlich. Neben umfangreicher Vertriebs- und Führungserfahrung bringt er fundiertes Wissen aus der Branche mit.

Zu seiner Unterstützung für das Geschäftsfeld in Deutschland wurden mit Ralf Köster und Peter Schwarz zwei langjährig erfolg-

reiche Bezirksleiter aus den eigenen Reihen berufen.

Neben den Aufgaben für das Key Account Management verantworten sie das Produktmanagement. Den Schwerpunkt *Wäschereihygiene* betreut Ralf Köster; Peter Schwarz das Segment *Textilreinigung*.

Textilreinigermeister Peter Schwarz organisiert und referiert darüber hinaus sehr erfolgreich Nassreinigungsseminare im Hause Multimatic (siehe auch Seite 17). Beide Herren nehmen somit eine wichtige Schlüsselrolle bei BÜFA Reinigungssysteme ein.

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

Ihre Kunden werden  
begeistert sein!

**BÜFA**

**BÜFA ModulDOS**

bringt Textilpflege zur Perfektion!

Das  
Original!

- kostensparend
- zuverlässig
- vielfältig
- sicher
- materialschonend



**BÜFA Reinigungssysteme GmbH & Co. KG**

August-Hanken-Straße 30 · 26125 Oldenburg

Telefon 0441 9317-251 · Telefax 0441 9317-100 · [www.buefa.de](http://www.buefa.de)

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

## Damit die Proportionen stimmen: Girbau 6er Serie jetzt noch intelligenter

■ **VIC/BARCELONA** – Bereits in der letzten Ausgabe informierte MultiVision darüber, dass der spanische Maschinenhersteller Girbau seine Waschsleudermaschinen-Bauserie HS6 optimiert und durch einen weiteren Typ mit höherer Beladekapazität ergänzt hat. Um den Verbrauch an Wasser und Hilfsmitteln zu reduzieren und gleichzeitig die Waschqualität zu verbessern, fügte Girbau der Inteli-Steuerung nun eine so genannte Proportionen-Funktion hinzu.



Was kompliziert klingt, ist in der Praxis ganz einfach: die neue Inteli-Steuerung mit Proportionen-Funktion. (Foto Girbau)

Mittlerweile gibt es die ersten Erfahrungen aus der Praxis mit der neuen HS-6023, die pro Charge bis zu 23 Kilogramm Trockenwäsche bearbeiten kann. In ihrer mechanischen Grundstruktur (Trommel, Lagerkasten, Rahmen und Verkleidung sowie Dichtungstechnik) entspricht sie der Vorgängerserie.

Die robuste und zuverlässige Konstruktion seiner neuen, ersten Girbau-Maschine bestätigt unter anderem Thomas Körber, Inhaber der Großwäscherei Bitterfeld. Die Maschine laufe sehr stabil und schleudere ausgesprochen ruhig. Er sei vor allem von der neuen Steuerung begeistert. Allein die bereits integrierten 20 Programme reichten vollkommen aus, um den wesentlichen Bedarf zu decken; es müsse nicht notwendigerweise nachprogrammiert werden. »In unserem Betrieb fahren wir sieben bis acht Chargen täglich, die Waschergebnisse sind einfach hervorragend, wir sind absolut zufrieden mit unserer Entscheidung für Girbau.«

Bereits gute Erfahrungen hatte Michael Trudrung, Inhaber der Textilpflege Trudrung, Friedrichsdorf, als er sich in diesem Jahr für die Investition in die neue, optimierte Version HS-6023 für seinen Stammbetrieb entschied.

Insgesamt betreibt er drei Textilreinigungsbetriebe im Raum Frankfurt. »Die Maschine läuft in unserem Stammbetrieb den ganzen Tag in voller Auslastung, da müssen wir uns auf Stabilität und Zuverlässigkeit einfach verlassen können. Wir sind absolut zufrieden, die optimierte Steuerung vereinfacht nicht nur das Handling, sondern auch den Betriebsablauf. Für uns ist außerdem die Vielseitigkeit der Maschine wichtig. Alles, was waschbar ist, wird damit bearbeitet.«

Wer sich für eine Girbau-Maschine der 6er Serie entscheidet, hat die Wahl zwischen den Steuerungsversionen Inteli, Logi und Coin. Um den Verbrauch an Wasser und Waschmittel nun noch einmal zu reduzie-

ren und eine noch bessere Waschqualität zu erzielen, hat Girbau der Inteli-Steuerung eine Proportionen-Funktion hinzugefügt. Juan De Cruz erklärt: »Was kompliziert klingt, ist in der Realität ganz einfach: Bevor ein Waschprogramm durch die Inteli aktiviert wird, fragt die Steuerung nach dem aktuellen Beladegewicht der zu bearbeitenden Charge. Der dann vom Betreiber eingegebene Wert wird in Beziehung zur tatsächlichen Beladekapazität der Maschine gesetzt. Inteli errechnet anschließend die Mengen an Wasser und Waschsubstanzen, die erforderlich sind und schließlich real dosiert werden, um ein optimales Resultat zu erzielen. Bei einer Unterbeladung der Waschsleudermaschine können auf diese Weise deutliche Medien- und Energieeinsparungen erzielt werden.«

Der Girbau Deutschland Chef erläutert weiter am Beispiel einer HS-6017 (für eine Beladekapazität von 17 Kilogramm Trockenwäsche), die mit 13 Kilogramm Wäsche beladen wird: »Wenn die Inteli-Steuerung aufgrund der Maschinenbedienung den Befehl 13 kg erhält, zieht die Maschine für exakt 13 Kilogramm Ware die erforderlichen Mengen an Wasser und Waschmittel.« Diese neue Funktion aktiviere somit Einsparpotentiale und trage zur weiteren Verbesserung der Waschergebnisse bei, indem für die Bearbeitung von 13 Kilogramm Wäsche die mechanische Energie einer 17-Kilogramm-Maschine eingesetzt werde.

Die neue Software ist Standard bei allen Maschinen mit Inteli-Steuerung, die ab Mai 2009 ausgeliefert wurden (für die Modelle HS-6013, HS-6017, HS-6023, HS-6040, HS-6057 und HS-6110). Bei bestehenden Inteli-Maschinen kann sie durch ein entsprechendes Software-Update nachgerüstet werden.

Weitere Informationen:

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

## Der Weg zum perlenden, reinen Lösemittel Reise ins Innenleben einer Filterkartusche

■ **SCHWARZENBEK** – Die Suede-Life Germany Vertriebs GmbH & Co. KG bietet neue, verbesserte Kartuschen für die Filtration von Lösemitteln an, die nach Firmeninformationen noch exzellente Ergebnisse erzielen. In der **MultiVision** erläutert sie jetzt Aufbau und Funktion ihrer optimierten Produkte:

Im Lösemittel schwimmen unlöslicher Schmutz, Flusen, superfeine, lösemittellösliche Farbpartikel, Wassertropfen sowie wasserlösliche Farbpartikel. Gemeinsam umrunden sie die KLEEN-RITE Lösemittel-filterkartusche, bereit, an der gefalteten Filteroberfläche zu stoppen: Flusen und grober, unlöslicher Schmutz werden durch das Filterpapier mit kleinsten Poren am Eindringen gehindert. Eine Spezialbehandlung des Papiers macht es resistent gegen Aufweichen in Wasser oder in anderen Lösemitteln. Die vergrößerte Oberfläche maximiert die Lebenserwartung der Kartuschen.

Der Metallzylinder, ein direkt hinter dem Filtermedium liegendes, perforiertes Rohr, reguliert den unterschiedlichen Druck, der entsteht, wenn Lösemittelflüssigkeit versucht, das Filterbett zu durchdringen. Diese Konstruktion ist sozusagen der Schlüssel zum sauberen Lösemittel und exzellenter Schmutzbeseitigung im Filterbett.

Während des Sorptionsvorganges werden die lösemittellöslichen Farbstoffmoleküle von der leistungsfähigen Aktivkohle aufgenommen. Durch eine besondere Vorrichtung wird dieses Filterbett befüllt und durch Vibration auf einer bestimmten Frequenz sichergestellt, dass die Aktivkohle-/Bleicherdepartikel jeder Kartusche so dicht wie möglich zusammen liegen. Dreifache Staubabsaugung garantiert die Beseitigung sämtlichen Kohlenstaubs. Wassertropfen, die nicht von der Aktivkohle berührt wurden, werden durch die Bleicherde, zusammen mit wasserlöslichen Farbpigmenten, aufgenommen. Fettsäuren werden von der Oberfläche der Bleicherdepartikel adsorbiert und bleiben dort, bis die Kartusche ausgewechselt wird. Lösemittel mit übermäßigem Feuchtigkeitsanteil wird trüb und milchig; die Bleicherde nimmt daher das überschüssige Wasser auf, bis sie an ihre

Grenzen von +/- 50 % ihres Gewichts stößt. So verhindert sie schließlich das Einlaufen des Reinigungsgutes sowie eine Geruchsbildung; das Lösemittel bleibt trocken und neutral. Die perfekt versiegelten Deckel der Filterkartuschen sowie das Kartuschenpapier geben zusätzliche Sicherheit.



*Die neuen Filterkartuschen für eine bestmögliche Lösemittelreinigung.*

Wenn die Lösemittelzusätze auf dem korrekten Niveau gehalten werden, können die KLEEN-RITE Filterelemente das Lösemittel über Wochen rein halten und es wird selbst ohne Destillation nicht sauer. Da sämtliche Filterrohre parallel laufen, wird jeder Quadratzentimeter des Filtermediums genutzt; jeder Kubikzentimeter des Filterbettes nimmt Verunreinigungen auf.

Durch die Mittelröhre der Kartusche führt die Reise des frisch gefilterten Lösemittels zurück in die Maschine, wobei die Lösemittelgeschwindigkeit während der Filtration und der Purifikation eine wichtige Rolle spielt. Je langsamer das Lösemittel durch das Filtermedium fließt, umso einfacher sind Flusen und größere Schmutz-

partikel zu stoppen. Ein langsamer Fluss bedeutet eine einfachere Aufnahme der Fettsäuren durch die Bleicherdepartikel. Außerdem kann sich Schmutz, der zu fein für das Filterpapier ist, besser in dem Bleicherde/Aktivkohle-Bett festsetzen. Das Ergebnis ist perlendes, reines Lösemittel.

Gegen Anwendermüdigkeit empfiehlt Suede-Life nach 40jähriger Beobachtung von Reinigungssystemen:

- KWL-Lösemittel permanent zirkulieren lassen
- Ein-Bad-Flotte mit exakten Zugaben von Reinigungsverstärkern etc.
- Einsatz exakt arbeitender Filter in der richtigen Größe
- Verzicht auf Destillation bei Straßenkleidung
- 3 Sortierungen nach weiß/hell, mittel/hell bis mittel/dunkel und dunkel, mit Ausnahme von Arbeitskleidung.

Ein Einbad-Prozess mit permanenter Filtration sei für normale Kleidung wesentlich effizienter und aufgrund der damit verbundenen Energieeinsparungen sehr umweltbewusst.

Suede-Life

GERMANY

Vertriebs GmbH & Co. KG

Grabauer Straße 41-43  
21493 Schwarzenbek

Tel: 04151 84050  
Fax: 04151 840519

Vertrieb Europaweit via UPS

## Werterhalt bleibt Trend

# Erfolgreich mit der professionellen Textilpflege

■ Obergarderobe, wie wir sie noch vor Jahren kannten, gibt es in ihrer klassischen, ausgeprägten Form nicht mehr. Sie ist heute im Bereich der gehobenen Mitte positioniert. Mode und Kleidung haben für ihre Träger/innen einen hohen Stellenwert; ihr Outfit muss stets gepflegt und vorzeigbar sein. Eine ausbalancierte Mischung aus Business und entspannter Sportlichkeit spiegelt sich in der Reichhaltigkeit der Textilien am Markt wieder. Dieser modischen Vielfalt gerecht zu werden, ist Tagesgeschäft der Textilreinigungen. Wer darüber hinaus seine Kunden mit Dienstleistungsqualität bis ins Detail begeistert, ist mit der Textilreinigung auch in Zukunft erfolgreich.

In die Betriebe kommen aufgrund eines qualitätsbewussten Einkaufsverhaltens der Verbraucher raffinierte Blazer, elegante Röcke, Strickbasics aus Baumwolle/Kaschmirmischungen sowie Textilien mit modischen Design- und Detailideen.



Foto: Gill Bret

Ganz gezielt werden heute hochwertig verarbeitete Textilien mit exklusiven Highlights und liebevoll gearbeitete Details (kleine Kräuselungen, stoffbezogene Perlen, Ausbrenner, etc.) veredelt. Jedes Kleidungsstück bringt etwas Besonderes mit sich, um die persönliche Individualität zu unterstreichen.

Grundvoraussetzung für Kundenzufriedenheit, aus der schließlich Begeisterung wächst, ist die Qualität der Grundreinigung und des Finishes. Moderne Oberbekleidung erfordert aufgrund von Materialbeschaffenheit, Konstruktion bzw. Konfektion und verarbeiteten Accessoires eine sach- und vorschriftsmäßige Behandlung in der Textilreinigung, um Struktur- und Maßänderungen zu vermeiden. Von der Warenannahme über die Reinigung, bis hin zur abschließenden Bügelarbeit, sind diese Textilien mit besonderer Aufmerksamkeit zu behan-

deln. Insbesondere bei wollhaltigen Artikeln entscheiden Qualität der Fasern und Konstruktion der Textilien über die Wahl des Reinigungsverfahrens (Mechanik, Flottenstand, Trocknungstemperatur, etc.) und darüber, welches Lösemittel verwendet wird. Lose gedrehte, flauschige Garne sind gegenüber mechanischer Einwirkung sehr empfindlich, daher ist hier unbedingt ein Schonverfahren zu wählen.

Eine Vordetachur sollte nicht in Frage kommen, da die Reibung eine veränderte Oberflächenstruktur verursachen kann.

Stabil gegenüber mechanischer Beanspruchung ist hingegen ein Sakko aus hochwertigem Kammgarn; allerdings muss hier auf die Frontfixierung geachtet werden. Es gibt zwei Arten der Frontfixierung: bei der Mehrzahl der Sakkos/Anzüge sind die unterschiedlichen Lagen miteinander verklebt. Der Vorteil ist die preisgünstige und schnelle Verarbeitung, der Nachteil kann bei unsachgemäßer Reinigung die Bildung von Bläschen sein. Im hochwertigen Konfektionsbereich sind die unterschiedlichen Lagen der Frontfixierung in der Regel miteinander vernäht und stellen daher kein Problem für die Reinigung dar. Zur eigenen Absicherung ist allerdings zunächst davon auszugehen, dass es sich um die geklebte Variante handelt.

### Nassreinigung selbst für empfindliche Ware

Je nach Art und Grad der Verschmutzung ist die Entscheidung zu treffen, in welchem Lösemittel gereinigt wird:

- Tee, Rotwein, Obstflecken, Blut und Straßenschmutz z.B. sind wassergebundene Flecken und daher – bei Verwendung geeigneter Hilfsmittel – gut nass zu reinigen
- Make-up, Remoulade und Schuhcreme

werden mit Per bzw. KWL und einem passenden Reinigungsverstärker problemlos herausgelöst.

So kann auch ein Kaschmirpullover bei Unterbelastung und reduzierter Mechanik schonend in der Nassreinigung gepflegt werden, und zwar mit hervorragendem Endergebnis.

Unkomplizierte Seidenartikel lassen sich im organischen Lösemittel mühelos reinigen: Die Ware wird zu relativ leichter Garderobe dazu sortiert und im Reinigungsverfahren für empfindliche Textilien behandelt. Auch hier empfiehlt sich der Verzicht auf eine Vordetachur, saure Tannin-Detachiermittel können Faser und Färbung schädigen. Grundsätzlich gilt für gravierende, wassergebundene Verfleckungen, das ganze Kleidungsstück nass zu behandeln, um dadurch eine gleichmäßige Faser- bzw. Farbstruktur zu erhalten.

Bei empfindlichen Materialien und anspruchsvoll konfektionierter Ware scheuen selbst viele erfahrene Profis den *Weg ins Wasser*, aus Angst vor überproportionalem Finishaufwand.

Die Knitterbildung ist allerdings dank einer warespezifischen Verfahrenstechnik und der speziellen Ausrüstung im letzten Bad so gering, dass der Finishaufwand auf ein Minimum reduziert werden kann. Das Reinigungsverfahren sollte so gewählt sein, dass es den Bedürfnissen des Verbrauchers nach sauberer, geruchsneutraler und tragefreundlicher Kleidung entgegenkommt. Zum Service für Businesskleidung gehört daher ein Gewebeschutz. Der dadurch gegebene höhere Tragekomfort wird vom Verbraucher als Dienstleistungsnutzen wahrgenommen: Die Textilreinigung sorgt dafür, dass die Lieblingsstücke einfach länger schön bleiben. *Dipl.-Ing Pamela Krix*

## Fortbildung für kundenorientierte Dienstleister Wir reden konsequent von der Nassreinigung!

■ **MELLE** – »In der professionellen Textilpflege sprechen wir ganz bewusst von der Nassreinigung. Waschen können die Menschen zu Hause«, so das Credo der Textiltechnikerin Dipl.-Ing. Pamela Krix von BÜFA. Gemeinsam mit ihrem Kollegen, Textilreinigermeister Peter Schwarz, der Bügelspezialistin Andrea Hering und den Multimatic-Experten gestaltet sie die Fortbildungsseminare im Multimatic-Technikum in Melle.



Peter Schwarz, Dieter Kampmann, Pamela Krix, Andrea Hering und Ewald Brinker (v.l.n.r.)

»Die Nassreinigung, oder international Wet-Clean-Verfahren, ist ein etabliertes Segment in der Textilpflege, dessen Möglichkeiten wir einfach noch besser ausschöpfen müssen«, unterstreicht Gastgeber und Initiator der Fortbildungsreihe Dieter Kampmann. Im Verkaufsgespräch konsequent von der Nassreinigung zu sprechen, kennzeichne das entscheidende Alleinstellungsmerkmal.« »In den kommenden Seminaren werden wir uns noch gezielter der Vermarktung der Nassreinigung widmen.«

Diese sind für den 20. Juni, 29. August und 21. November 2009 geplant; im modernen und umfassend ausgestatteten Multimatic-Technikum in Melle stehen auch dann wieder die auf die Nassreinigung spezialisierten BÜFA- und Multimatic-Referenten zur Verfügung. Die Macher der Nassreinigungsseminare, wie sie die Fachpresse nennt, sind längst ein eingespieltes Team, das mit jedem Seminar seine Kompetenz erweitert.

Teilnehmer/innen bestätigen die Qualität der Fachseminare, die sich als ein fester

Bestandteil in der Fortbildungslandschaft unserer Branche etabliert haben. Sie bieten sowohl Unternehmer/innen als auch deren Mitarbeiter/innen die Möglichkeit zur praxisorientierten Weiterbildung. Einsteigern vermitteln sie kompaktes Grundlagen-Know-how und konkretes Praxiswissen.

»Seit der Fortbildung weiß ich, dass ich selbst anspruchsvolle Oberbekleidung mit gutem Gewissen nassreinigen kann«, bestätigt z.B. Martin Tüpker, Inhaber der Wäscherei Beine, Gronau. »Für mich wäre es vorher undenkbar gewesen, beispielsweise einen Kaschirmantel in die Nassreinigungsmaschine zu geben.« Erst jetzt sei ihm bewusst, dass er mit einem vollends ausgereiften System arbeite. Die richtige Kombination aus Profitechnik und fundiertem Fachwissen biete ihm nun ungeahnte Perspektiven. Ihr auf den neuesten Stand gebrachtes Fachwissen konnten auch Annette Kuhl und Peter Winkelmann aus Nordhorn ihren Mitarbeiter/innen vermitteln. Außerdem hätten sie nicht nur sehr viel gelernt, sondern auch sehr viel Spaß gehabt. In angenehmer und lockerer Atmosphäre unter Gleichgesinnten lerne es sich einfach leichter. rjw

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

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

# Effizienter denn je.“ “Kleen-Rite Filterelemente.

- einfachste Handhabung
- bestes Preis-Leistungsverhältnis
- Bestnote für Absorption, Filtration und Decoloration
- Top Lösemittelqualität
- hervorragendes Reinigungsergebnis
- für alle Maschinentypen
- Vertrieb Europaweit





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

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



## Exklusiv-Reinigung Höh Mannheim

# Gelebte Wertschätzung schafft Spitzenleistungen

■ **MANNHEIM** – Das Buch ›In search of excellence‹ (Auf der Suche nach Spitzenleistungen) von Waterman und Peters ist nach 20 Jahren noch immer ein Bestseller über herausragende Unternehmensführung. Wer Spitzenleistungen in unserer Branche sucht, findet sie in der Tattersallstraße 26 in Mannheim. Elfriede Kehrer-Lorenz und Gerhard Sperner, Inhaber der Firma Höh, sind der Perfektion sehr nahe gekommen und arbeiten kontinuierlich daran, ihre Dienstleistungen weiterhin zu optimieren: Ob Technik oder Marketing, Reinigungs- und Detachur-Verfahren, Kostenkontrolle oder Werbung, Arbeitsabläufe oder Personalführung, sämtliche Bereiche stehen täglich auf dem Prüfstand. Das Ergebnis ist ein nahezu reibungsloses Zusammenspiel im System Höh.



Weißer Polos mit dem Höh-Logo unterstreichen den Team-Gedanken (vorne links: Elfriede Kehrer-Lorenz).

Wer den Betrieb besichtigt, spürt sofort: Die 14 Mitarbeiter/innen sind stolz auf ihre Arbeit; weiße Polos mit dem Höh-Logo unterstreichen den Team-Gedanken. Fast jede Kraft kann bei Bedarf an allen Arbeitsplätzen einspringen. »Unsere Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sind uns sehr, sehr wichtig«, erklärt die Inhaberin. »Wir legen großen Wert darauf, dass auch unsere ›Neuen‹ menschlich in das Team passen.« Sie werden von den erfahrenen Kolleg/innen an möglichst allen Arbeitsplätzen sorgfältig eingearbeitet; die Chefin selbst

überprüft in kurzen Zeitabständen deren Fortschritte. Dadurch erkennen beide Seiten sehr schnell, ob ein harmonisches Miteinander möglich ist. »Weil wir hier keine Kompromisse eingehen, haben wir den Stab, den wir uns wünschen und unsere Mitarbeiterinnen den Arbeitsplatz, der ihnen, neben dem Einkommen, täglich Freude und Anerkennung bringt.« Gerhard Sperner unterstreicht diese Wertschätzung jeden Tag mit einem kleinen Ritual im gemütlichen Aufenthaltsraum oder auf der Dachterrasse: Er serviert den Pausen-Tee,

individuell nach den jeweiligen Vorlieben zubereitet.

Bei Höh werden fast alle Kunden zu Stammkunden, die namentlich begrüßt werden. Die Chefin persönlich steht von morgens bis abends am Ladentisch, unterstützt von gut ausgebildeten Mitarbeiterinnen. Alle Kunden erfahren ungeteilte Aufmerksamkeit, von der Begrüßung bis zur Verabschiedung. Für ein freundliches Schwätzchen bleibt immer Zeit. Mit der gleichen Konzentration nehmen die Verkäuferinnen die Ware entgegen und bespre-

chen mit den Kunden etwaige Besonderheiten. Die sorgfältige Warenschau am Ladentisch wird in der elektronischen Kasse protokolliert und zusammen mit der Lieferzeit auf dem Ticket ausgedruckt. Problemstellen oder Flecken werden mit Schneiderkreide deutlich markiert. So weiß jeder am Vordetachiertisch, was zu beachten ist. Stammkunden kaufen die *HöhCard*, wahlweise in vier Preisstufen zwischen 50 und 300 Euro mit unterschiedlichen Rabattsätzen.

### Stammkunden vertrauen ihrer Reinigung

Klassische Printwerbung betreibt *Höh* nicht, stattdessen gibt es regelmäßige Aktions-tage. »Wir verkaufen uns am Ladentisch und der Kunde spürt, dass wir uns mit der Pflege seiner Garderobe identifizieren.« So lautet die Philosophie des erfolgreichen Reinigungsbetriebes in idealer Lage, nur wenige Gehminuten vom Hauptbahnhof und den belebten Durchgangsstraßen Kaiserring und Reichskanzler-Müller-Straße entfernt. Die Straßenbahn hält fast vor der Ladentür und Haltemöglichkeiten für PKW finden sich immer. Das Eckgebäude mit der *Höh*-Werbung an der Fassade ist unübersehbar. Hier erfolgt die reibungslose Produktion in den Räumlichkeiten im Erdgeschoss. Zusätzlichen Platz für Dampfkessel sowie zum Waschen und Trocknen bietet der Keller. Büros und Aufenthaltsräume sind im Obergeschoss eingerichtet. In den *Höh*-Filialen, einer klassischen, kalten Filiale im Stadtzentrum und einer weiteren Annahmestelle in einem großen Industrie-Unternehmen, wird nach demselben Standard und mit dem gleichen Kassensystem gearbeitet.

*Höh* verbindet altbewährte Ausrüstung mit Hightech-Geräten nach dem neusten Stand der Technik: Ein Vordetachiertisch, zwei 20 kg Per-Maschinen mit gemeinsamer Destillation und eine sehr gut ausgestattete Nachdetachur stehen für die Lösemittelreinigung zur Verfügung. Sie wird ergänzt durch drei Waschmaschinen (22 und 24 kg) mit passenden Trocknern und aufwändigen Programm-Steuerungen für die fachgerechte Nassreinigung. Zusätzlich gibt es im

Keller diverse kleinere Wasch- und Trockner-Einheiten. In der Bügelabteilung werden die Hosen in einer hochmodernen Multimatic-Einheit mit dem Topper TP67 und der vertikalen Doppelbein-Hosenpresse P 650 bearbeitet. »Wir streben keine sensationelle Mengenleistung an, sondern die perfekte, immer gleich bleibende Qualität mit guter Pro-Kopf-Leistung«, erläutert Gerhard Sperner. Die Oberteile werden auf einem Garderobenformer vorgearbeitet und zusammen mit der Flachware an fünf Saug-Blas-Bügelstationen fertig gestellt. Für Hemden und Blusen steht im hinteren Teil des Betriebs ein älterer MultiShirty mit Dreikopf-Pressen zur Verfügung. Im Schaufenster zeigt sich ein Doppel-MaxiShirty RO 880 mit Doppel-Kragen-Manschetten-Pressen RO 550 als besonderer Blickfang. Dieser Rotor ist mit einer größeren und einer kleineren Büste ausgestattet. Gerhard Sperner: »Weil überschüssige Wärme und Feuchtigkeit aus der Bearbeitungskabine abgeführt werden, sind die Arbeitsbedingungen sehr viel besser als bei einer offenen Einheit: keine Hitze, keine Feuchtigkeit und sehr viel weniger Geräusch.« Die fertige Ware wird folienverpackt im Speicherförderer gelagert und direkt vom Ladentisch zur Ausgabe abgerufen. Die Dampfversorgung erledigt ein 320 kg Gas-Kessel. Kühlwasserrückgewinnung ist bei *Höh* ebenso selbstverständlich wie die Tatsache, dass sämtliche Maschinen und Geräte in einem erstklassigen Pflegezustand gehalten werden.

### Kunden schätzen Bequemlichkeit

In der Angebotspalette führt *Höh* alles, was der Privatkunde von einer Textilreinigung erwarten kann, bis hin zur Änderungsschneiderei und – ganz speziell – einem Wasch- und Trockenservice für Haushalts- und Leibwäsche. »Wir konkurrieren mit Waschsalons und Haushaltswaschmaschinen«, weiß Gerhard Sperner, »aber unsere Kunden schätzen die Bequemlichkeit. Sie bekommen ihre Wäsche schrankfertig gelegt. Außerdem arbeiten wir mit Weichwasser; bei der Wasserhärte in Mannheim ist das ein spürbarer Vorteil«. Hemden werden wahlweise auf dem Bügel oder gelegt angeboten; die gefalteten Hemden übrigens

in Boxen aufbewahrt, damit sie bis zum Abholen nicht gedrückt werden. Erst dann werden sie in Papier verpackt und dem Kunden übergeben. Größte Sorgfalt genießen Brautkleider als interessante Umsatzträger, die nach Aufwand berechnet werden. Flachwäsche, Leder und Teppiche gehören zum Produktportfolio und werden von zuverlässigen externen Partnern bearbeitet. Dekos, Betten, Outdoor-Bekleidung, Uniformen der Freiwilligen Feuerwehren, Pferdedecken (in dafür reservierten Maschinen), Flamm-schutz-ausrüstungen, Imprägnierungen, Appreturen und Avivagen macht *Höh* selbst. Zu weiteren Spezialitäten zählen die Bearbeitung von Designer-Sofabezügen von ligne rosé und Reinigungsversuche für Hersteller neuer Textilien.

Als die Königsdisziplin der Textilreinigung betrachten Elfriede Kehrer-Lorenz und Gerhard Sperner die Detachur. »Darin besteht der entscheidende Unterschied zur Do-it-yourself-Methode im Haushalt.« Ehrgeizig wie Detektive gehen sie vor, um schwierige Verfleckungen zu entfernen, ohne das Textil zu ruinieren. »Wenn wir es nicht schaffen, sind wir sicher, dass auch niemand anderer Erfolg haben würde.«

Gerhard Sperner leitet die Bearbeitung, Elfriede Kehrer-Lorenz ist verantwortlich für die Endkontrolle und den Verkauf. Jede Büglerin kennzeichnet ihre fertigen Teile mit einem farbigen Ring; dadurch lässt sich jede Beanstandung schnell zuordnen, nachbessern und für die Zukunft hoffentlich vermeiden. Gerhard Sperner kennt die Textilreinigung von der Pike auf, die damit verbundenen technischen Herausforderungen sind sein Leben. Gemeinsam mit Elfriede Kehrer-Lorenz hat er die *Textilpflege Höh Mannheim GmbH* im Mai 2005 als Gesellschafter-Geschäftsführer übernommen. Seine Geschäftspartnerin hat Betriebswirtschaft studiert und verfügt über umfassende Management-Erfahrungen in der institutionellen Wäscherei. Ihre entscheidende Gemeinsamkeit ist das Streben nach Perfektion; ihre Kund/innen bekommen stets mehr als erwartet. Im Branchenvergleich ist ihr Dienstleistungsniveau in allen Bereichen definitiv Spitzenklasse.

## Friedrich Habermeyer setzt auf Image- und Wertepflege Der ›Blaue Engel‹ als vertrauensbildende Maßnahme

■ **OLDENBURG** – Er sorgt für ein gutes Gefühl beim Kunden: Der Blaue Engel ist die erste und älteste umweltschutzbezogene Kennzeichnung der Welt für Produkte und Dienstleistungen. An der Eingangstür des Textilpflegebetriebes fresh-clean in Oldenburg stärkt er das Vertrauen in die umweltgeprüfte Textilreinigung. Inhaber Friedrich Habermeyer setzt damit ein Zeichen für umweltbewusste, textile Dienstleistungen. Der Imagegewinn lasse sich nicht anhand von Zahlen nachweisen, betont der ebenso erfolgreiche wie erfahrene Unternehmer. Für ihn ist das Umweltzeichen mit Markenwirkung ein Baustein in einem gut überlegten Konzept.



Friedrich Habermeyer: »Wir wissen nicht, inwieweit der Blaue Engel zu unserem Erfolg beiträgt, wir gehen aber davon aus, dass er es tut.«

Der Blaue Engel wurde 1978 auf Initiative des Bundesministers des Inneren und durch den Beschluss der Umweltminister des Bundes und der Länder ins Leben gerufen. Seitdem ist er ein marktkonformes Instrument der Umweltpolitik, mit dem auf freiwilliger Basis die positiven Eigenschaften von Angeboten bzw. Dienstleistungen gekennzeichnet werden können ([www.blauer-engel.de](http://www.blauer-engel.de)).

Reinigungsbetriebe, die einen nachgewiesenen Anteil ihrer Ware mit der Nassreinigungstechnik bearbeiten, können dieses Zeichen beantragen. Friedrich Habermeyer setzte es vor sieben Jahren gezielt ein, um einem alten Standort ein neues, positives Image zu verschaffen.

Mittlerweile ist der Name *fresh-clean* Synonym für moderne, umweltfreundliche Textilreinigung. Der Betrieb auf dem Gelände des familia Einkaufszentrum Wechloy liegt direkt an der Autobahnabfahrt Oldenburg-Wechloy. Wer die A 28 verlässt, wird sozusagen direkt in die Reinigung geleitet. Bequemer

geht es nicht: Vor der Eingangstür gibt es jede Menge Parkraum. Der rund 140 qm große Produktionsbetrieb ist nur 100 Meter Luftlinie von dem schicken, weitläufigen Shoppingzentrum entfernt, das Erlebnis-einkauf auf hohem Niveau bietet. Diesem Anspruch muss und will Friedrich Habermeyer als Dienstleister gerecht werden. Einen weiteren Akzent setzt er jetzt mit der Einführung des FashionCare-Konzeptes von EFIT. Er gehört damit zu den Vorreitern bzw. den ersten fünf Unternehmen in Deutschland, die mit dem FashionCare-Siegel hochwertige Textilreinigung vermarkten.

### Neustart unter erschwerten Bedingungen

Eröffnet wurde der Standort bereits Ende der 70er Jahre, integriert in das EKZ, das schon damals eines der größten im nordwestlichen Niedersachsen war. Der ehemalige Inhaber, ein großes Textilleasingunter-

nehmen, hatte den offenen Betrieb im Supermarkt mit 3 x 20 kg PER-Maschinen ausgestattet. Ende der 80er Jahre, zur Zeit der PER-Hysterie, musste er jedoch geschlossen werden, begleitet von heftigem, lokalen Mediengetöse. Jahre später wurde neu gebaut, mit der Auflage, die Reinigung mehr als 100 Meter vom Supermarkt entfernt, in einem getrennten Gebäude, unterzubringen. Erneut wurde eine PER-Anlage genehmigt und mit 3 x 15 kg PER-Maschinen wieder eröffnet. Allerdings hatte das Image der Textilreinigung allzu sehr gelitten und der Betrieb erzielte nie wieder die erwarteten Umsatzzahlen. Das Textilleasingunternehmen verkaufte schließlich und verabschiedete sich vom gesamten Geschäftszweig Textilreinigung.

### Vorbehalte konsequent ausgeräumt

Friedrich Habermeyer erwarb den Standort und entwickelte eine neue, konsequente Strategie. Hintergrund seiner Überlegun-

gen war es, den typischen Vorbehalten gegenüber der klassischen Reinigung offen-siv entgegen zu treten: dem Vorwurf der zu hohen Preise und der Umweltschädlichkeit. Er investierte in eine 25 kg KWL-Reinigungsmaschine und umfangreiche Nassreinigungstechnik und forcierte das Oberhemdengeschäft mit sehr niedrigen Preisen, um den Umsatz anzuschieben. »Mir war klar, dass der Standort auf Grund der Schließung in der PER-Diskussion ein Imageproblem hatte. Diesem wollte ich durch Abkehr von PER, Hinwendung zu KWL und vor allem zur Nassreinigung begegnen.« Seine Verpflichtung gegenüber Kunden und Umwelt dokumentierte das Signet des *Blauen Engel* für die Nassreinigung, die er im Laufe der Jahre drastisch erweiterte.

### Erfolg dank kluger Preispolitik und Umweltstrategie

Es sei bis heute das einzige, vom Verbraucher verstandene Umweltsymbol, das auch für die professionelle Textilreinigung einen hohen Markenwert besitze. Kein anderes, branchenrelevantes Zeichen habe je den Bekanntheitsgrad und die gewünschte Akzeptanz gefunden. Habermeyer: »Ich will nicht behaupten, dass wir dadurch die entscheidende Mehrzahl an Kunden gewonnen haben. Aber ich sehe es als einen wichtigen Baustein in einem bewusst gewählten Marketingkonzept.« Dieses basiere im Wesentlichen auf einem Vier-Preissystem und einer elektronischen Kundenrabattkarte (Saubercard-System im Corporate Design mit dem fresh-clean Firmenlogo). »Wir realisieren fast 40% unseres Umsatzes damit und erreichen eine sehr hohe Kundenbindung.«

Ein hohe Kundenbindung, davon ist er überzeugt, erziele der Betrieb eben nicht zuletzt durch den *Blauen Engel*. Dieser werde eher subtil, aber stetig wahrgenommen. »Am Anfang kamen Kunden, die sagten: Wir wollen diese Behandlung. Inzwischen scheint es für unsere Kunden selbstverständlich zu sein, dass wir umweltgerecht arbeiten. Verbraucher erwarten heute verantwortungsvolles Handeln gegenüber der Gesellschaft und der Umwelt. Wenn wir als umweltbewusste

Dienstleistungspartner gesehen werden wollen, müssen wir das sichtbar machen.« Aufwand und Kosten (rund 400 Euro pro Jahr) betrachtet er als vergleichsweise gering, insbesondere unter dem Aspekt der Imagewerbung. Letztendlich bleibe das natürlich eine Frage der Überzeugung. Ein echtes Verkaufsargument sei der *Blaue Engel* in jedem Fall gegenüber allen gewerblichen Kunden, die im Rahmen ihres Qualitätsmanagements ihre Dienstleistungspartner gezielt auswählen müssten.

### Qualität und Leistungen aktiv vermarkten

Das Vertrauen in die Leistungsfähigkeit bzw. die Qualität der professionellen Textilpflege soll ab sofort auch das Fashion-Care-Konzept stärken, das *fresh-clean* seit dem 1. Mai anbietet. Im Verkaufsbereich steht eine spezielle FashionCare-Vitrine für die hochwertigen Kleidungsstücke, die nach definiertem EFIT-Standard gereinigt werden. Den perfekten Warenausfall jedes einzelnen Teiles überprüft Textilreiniger Karl-Heinz Schubert, sozusagen als betriebsinterner Qualitätsbeauftragter. Um sicher zu gehen, dass bereits die Grundreinigung höchsten Qualitätsanforderungen gerecht wird, wurde eine innovative Dosieranlage an die 25 kg KWL-Maschine angeschlossen. Das Kühlwasser der Reinigungsanlage wird übrigens 35-gradig und zu 100% zum Waschen verwendet; ebenfalls als Ressourcen sparende Maßnahme. Zur Vermarktungsstrategie von Fashion-Care gehört die direkte Kommunikation mit dem Einzelhandel. Friedrich Habermeyer wird persönlich diesen Dialog suchen und pflegen: »Wir werden sämtliche Einzelhändler in Oldenburg ansprechen und über unseren optimierten Leistungsstandard aufklären.«

### Auslastung aufgrund erweiterter Öffnungszeiten

Aufgrund der zwingend vorgeschriebenen Öffnungszeiten der familia Einkaufswelt (9 bis 20 bzw. 21 Uhr, auch am Samstag) musste Friedrich Habermeyer dafür sorgen, seine Anlagen bzw. seinen Betrieb optimal auszulasten. Eine Steigerung der Auslas-

tung auf 12 Arbeitsstunden wurde durch Fremdversorgung von Annahmestellen, Kleingewerbekunden bzw. Homeservice erreicht, personell organisiert im Zweischichtbetrieb mit insgesamt 10 Mitarbeiterinnen. Der Lieferservice erfolgt in Kooperation und Kostenteilung mit einem Privatkundenwäscher.

»Alles, was das Image der Branche aufwertet, ist gut!«

Bis heute, so Habermeyer, steige die Nachfrage nach Hemdendienstleistungen kontinuierlich. »Zurzeit machen wir in der Spitze bis zu 550 Hemden pro Tag im Stücklohn. Allein dadurch ist die Nassreinigungsanlage, bestehend aus zwei Maschinen (19 + 12 kg), plus 5 kg Waschmaschine stark ausgelastet.« Mit seinem konzentrierten Engagement will Friedrich Habermeyer den Marktveränderungen Rechnung tragen und einen cash flow größer als 20% vom Umsatz erreichen. Der allein sichere ein profitables Überleben, sagt der Unternehmer mit 150-jähriger Unternehmenstradition und weit reichenden Erfahrungen im Rücken. Erfolg sei die Summe vieler und stetiger Bemühungen und der *Blaue Engel* nur ein Baustein in einem überlegten Konzept: »Ich würde mich jederzeit wieder dafür entscheiden!« *rjw*




**VERSORGUNG**

- GEISS PER TR, stabilisiert für die Textilreinigung  
Siedetemperatur: 120 °C
- ISOFIN TEX  
Flammpunkt: 58 °C, Siedebereich: 180 - 188 °C
- KLEEN RITE Filterelemente  
Kleen Rite mini, Kleen Rite 1/2

**ENTSORGUNG**

- PER- und KWL-Destillationsrückstände
- Filterkartuschen
- Flusen, Aktivkohle, Filterpulver, Kontaktwasser

**Reinheit**  
*ist unsere Passion.*



**Richard Geiss GmbH**  
Lüthof 100 | D-89362 Offingen-Donau  
T +49 (0) 82 24 807 0 | F +49 (0) 82 24 807 37 | info@geiss-gmbh.de

## Die erfolgreichsten Franchisenehmer kommen aus der Branche Mit Sicherheit in die Selbständigkeit

■ **HILDESHEIM** – Der Name *fasson* steht seit 1955 für ein Unternehmen in der professionellen Textilpflege, das alle Widrigkeiten der Branchenentwicklung erfolgreich umschiffen konnte. »Unser oberstes Ziel«, so die Inhaber Andreas und Burkard Hammer, »war zu jeder Zeit die Qualitätstextilpflege und ein sauberes, umweltfreundliches Image.« Mit dieser Philosophie und der Perspektive, sich auf dem Dienstleistungsmarkt Textilreinigung erfolgreich selbständig zu machen, bietet die *fasson AG*, Hildesheim, ein branchenspezifisches Franchise-Konzept.



Der frische, saubere Ladenbau im Corporate Design ist einer der Erfolgsfaktoren des *fasson*-Franchisekonzeptes. (Foto: *fasson*)

Die *fasson AG* ist in einer strukturschwachen Region in Niedersachsen beheimatet und war hier nach eigenen Aussagen stets gefordert, mit kleinsten Umsätzen ein vertretbares Ergebnis zu erzielen. Hieraus entstand ein effizienteres, branchenspezifisches Franchisesystem mit der Vorgabe: mit geringen Umsätzen trotzdem Geld zu verdienen und profitable Einheiten mit hohem Umsatz noch profitabler zu machen. Mittlerweile arbeitet *fasson* mit Franchisepartnern aus unterschiedlichen Berufssparten. »Unsere erfolgreichsten Partner kommen allerdings aus der Branche«, betont Andreas Hammer. Ehemalige Mitarbeiter/innen aus Textilreinigungen verdienen heute wesentlich mehr als im

Angestelltenverhältnis. Ein entscheidender Vorteil für die Franchisenehmer sei die Tatsache, dass diese darauf vertrauen könnten, nie alleingelassen zu sein. Vielen Mitarbeiter/innen fehle es am Anfang an Selbstbewusstsein und Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten als Unternehmer/in. Das *fasson* Franchise-Konzept sei jedoch ein ›rundum sorglos Paket‹ für den Einstieg in die Selbständigkeit sowohl für Shops, die nur übernommen werden, als auch für Neugründungen bzw. Neueröffnungen.

Ein zentraler Einkauf und die Buchführung über einen Steuerberater sichere optimale Konditionen und ein Höchstmaß an Transparenz. »Versierte Franchiseexperten bzw. -berater helfen bei der Franchise-

partnerauswahl; Finanzierungskonzepte werden gleich mitgeliefert.« Voraussetzung sei im Prinzip allein der unbedingte Wille, selbstständig arbeiten zu wollen.

Grundsätzlich habe sich *fasson* dafür entschieden, nicht in jedem Shop von vorn anzufangen bzw. mit unterschiedlichen Zulieferern das Rad immer wieder neu zu erfinden. »Die Firmen Multimatic und BÜFA stehen uns als strategische Partner und Vollanbieter sehr nahe« so die Gebrüder Hammer: »Mit ihnen können wir jede Facette des Systems hervorragend abdecken; für jede Situation gibt es die passende Maschine und Verfahrenstechnik.« *fasson* konzentrierte sich in erster Linie auf das System und nicht auf die Frage, wo man noch ein paar Cent einsparen könne.

Die Erfolgsfaktoren des *fasson*-Konzeptes auf einen Blick:

- bedarfsgerechte Shopgrößen, vom reinen Hemdenservice über Agenturen, Shops mit integriertem Dienstleistungsangebot (Schneiderei) bis hin zu 24 Stunden Shoptsystemen
- umweltfreundliche Reinigungsverfahren
- frischer, sauberer Ladenbau im Corporate Design
- kundenfreundliches 5-Preis-System
- ausgeprägte Werbewelt
- Kundenkarte *SauberCard*
- kontrollierte Qualität – als Schlüssel zum Erfolg
- Rahmenverträge für Franchisepartner
- Zentrales Controlling und Buchhaltung

### Unternehmen mit Erfolgsgeschichten

Längst können ehemalige Mitarbeiter/innen ihre Erfolgsgeschichten als Unternehmer/innen erzählen. Eine von ihnen ist Rita Olbrück. *fasson* berichtet: »Die ehemalige Mitarbeiterin einer Hamburger

Reinigung bewarb sich für eine Stelle in einem Betrieb in Lurpup und qualifizierte sich dann aber als richtige Franchisepartnerin. Da sie über keinerlei Eigenkapital verfügte, verpachtete fasson die Filiale an die Franchisenehmerin. Die Textilreinigungsmeisterin setzte alle Möglichkeiten des Systems konsequent um und war nach kurzer Zeit in der Lage, die Reinigung zu kaufen. Durch die weitere Investition in Nassreinigungstechnik konnte sie ihr Dienstleistungsspektrum erweitern und sich u. a. auf die Betten- und Lederwäsche spezialisieren. Vom Erfolg beflügelt, übernahm sie inzwischen einen zweiten Laden in Hamburg, in dem sie ebenfalls beste Betriebsergebnisse erzielt. Da Rita Olbrück auch das fasson Umweltsystem zielorientiert umsetzte, erhielt sie ein Umweltzertifikat der Stadt Hamburg. Und wir sind stolz auf unser dynamisches Vorbild in der fasson Familie.«  
[www.fasson-textilpflege.de](http://www.fasson-textilpflege.de)

## DTV-Verbandstag

### Erfolg ist machbar!

■ **BONN/FULDA** – Der DTV lädt seine Mitglieder und alle Interessenten vom 18. bis 20. September 2009 zum Jahresverbandstag nach Fulda ein. Veranstaltungsort ist das zentral gelegene Tagungshotel Esperanto ([www.hotel-esperanto.de](http://www.hotel-esperanto.de)). Bereits am Vortag finden eine für alle interessierten Mitglieder offene Sitzung des DTV-Ausschusses Marketing und PR statt sowie die Mitgliederversammlungen vom Verein für Öffentlichkeitsarbeit, dem Forschungsverein und dem Versorgungswerk. Auf dem Tagungsprogramm stehen eine Reihe interessanter, aktueller Branchenthemen. Unter der Überschrift »Erfolg ist machbar – gerade jetzt in der Textilreinigungsbranche« stellen Unternehmer/innen ihre Ideen und Konzepte vor. Auch für den diesjährigen Verbandstag konnte der DTV hochkarätige Referent/innen aus Politik und Wirtschaft verpflichten, um seinen Mitgliedern ein anspruchsvolles Programm zu bieten. Wie immer wird der DTV für ein ebenfalls unterhaltsames Rahmenprogramm sorgen.

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

## Branchenspezifisches Qualitätsmanagement Leistungsstärker im Verbund



■ **BONN** – Immer mehr gewerbliche Kunden textiler Dienstleistungsunternehmen fordern ein zertifiziertes Qualitätsmanagementsystem. Bisher standen kleine und mittelständische Unternehmen vor dem Problem, ein zeitgemäßes QM-System in ihrem Betrieb zu installieren. Der erforderliche Zeit und Kostenaufwand schreckte viele ab, diesen entscheidenden Schritt in Richtung Zukunftssicherung zu gehen.

Jetzt bietet der Deutsche Textilreinigungsverband e.V., Bonn, seinen Mitgliedern eine attraktive Alternative zur Einzelzertifizierung: ein branchenspezifisches Qualitätsmanagement-System und eine gemeinschaftliche Zertifizierung unter dem Dach des

Branchenverbandes. »Die Pionierarbeit ist geleistet, wer sich für ein sicheres, nachhaltig angelegtes QM-System interessiert, findet in der Matrixzertifizierung eine einzigartige Branchenlösung«, so Heike Fritsche, Leiterin der Informationsstelle für Unternehmensführung in Bonn.

Das vom DTV mitgestaltete Qualitätsmanagementsystem (QMS) wurde speziell für Wäschereien und Reinigungen auf der Grundlage der DIN ISO 9001: 2008 erstellt. Damit sichere der Verband den bereits durch die ISO anerkannten, hohen Qualitätsstandard mit beachtlichem Imagegewinn für seine Mitglieder. In Zusammenarbeit mit Branchenexperten und im Rahmen eines Pilotprojektes wurde es bereits mit 14 Betrieben erfolgreich umgesetzt. Nach dieser Pilotphase geht der DTV nun in die sogenannte Regelzertifizierung und bietet interessierten Unternehmen die Möglichkeit, sich dem Verbund (Matrix) anzuschließen. »Die neuen Betriebe profitieren zusätzlich von den Erfahrungen der Pilotbetriebe, die wesentlich dazu beigetragen haben, das QMS auf die Praxisanforderungen der Branche abzustimmen«, kommentiert Oliver Ludolph, von Intrasy, der gemeinsam mit Heike Fritsche die externe Leitung der DTV-Matrixzentrale übernimmt.

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

Jetzt weiß ich,  
wie gut ich bin!



Karin Sivris mit ihrer Urkunde als Gewinnerin des Bügelwettbewerbes.

Nun wissen auch ihre Kunden, wie gut sie ist. »Ich wollte einfach wissen, wo ich mit meiner Bügelqualität stehe«, sagt Karin Sivris. Die Unternehmerin belegte den 1. Platz des Bügelwettbewerbes in Rheine. Seit Mai 2007 führt sie die *Fasson Textilpflege* in Rosdorf, in der Nähe von Göttingen, unterstützt durch eine Mitarbeiterin. In der **MultiVision** hatte sie über den Bügelwettbewerb gelesen und sich spontan angemeldet. Heute freut sie sich über ihren besonderen Erfolg. Dieser schlug dank der anschließenden Berichterstattung in der regionalen Tageszeitung riesige Wellen. »Ja, viele Stammkunden haben gratuliert und ich habe etliche Neukunden hinzu gewonnen«, bestätigt Karin Sivris. Erst jetzt sei ihr klar geworden, dass diese im Grunde gar nicht wüssten, dass es in der Textilreinigung Qualitätsunterschiede gebe. »Dass ich auf diese Weise meine Qualität und Fähigkeiten unter Beweis stellen konnte, ist für mich die beste Werbung überhaupt.«

Außerdem, so die Gewinnerin, habe sie in Rheine viel dazu gelernt sowie praktische Tricks und Kniffe mit nach Hause genommen, die sie jetzt in der Praxis anwenden könne.

## Erfolgreiches Praxis-Seminar im TBZ Innungen fördern Bügelqualität

■ **RHEINE** – Wieder einmal bügelten sie um die Wette; 11 von insgesamt 17 Teilnehmerinnen einer Fortbildung der Innungen Münster-Münsterland und Osnabrück-Emsland wollten es wissen: Wer kann es am Besten? Der Wettbewerb im TBZ war krönender Abschluss eines weiteren erfolgreichen Praxis-Seminars, gesponsort von *Multimatic*.

Die großzügigen Räumlichkeiten und die hervorragende technische Ausstattung des TBZ in Rheine boten den perfekten Rahmen für das Bügelseminar Ende März, diesmal initiiert von den Innungen Münster-Münsterland und Osnabrück-Emsland. Die Obermeisterinnen Martina Brachmann und Inge Niehaus begrüßten die Fachkräfte aus den Textilpflegebetrieben der Region. Ihr umfangreiches Fach- und Praxiswissen rund um die professionelle Bügelei stellte Christine Nagelschmidt, sozusagen als Hausherrin des TBZ, zur Verfügung. Die Textilchemie-Ingenieurin Azita Mohseni, Sachverständige für Chemischreinigung, Industriewäscherei und Textilservice, Düsseldorf, begann den theoretischen Teil mit einem Überblick über die wichtigsten Fasern und textile Flächen bzw. deren Anforderungen an die Reinigungsverfahren und Bügeltechnik. Praktische Übungen zur Fasererkennung durch die Brennprobe leiteten in die Diskussion über Finishverfahren und die Vermeidung von Bügelschäden über. Stefan Bohnhoff, Bad Oldesloe, erläuterte Arbeitsweise und Pflege der Bügelgeräte. »Die meisten Chefs kümmern sich lieber um ihre Reinigungsmaschine, als um Bügelsta-

tionen. Dabei verursacht schlecht gewartete Bügeltechnik teure Schäden«, betonte der Inhaber der Bohnhoff Betriebstechnik GmbH und Multimatic-Technikpartner.

Während des abschließenden Wettbewerbs Goldenes Bügeleisen® konnten die Teilnehmerinnen ihr aufgefrishtes Wissen direkt anwenden. Sie bügelten jeweils ein Sakko und eine Hose aus einer Business-Kollektion der Firma ALSCO auf einer Saug-Blas-Bügelstation. Die Jury, bestehend aus Christine Nagelschmidt, Martina Brachmann und Inge Niehaus, stellte erfreut fest, dass die Ergebnisse dicht beieinander lagen. Sie entschied sich schließlich für die sechs Preisträgerinnen: Annemarie Henning und Dorothe Ewering (*Elite-Textilreinigung*, Rheine, Münster-Münsterland). Aus der Innung Osnabrück-Emsland qualifizierten sich Gertrud Hildebrandt, *Niehaus-Textilpflege-Zentrum*, Bad Bentheim, sowie Margret Kormann, *Textil-Reinigung Hummert*, Schwagstorf, punktgleich mit Waltraud Theile, *Textilpflege Oevermann*, Neuenkirchen-Vörden. Die Gewinnerin des ersten Platzes, Karin Sivris, *Fasson Textilpflege*, Rosdorf, gehört keiner Innung an.



Gastgeber und Teilnehmerinnen des Bügelseminars im TBZ in Rheine.

## iPURA-Club Treffen – gut gegen Betriebsblindheit

# Vielfalt der JetCleaning Sprüh-Technologie

■ **MELLE** – Anwender der iPURA-Technik und Experten trafen sich im Mai zur zweiten Tagung des iPURA-Clubs bei Multimatic. Informative Vorträge, praktische Übungen und lebhaft Diskussionen boten erfahrenen Praktikern und Neueinsteigern hilfreiche Einblicke in die Vielfalt der innovativen JetCleaning Sprüh-Technologie.



Interessiert und engagiert: iPURA-Anwender/innen und Experten trafen sich zum 2. iPURA-Club-Treffen in Melle.

»Solch ein Treffen ist immer gut gegen Betriebsblindheit«, kommentiert Textilreiniger Udo Bergner, Wesel. Selbst er, als alter Hase mit mehr als 48-jähriger Praxis, habe Neues dazugelernt und wichtige Impulse aus den Referaten erhalten. Dass darüber hinaus der kollegiale Gedankenaustausch sehr wertvoll sei, werde seine Tochter Andrea Bergner sicherlich gern bestätigen.

*»Die Inhalte waren fachlich sehr präzise. Insgesamt war das 2. iPURA-Treffen perfekt organisiert; einschließlich des Abendprogramms ein rundherum guter Tag.«*

Robbi Thiesen, Bonn

Wie für die meisten Teilnehmer/innen, waren für ihn und seine Nachfolgerin im Familienbetrieb die Informationen über bereits erfolgte und zu erwartende Weiterentwicklungen aufschlussreich. »Die Maschinenteknik der iPURA ist ausgereift«, fasste Lars Reuter seine über zweijährige Erfahrung zusammen. In der Verfahrenstechnik gebe es sicher noch Entwicklungspotenzial; daran arbeite der iPURA-Club gemeinsam mit den Hilfsmittelherstellern. Auch diesmal stellte sich der Hamburger Obermeister den Fragen seiner Kolleg/innen.

In ihren Fachbeiträgen stellten Peter Schwarz und Dr. Alexander Rohde von BÜFA die Wirkung der Hilfsmittel in der iPURA sowie neueste Erkenntnisse über die Detachur vor. Die beiden Referenten boten eine gelungene Mischung aus aktualisiertem Fachwissen und spezifischen Informationen für den gezielten Einsatz der Hilfsmittel im neuen Verfahren.

*»Ich habe vorher 30 Jahre lang mit PER gearbeitet und daher immer noch viele Fragen. Das persönliche Gespräch, auch mit den Experten, bietet mir daher einen anderen und größeren Blickwinkel.«*

Hans Suchanek, Baden-Baden

Ewald Brinker erläuterte die technischen Neuerungen und offenen Fragen zur Wartung und Pflege der iPURA. Der technische Leiter im Hause Multimatic führte eine angeregte Diskussion, bei der Detailfragen geklärt werden konnten. Im Technikum der Multimatic Servicezentrale hatten die Teilnehmer/innen die Gelegenheit zu praktischen Übungen; Hilfestellung erhielten sie bei der Warensortierung, Programmwahl und Detachur durch die Experten. Verena Spieshöfer, Multimatic, stellte abschließend

das neue iPURA-Werbepplakat vor. Anwender Peter Krüger lieferte mit seinem Werbespot, der im Regional-TV in Cottbus läuft, eine witzige Anregung und zeigte damit eine von vielen Möglichkeiten, das iPURA-Konzept werbewirksam einzusetzen.

*»Das direkte Kollegengespräch ist sehr wertvoll, da die jeweiligen Erfahrungen nicht zuletzt vom Standort abhängen. Davon, ob ich überwiegend Businesskleidung reinige oder stark verschmutzte Ware.«*

Udo Bergner, Wesel



Expertentipps: Peter Schwarz demonstriert eine erfolgreiche Detachur (oben).

Stolze Sieger: Krönender Abschluss des Club-Treffens war ein sportlicher Abend auf der Cartbahn.

*»Wir waren mit der Gesamtorganisation der Veranstaltung sehr zufrieden. Fachlich interessant war für uns die Diskussionsrunde mit Ewald Brinker.«*

Brigitte u. Hermann Ziegler, Wolfenbüttel

Weitere Informationen und Fotos:  
[www.multimatic.de](http://www.multimatic.de)

## Günstige Gebrauchsmaschinen:

- **Böwe K 25-KWL**  
Füllmenge 25 kg, HD, Bj. 1996
  - **Multimatic Piccola TOP KWL**  
Füllmenge 10 kg, el. beh. + HD, Bj. 2006
  - **Multimatic Senza TOP 240 KWL**  
Füllmenge 12 kg, el. beh., Bj. 2007
  - **Multimatic TOPSPEED 280 KWL**  
Füllmenge 14 kg, HD, Bj. 2001
  - **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. 07/Ausstellung
- .....
- **Bielle** Detachiertisch I TS LC, el. beh., Bj. 04
  - **Krebs** Detachiertisch, Mod. 850 + 950, HD, Bj. 2008
  - **Veit** Garderobenformer, el. beh, Bj. 1999
  - **Veit** Garderobenformer, Typ 8360, HD, Bj. 99
  - **Barbanti** Formfinisher, Mod. 467, HD, Bj. 06
  - **Eco-Impact (Brüske)** Hemdenfinisher S-E 2, el., Bj. 2008
  - **Veit** Hemdenfinish. 8345, el. beh, Bj. 2005
  - **Veit** Hemdenfinish. 8346, HD., Bj. 2008
  - **Pony** Hemdenfinish., HD, Bj. 2004
  - **Veit** Hosentopper, Typ 8730, HD, Bj. 1999
  - **Pantex** Hosentopper, HD, Bj. 1996
  - **Barbanti** Doppelfinish., HD + el., Bj. 1998/05
  - **Electrolux** Wäschetrockner T 3190, 8 kg, el., Bj. 2001
  - **Ipsa** Wäschetrockner DR 20, 10 kg, el., Bj. 03
  - **Girbau** Waschschleudermaschine HS 6008, el. beh. HD, Bj. 2007
  - **Ipsa** Waschschleudermaschine HC 100, 10 kg, el. beh., Bj. 2006
  - **Ipsa** Waschschleudermaschine HW 164, 16 kg, HD, Bj. 2003/05
  - **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

## Dafür stehe ich: Gemeinsam sind wir stark

■ **NEUKIERITZSCH** – Steffen Kilian gehört zu den beliebten und erfolgreichen Technikpartnern im Vertriebs- und Servicesystem von Multimatic. In diesem Mai feierte er sein 10-jähriges Jubiläum als selbstständiger Kundendiensttechniker für den Markenanbieter.



»Entstanden ist der Kontakt zu Multimatic bei der Installation einer elektrischen Anlage in einer Textilreinigung in Leipzig, vertieft wurde er 1992 auf der Multimatic-

Ausstellung in Leipzig«, erinnert sich der gelernte Elektriker mit Spezialisierung in Instandhaltung und Wartung. Seine technischen Fähigkeiten entwickelte er in der Industrie weiter. Er erlebte die Zeit des Zusammenbruchs der DDR und stand kurz nach Beendigung seines Wehrdienstes vor der Arbeitslosigkeit. Gemeinsam mit anderen Kollegen wagte er einen beruflichen Neustart in den alten Bundesländern: »Von 1990 bis Mitte 1992 arbeitete ich in meinem erlernten Beruf, u. a. bei der BASF in Ludwigshafen, in Berlin und schließlich wieder in der Heimat in Leipzig.«

In der Textilpflegebranche war Steffen Kilian, wie er es selbst ausdrückt, ein absoluter Neuling. Wie eine Textilreinigung funktioniert, erfuhr er erstmals im Jahr 1992 bei der Textilpflege Schulz in Pulsnitz. Dank bester Erklärungen des Inhabers stellte er dabei fest, dass er sich mit den technischen Abläufen schnell vertraut machen konnte. Sein versierter Multimatic Kundendienstkollege Lothar Löchelt, Melle, führte ihn schließlich im gesamten Bundesgebiet in die Thematik ein. Der Multimatic-partner U. Menne, Hemer, unterstützte den aufgeschlossenen Neueinsteiger ebenfalls. Ergänzt wurde die kollegiale Einarbeitung durch intensive Schulungen in der Servicezentrale. Heute deckt Steffen Kilian sämtliche Segmente der Textilreinigung ab. Darüber hinaus hat er sein Wirkungsfeld auf die Bereiche Wäscherei ausgedehnt.

»Die Produktionsbereiche Wäscherei und Textilreinigung rücken immer enger zusammen. Unsere Kunden müssen flexibel auf Marktveränderungen reagieren und sich

darauf verlassen können, dass wir als Kundendienstpartner ebenso flexibel sind.« Kundendienst sei mittlerweile weit mehr als Maschinenaustausch und Wartung, betont Steffen Kilian. »Wir bringen uns im Team mit den Verkaufsberatern und der Vertriebsbasis in Melle bereits in der Planungsphase ein, um eine bestmögliche Nachsorge und Betreuung der Betriebe von Anfang an zu garantieren. Je reibungsloser alle Beteiligten zusammenarbeiten, umso effektiver können wir die Betriebe einrichten und versorgen, vor allem unter dem Aspekt der Energiekosten.«

Seit rund acht Jahren wachse die Nachfrage an Nassreinigungstechnik kontinuierlich und somit der Beratungsbedarf. »Auch auf diesem Gebiet habe ich mich als Problemlöser von technischen Fragen spezialisiert. Gemeinsam mit Multimatic konnten wir bereits etliche Projekte erfolgreich realisieren.« Steffen Kilians Einsatzgebiet umfasst ganz Sachsen sowie Teile der angrenzenden Bundesländer; vereinzelt betreut er bis heute Kunden aus den alten Bundesländern.

Seit etwa zwei Jahren kooperiert er mit Multimatic-Vertriebspartner Frank Meißner, Markranstädt, und vertraut auf eine gute, reibungslose Zusammenarbeit. Bis heute hat er sich bewusst und konsequent für den Kundendienst für Multimatic-Markentechnik entschieden. »Die Vorzüge einer optimal funktionierenden Vertriebs- und Servicestruktur haben sich in den insgesamt 16 Jahren für all meine Kunden bestätigt. Während der gesamten Zeit, in der ich nun unter Selbstregie für Multimatic aktiv bin, gab es nicht ein einziges Problem, welches gemeinsam unlösbar erschien. Das spricht für sich und die Überzeugung, für die ich stehe: Gemeinsam sind wir stark.«

Kontakt:

kilian-neukieritzsch@t-online.de

Mobil (0170) 3242340

## Neu bei Multimatic: Christian Kehl Das Markenimage stärken



■ **MELLE** – Zum Jahresanfang wurde die Marketingabteilung im Hause Multimatic personell erweitert. Seit dem 1. Januar 2009 unterstützt Christian Kehl

seine Kollegin, die Kommunikationsdesignerin Verena Spieshöfer. Durch seine persönlichen Erfahrungen im elterlichen Betrieb, Erdmann + Kehl in Lippstadt, bringt der staatlich geprüfte Betriebswirt, der seine Ausbildung im Jahre 2008 mit dem Schwerpunkt Marketing abschloss, eine enge Verbundenheit zur Wäscherei- und Textilreinigungsbranche mit.

Im Hause Multimatic wird er seine Kenntnisse und Erfahrungen zur Stärkung der Marke Multimatic einbringen. Die Kombination aus dem Handel mit deutschlandweiter Vertriebsstruktur und dem umfangreichen Service, den Multimatic seinen Kunden bietet, betrachtet er als interessante berufliche Herausforderung. Ziel seines Engagements ist die Umsetzung betriebswirtschaftlich gestützter Maßnahmen unter Marketingaspekten. Christian Kehl: »Ich freue mich, unsere facettenreiche Branche nun aus einer neuen Perspektive intensiv kennen zu lernen.«

Kontakt: ckehl@multimatic.de  
Telefon (05422) 10022

## Hohensteiner Award

■ **BÖNNIGHEIM** – Im Rahmen eines Festaktes wurde im April Robert C. Steiner, CEO des Textildienstleisters ALSCO USA, mit dem Hohenstein Award for Entrepreneurial Excellence in Global Textile Services ausgezeichnet.



Im Jahr 2008 wurde der Hohenstein Award von Prof. Dr. h. c. Josef Kurz (Foto links) anlässlich seiner 50-jährigen Institutszugehörigkeit für herausragende Leistungen auf dem Gebiet der Textildienstleistungen inanguriert. Mit dem nicht dotierten Preis werden Persönlichkeiten ausgezeichnet, die durch ihre unternehmerischen Leistungen im Bereich der Textildienstleistungen nachhaltige, internationale Erfolge erzielt haben. Im Vordergrund stehen dabei der persönliche Einsatz, die menschliche Integrität und die betriebliche Philosophie.

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

## Resonanz auf Praxis-Coaching

■ **KREFELD** – In der letzten Ausgabe berichtete **MultiVision** über den exklusiven Beratungs-Service von Christina und Rainer Hibbeln, Krefeld. Als erfahrene Seniorberater bieten sie Inhaber/innen und Geschäftsführer/innen von Textilreinigungsbetrieben seit Anfang dieses Jahres sehr Praxis orientierte Unterstützung für die erfolgreiche Unternehmensführung. Ihre unternehmerischen und fachlichen Fähigkeiten haben sie in den Jahrzehnten ihrer engagierten Tätigkeit vielfältig unter Beweis gestellt. Bis heute zählt Sauberland Krefeld zu den erfolgreichen Betrieben im Premium-Sektor. Ein krönender Abschluss ihrer Karriere war unter anderem die Auszeichnung mit dem Goldenen Kleiderbügel.

»Für den tollen Artikel in der **MultiVision** über unseren neuen Beratungsservice für die Branche möchte ich mich bedanken. Kurz nach dem Erscheinen erhielten wir den ersten Anruf eines Interessenten mit einem konkreten Beratungsanliegen.«

Rainer Hibbeln, Krefeld

## Hightech für Azubis

■ **RHEINE** – Ein zweitägiger Ausflug nach Rheine bot angehenden Textilreiniger/-innen der Anna-Siemens-Schule in Hannover Abwechslung vom Schulalltag: Eine Besichtigung der bekannten Frottierweberei Dyckhoff führte sie in die Welt hochmoderner Weberei- und Wirk-Technik ein.



Interessierte Auszubildende der Anna-Siemens-Schule in Hannover

Weiter mit Hightech ging es im Textilreiniger-Bildungszentrum; im TBZ erläuterte Ewald Brinker die neueste Maschinen- und Verfahrenstechnik der KWL-Textilreinigung in Theorie und Praxis. Aufgrund der anstehenden Prüfung war der Branchennachwuchs besonders interessiert. Die Schülerinnen folgten den Ausführungen ihres Lehrers mit großem Interesse. Der Technische Leiter im Hause Multimatic übt seine Lehrtätigkeit seit vielen Jahren ehrenamtlich aus und setzt damit eine jahrzehntelange Firmentradition fort.

## Azubi gesucht! Textilreiniger m | w

Ihr künftiger Arbeitsplatz ist ein mittelständisches Unternehmen in Schleswig Holstein. Sie erhalten eine umfassende Ausbildung in allen Segmenten der professionellen Textilreinigung. **Ausbildungsstart August 2009/2010!** Bewerben Sie sich jetzt!

**Buchholz**  
TEXTILPFLEGE

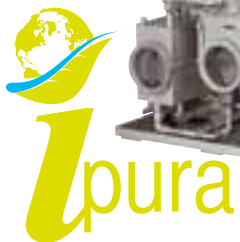
Buchholz Textilpflege • Rögen 11  
23843 Bad Oldesloe • mail@buchholz-textilpflege.de  
www.buchholz-textilpflege.de



## Energieoptimierte Lösungen

### Der neue MaxiShirty

Mit einer integrierten Wärmerückgewinnung wird der *Energieeinsatz drastisch gesenkt*. Gleichzeitig steigt die Stückleistung um 25% - 30% und das Raumklima wird wesentlich entlastet.



Stark gesenkter Energie- und Kühlwasserverbrauch, keine Destillation, kein Schleudern, keine Fremdheizung, hervorragende Lösemittel-Qualität, tadelloser Reinigungseffekt, deutlich weniger Finsh-Aufwand, geringe Betriebskosten, niedriger Anschaffungspreis.

Keine Vibration, keine Bodenverankerung, weniger Wartung und Instandhaltung.  
Kurzum: *Wirtschaftlich, preiswert, einzigartig.*

**Sorglos sein mit  
Multimatic - Rundumservice**