



MultiVision

- **AUSBILDUNG**
20 Jahre Wertepflege
- **FIRMENKULTUR**
Ausbildung bereichert alle
- **WISSEN**
Sensible Fasern pflegen

*Fasertiefe Profipflege
für sensible Wollware*

Krisenstimmung hemmt Kaufentscheidungen Nur Bewegung führt aus der Stagnation



Am Ende eines Jahres, das im Zeichen der Weltwirtschaftskrise stand, über positive Perspektiven zu reden, könnte heikel sein. Ich tue es dennoch. Einerseits, um gerade zum Jahresende positive Signale zu senden. Andererseits, weil es aus meiner Sicht gute Gründe dafür gibt, dass sich die Situation in Deutschland weiterhin stabilisieren wird. Die Politik wird - zumal im größten Bundesland NRW in 2010 Wahlen vor der Tür stehen - alles daran setzen, im Sinne der Unternehmen zu agieren.

Wenn wir über Perspektiven für die professionelle Textilreinigung sprechen, spielt der Binnenkonsum eine entscheidende Rolle. Hier halte ich es für wichtig, dass keine Negativstimmung herbeigeredet wird. Unsichere Kunden konsumieren weniger, Kaufentscheidungen werden immer emotional getroffen!

Ich sehe es daher auch als unternehmerischen Auftrag, für eine positive Grundstimmung zu sorgen. Das heißt: Kunden für die eigenen Dienstleistungen und Produkte zu begeistern. Nahe liegend ist für mich, Sauberkeit durch ein gepflegtes, zeitgemäßes Erscheinungsbild des Ladens und des Personals zu einem fühlbaren Wert zu machen. Vielerorts erhöht auch die Optimierung der Dienstleistungsbereitstellung - z. B. durch einen 24-Stunden-Service - die Attraktivität der Textilreinigung.

Es mag ein weiter Weg sein, den eher lästigen Gang in die Reinigung zum Erlebnis-einkauf zu machen. Aber auch der längste Weg beginnt bekanntlich mit dem ersten Schritt. Die einzige Möglichkeit, aus der Stagnation heraus zu kommen, ist Bewegung. Unternehmer/innen, die sich dazu entschlossen haben, selbst in schwierigen Zeiten, ihre Strategie konsequent zu verfolgen und sinnvoll zu investieren, sind damit nachweislich erfolgreicher als andere. Kunden freundlich und fachgerecht zu bedienen, ist schlichtweg eine Grundvoraussetzung. Eine kompetente Beratung setzt allerdings entsprechendes Know-how voraus. Ausbildung ist das Schwerpunktthema der aktuellen **MultiVision**; sie hat eine hohe Priorität in unserem Gewerbe. Auf die Frage, ob sich die allgemeine wirtschaftliche Situation entspannen wird, gibt es natürlich keine verbindliche Antwort. Aus den unzähligen Gesprächen und Kundenkontakten in diesem Jahr kann ich

allerdings sagen: Es gab keine nennenswert angespannte Lage in unserer Branche. Ausnahmen hat es sicherlich in Gebieten mit extremer Arbeitslosigkeit gegeben. Im Vergleich zum Vorjahr sind die Umsätze, wenn überhaupt, nur gering gestiegen. Als sehr erfreulich werte ich, dass sich der Hemdenpreis mittlerweile auf einem sehr gesunden Niveau bewegt, abgesehen von wenigen Einzelfällen. Grundsätzlich bleiben Zusatzleistungen in der Textilreinigung ein lukrativer Trend. Bleiben wird definitiv auch die Notwendigkeit, durch Investitionen erhebliche Energie- und Wartungskosten einzusparen. Personalschulungen, Qualitätsoptimierung, Betriebsmodernisierung und die Garantie von Servicesicherheit sind für mich zu jeder Zeit Existenz sichernde Maßnahmen.

Wir alle stehen weiterhin vor den Herausforderungen, Betriebsabläufe zu optimieren und Produktivität zu steigern, um die Betriebskosten zu senken. Gleichzeitig müssen wir das Ziel im Auge behalten, die Betriebsführung zu vereinfachen. Damit sich Unternehmerinnen und Unternehmer auf ihr Kerngeschäft und ihre Kernkompetenzen konzentrieren können. Lassen Sie uns also im nächsten Jahr das fortführen, was wir lange vorher begonnen haben. Lassen Sie uns über Lösungen sprechen und weniger über Krisen.

Kommen Sie gut in das neue Jahr,

Ihr Dieter Kampmann

STELLEN SIE SICH VOR,

SIE BEKOMMEN IHRE GEBRAUCHTEN LÖSEMITTEL
GENAU SO SAUBER HIN WIE IHRE TEXTILIEN.
UND DAS GANZ OHNE ARBEIT.

**Wir liefern Ihre Lösemittel.
Schnell, sicher und sehr komfortabel.**

Als europaweit führender Recycler von Lösemitteln sind wir beim Service für Textilreinigungen schon seit Jahrzehnten ganz in unserem Element:

Unsere speziell ausgerüsteten Lkw kommen direkt zu Ihnen und sorgen für einen sicheren Transport der Frischware sowie der lösemittelhaltigen Rückstände.

Hört sich doch sehr entspannend an, oder?

Richard Geiss GmbH · www.geiss-gmbh.de





6 Branchenwissen sicherstellen

7 Praxisnähe brachte Erfolg

11 Verantwortlich ausbilden

12 Lexikon der Chemie, Teil II

14 Ausbildung und Wertepflege

16 Konzept Familie

18 Exklusiv statt Billigimage

19 Ausbildung hat Spaß gemacht

24 Lang lebe Gestricktes!

Liebe Leserin, lieber Leser!



Tradition und Wertschätzung stehen im Zentrum dieser **MultiVision**. Beide Begriffe haben wir in den vergangenen Jahren wiederholt bewusst aufgegriffen. In einer Branche, in der es um traditionelle Wertepflege geht, liegt das nahe. Neben der Firmenchronik prägt vor allem die Firmenphilosophie die Kultur eines Unternehmens. Wie authentisch Werte tatsächlich gelebt werden, hängt nie von der Größe des Betriebes ab. Es ist auch keine Frage der Marketingstrategie oder des dafür vorhandenen Etats. Es ist eine Frage der

Geisteshaltung, wie unsere Reportagen und Berichte deutlich zeigen.

Dass es außerdem mehr wert sei, jederzeit die Achtung der Menschen zu haben, als gelegentlich ihre Bewunderung, wusste bereits Jean-Jacques Rousseau.

Gelebte Wertschätzung ist für die Unternehmer/innen, die wir in dieser Ausgabe zu Wort kommen lassen, Bestandteil ihrer Unternehmenskultur. Tradition meine eben nicht das Bewahren der Asche, sondern das Weitertragen des Feuers, zitiert beispielsweise Rainer Buchholz (*Seite 11*).

Mit dieser Ausgabe der **MultiVision** geht für mich ein Stück Tradition zu Ende, die ich sehr gern gepflegt habe und nun weitergebe. Die Zeitschrift für Textilpflege aus dem Hause Multimatic erscheint zum letzten Mal unter meiner Federführung als Chefredakteurin.

Zur Jahreswende, die symbolisch ja immer auch für einen Neuanfang steht, habe ich mich für eine Veränderung meiner journalistischen bzw. unternehmerischen Aktivitäten entschieden (wobei ich der Branche durchaus treu bleibe.) Ich freue mich sehr darüber, dass es uns in den letzten Jahren gelungen ist, die **MultiVision** (laut Umfrage des DTV) zu der meist gelesenen Publikation in der Branche zu machen. Dafür möchte ich mich ganz besonders bei Ihnen, liebe Leserinnen und Leser bedanken. Ich bin sicher, der Name **MultiVision** steht auch weiterhin für wertvolle und wertschätzende Kommunikation in der professionellen Textilpflege.

Ihre 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 [05223] 18 83 79

Telefax [05223] 18 83 70

info@wortundidee.de

Titelfoto

bugatti

Gestaltung

Astrid Farthmann, Bünde

Druck und Verarbeitung

Druckerei + Verlag B. Scholten, Melle

ISSN 1615-3537

Kurz notiert:

OTV-Verbandstag 2010

■ **BERLIN** – In Bergen, auf der Ostseeinsel Rügen, veranstaltet der Ostdeutsche Textilreinigungs-Verband (OTV) seinen nächsten Verbandstag. Termin ist der 20. März 2010. »Einladungen und Programm werden im Januar 2010 versendet«, informiert OTV-Geschäftsführer Steffan Rimbach.

www.otv-berlin.de

Leitmesse Altenpflege

■ **HANNOVER** – Geballte Markenkompetenz zeigen die Firmen Multimatic Maschinen und Multimatic iLSA Deutschland, Melle, in Kooperation mit ThermoPatch bzw. der Schibensky GmbH, Stuhr, während der Fachausstellung Altenpflege in Hannover. Vom 23. bis 25. März 2010 stehen hier, auf insgesamt 60 qm Standfläche, eine Girbau PCH-16 Hygiene-Waschschleudermaschine sowie Sortier- und Ausgabetechnik im Mittelpunkt. Multimatic stellt unter anderem den Bügeltisch BBS2, den Multishirty 451, den Doppelformer 842, eine 13 kg Waschschleudermaschine und einen 14 kg Trockner vor.

www.multimatic.de

Texcare Forum 2010

■ **FRANKFURT A. M.** – Vom 26. bis 27. November 2010 findet das nächste Texcare Forum im Congress Center Messe Frankfurt am Main statt. Es ermöglicht der Branche, sich in den geraden Zwischenjahren der Texcare International über neue Trends und Entwicklungen in den Bereichen Textilpflege und Textilservice auszutauschen.

Organisatoren sind die Messe Frankfurt in Kooperation mit dem Deutschen Textilreinigungs-Verband e.V. (DTV), dem Industrieverband Textil Service – intex e.V., dem VDMA Bekleidungs- und Ledertechnik und dem Fachverband für Wäscherei-, Textil- und Versorgungsmanagement e.V. (FWL). Der schweizerische Verband Textil Service e.V. hat seine Beteiligung ebenfalls angekündigt.

www.texcare-forum.com

Umwelt und Ressourcen sparen Der Beginn einer neuen Ära

■ **KRIFTEL** – Sparsamkeit und Umweltschutz waren nach Unternehmensangaben die Vorgaben für die Entwicklung einer neuen Generation von Reinigungsverstärkern. Dabei habe das SEITZ-Entwicklungsteam sämtliche Gesichtspunkte des Reinigungsprozesses berücksichtigt. Die neue Generation EnviClin Touch® stehe nun für eine neue Ära der Reinigung in Perchlorethylen.

»Dem Einfluss auf die zu reinigenden Textilien galt dabei unser besonderes Augenmerk. Trotz niedriger Einsatzmengen erzielt EnviClin Touch® noch nie da gewesene Ergebnisse in Griff, Antistatik und Geruchsverbesserung«, berichtet Alexander Runge, Geschäftsführer der SEITZ GmbH. »Fast täglich erhalten wir positive Rückmeldungen von unseren Kunden.« Einen besonders vom Verbraucher positiv bewerteten Frischeduft habe man durch die Verwendung von Stoffen, welche die geruchsspezifische Wahrnehmung des gereinigten Textils beeinflussen, und die Auswahl geruchsneutraler Rohstoffe erreicht. Dieser verbraucherfreundliche Effekt unterstütze die Anwender dabei, anspruchsvolle Kunden für die professionelle Textilreinigung zu begeistern.

Was den Aspekt Umweltschutz betreffe, heiße das für EnviClin Touch® ganz konkret: »Wir haben bei der Auswahl der Rohstoffe auf deren Unbedenklichkeit für Mensch und Umwelt geachtet, indem wir uns für biologisch abbaubare, nachwach-

sende Rohstoffe entschieden haben«, sagt Dr. Ralf Döring. Wie alle hochkonzentrierten Reinigungsverstärker von SEITZ sei er frei von jeglichen Füllstoffen und damit hoch ergiebig. Durch die niedrige Einsatzmenge und die gute Faseraffinität einzelner Produktkomponenten werde der Destillationsschlamm stark verringert, was deutlich zur Kostensenkung beitrage.

Darüber hinaus gewährleiste die einzigartige Wirkstoffkombination einen optimalen Trocknungsverlauf und verringere die Flusenbildung in der Maschine. »Die Flusen können leichter entfernt werden. Eine ausgeprägte Antistatik hilft bei der Entladung, wodurch sich auch der Tragekomfort bei leichten Stoffen erhöht«, so der Experte. Gleichfalls erleichtere es das spätere Finishen. Die Aufnahme einer aktiven Bügelhilfe in die Gesamt Rezeptur trage dazu bei, den Bügelaufwand zu reduzieren, das Kleidungsstück schneller durch den Finishprozess zu führen, um schließlich die Gesamtqualität zu optimieren.

www.seitz24.com

Prof. Umbach im Ruhestand

33 Jahre im Dienst des Tragekomforts



■ **BÖNNIGHEIM** – Am 1. November 2009 verabschiedete sich Prof. Dr. rer. nat. Karl-Heinz Umbach nach 33-jähriger Tätigkeit an den Hohenstein Instituten in den

Ruhestand. Prof. Karl-Heinz Umbach hat als stellvertretender Leiter des Bekleidungsphysiologischen Instituts Hohenstein e. V. und Direktor der Abteilung Bekleidungs-

physiologie maßgeblich zum Ausbau und der Etablierung dieser Fachdisziplin in Forschung, Prüfung und Normierung beigetragen. In beratender Funktion wird Prof. Umbach den Hohenstein Instituten auch weiterhin zur Verfügung stehen und insbesondere Dr. Andreas Schmidt, den Direktor der neu eingerichteten Abteilung *Function & Care*, sowie deren wissenschaftlichen Leiter Dr. Jan Beringer bei ihrer Arbeit unterstützen.

www.hohenstein.de

Neues Kassensystem für Textilreinigungen Auspacken, einschalten, loslegen!

■ **RHEINE** – Im Rahmen der Ausstellung des Textilreiniger-Treff 2009 im TBZ in Rheine stellte Multimatic das neue Computer-Kassensystem DATAKASS.base vor. Die Kombination moderner Hardware und leistungsfähiger, bewährter Software ist laut Anbieter nicht nur deutlich leistungsfähiger, sondern auch sehr schön anzusehen.



Vorgestellt in Rheine: die Computerkassen-Innovation DATAKASS.base.

Im Jahre 1990 hatte Multimatic die erste DATAKASS Computerkasse auf der IWC in Frankfurt vorgestellt, als erstes System für den Einsatz in Textilreinigungen. In enger Zusammenarbeit mit hunderten von Anwendern sei dieses System stetig weiterentwickelt worden, betont Entwicklungspartner Henning Datentechnik GmbH, Rheine. Der jüngste Schritt war eine komplette Neuprogrammierung der DATAKASS-Software als Windows-Programm, auf Grundlage der professionellen und leistungsfähigen Microsoft®-SQL-Datenbank.

»Basierend auf dem umfangreichen DATAKASS.pro-System haben wir nun in Zusammenarbeit mit Multimatic DATAKASS.base entwickelt«, erläutert Dipl.-Ing. Jürgen Henning. Reduziert auf die in der täglichen Praxis wirklich wichtigen Funktionen, unterstütze DATAKASS.base den Reiniger bei der täglichen Arbeit am Tresen. Die sinnvolle Vorinstallation eines kompletten und umfangreichen Artikelstamms, kombiniert mit neuester Computer-Hardware, biete ein direkt einsetzbares und einfach erweiterbares Kassensystem. »Lediglich die Preise und der Bonkopf müssen nach dem Auspacken und Einschalten noch eingegeben werden, dann kann es losgehen!«

Die Bedienung erfolgt über einen berührungsempfindlichen, im Computer bereits integrierten Bildschirm (Touch-Screen). Dieser sei logisch und einfach aufgebaut.

Ergänzt werde das System durch eine Kassenlade und einen Bondrucker mit Schneidwerk, um handelsübliches Hydrofixpapier reinigungsbeständig zu bedrucken und zu schneiden bzw. Kundenbon, Sammler und Kennzeichnungstickets zu erzeugen.

Optional kann ein zusätzlicher Thermo-Bondrucker für den Kundenbon ange-

schlossen werden; ein Barcodeleser und ein Kundenkartensystem sind nachrüstbar. Ein besonderes Highlight, so Henning, sei die integrierte Stammkundenverwaltung: »Aufträge können unter Kundenname gespeichert und wieder aufgerufen werden – automatische, kundenbezogene Rabattberechnung und Statistik inklusive!«

www.multimatic.de

www.datakass.de

Der Reinigungsverstärker für eine neue Ära der Reinigung in Perchlorethylen

Dem Seitz Forschungsteam ist es gelungen einen völlig neuartigen Reinigungsverstärker zu entwickeln, der alle Gesichtspunkte des Reinigungsprozesses berücksichtigt und gleichzeitig die Aspekte Umweltschutz und Sparsamkeit nicht vernachlässigt.

So entstand EnviClin Touch® – ein kraftvoller aber sparsamer und umweltschonender Reinigungsverstärker der alle klassischen Aufgaben hervorragend löst und sich den Ansprüchen unserer Zeit stellt.

Mit EnviClin Touch® können Sie sparen und bei herausragender Qualität umweltschonend reinigen!



EnviClin Touch®

Nutzen Sie die Kraft der Powerformel...

- Geruchsneutralität
- Umweltschutzfaktor
- Effektive Antistatik
- Hoher Tragekomfort
- Maschinenschutz



The fresher company.

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

Komponenten für eine saubere Leistung:

- ◆ EnviClin Touch® ist frei von jeglichen Füllstoffen und damit hoch ergiebig.
- ◆ EnviClin Touch® gewährleistet trotz ungeahnt niedriger Dosierungen ein sauberes, hygienisches und kraftvolles Reinigungsergebnis.
- ◆ Mit EnviClin Touch® wird der Destillations-schlamm stark verringert.
- ◆ EnviClin Touch® verkürzt den Trocknungs-verlauf und verringert die Flusenbildung.
- ◆ Mit EnviClin Touch® werden Destillations-rückstände flüssiger und pumpfähiger.

Cleanahead Consulting: Know-how für Nachfolgegeneration sichern

■ **OLDENBURG** – Dr. Manfred Huppertz zählt seit nahezu drei Jahrzehnten zu den meist geschätzten Experten für die Textilreinigung. Am 1. August 2009 ist er aus dem Unternehmen BÜFA Reinigungssysteme, Oldenburg, ausgeschieden. Jetzt steht er der Branche als erfahrener Berater zur Verfügung.

Herr Dr. Huppertz, Sie sind Mitte des Jahres bei BÜFA ausgeschieden und haben sich als Berater selbständig gemacht. Unsere Leserinnen und Leser sind sicherlich sehr gespannt darauf zu erfahren, was Sie künftig in und für die Branche tun werden.



Schon im März 2008 habe ich mich mit den Geschäftsführern von BÜFA zusammengesetzt, um einen Fahrplan für meinen Ausstieg zu entwickeln. In mehr als 28 Jahren Berufstätigkeit als Technischer Leiter, davon 20 Jahre als Prokurist, hat sich einiges an umfassenden Erfahrungen und Wissen angesammelt, was an die nachfolgende Generation weitergegeben werden sollte. Viele Facetten des komplexen Textilreinigungsgeschäftes sind in meinem Kopf und nicht in Akten abgespeichert.

Sie haben ihre bisherige Tätigkeit beendet, das gesetzliche Rentenalter allerdings noch nicht erreicht. Welche Gründe hat Ihr vorzeitiges Ausscheiden?

Bei BÜFA stand ein Generationswechsel an, zeitgleich damit ein Umbau der Unternehmensstruktur. Von den traditionellen Fachabteilungen wurde auf eine Prozessstruktur umorganisiert. Um in der neuen Struktur von Anfang an die nachfolgende Managergeneration voll in die Verantwor-

tung zu bringen, habe ich mich entschlossen, mich mit Vollendung des 63. Lebensjahres aus dem operativen Bereich zurückzuziehen.

Dennoch hat man bei Kontakten mit BÜFA-Mitarbeitern immer noch das Gefühl, Sie seien weiterhin an Deck.

Wenn man 28 Jahre lang an den entscheidenden Hebeln eines mittelständischen Unternehmens steht, ist es für mich natürlich schwierig, alles loszulassen. Genau so ergeht es den BÜFA-Mitarbeitern. Sie müssen erst verdauen, dass ich nicht mehr 24 Stunden am Tag dienstlich präsent bin. Da tun sich zunächst auf beiden Seiten Verständigungsprobleme auf.

Sie haben nun eine eigenständige Beratungsfirma gegründet. Welchen Aufgaben wollen Sie sich in Zukunft stellen?

Bis zum Juli 2011 habe ich einen festen Beratervertrag bei BÜFA-Reinigungssysteme. Es war mir wichtig sicher zu stellen, dass der verabredete Wissenstransfer zur nachfolgenden Technikergeneration – mit Pamela Krix und Dr. Alexander Rohde – ohne Zeitdruck erfolgen kann.

Da ich gewohnt war, mindestens zehn Stunden täglich zu arbeiten, bleibt mir neben der Beratertätigkeit bei BÜFA noch ausreichend Zeit, mich anderen Aufgaben in der Textilpflege zu widmen.

Ihre Firmierung Cleanahead Consulting ist sehr zeitgemäß und innovativ.

Damit will ich ein persönliches Zeichen dafür setzen, dass die Textilpflege erfolgreich nach vorne blicken sollte und viel Potenzial für die Zukunft bietet. Ich freue mich darauf, entbunden von den Alltagsorgen eines Leitenden Managers, diese Zukunft einige Jahre weiter mitgestalten zu können.

Wie konkret sind Ihre Vorstellungen über diese Tätigkeit?

Mein Fokus wird sich natürlich weiterhin hauptsächlich auf die Textilpflege in Lösemitteln und Wasser richten. Hier werde ich versuchen, durch redaktionelle Beiträge die Weiterentwicklung zu begleiten und meine Ansichten nach außen hin kundzutun. Firmen und Institutionen, die nicht in Konkurrenz zu BÜFA stehen, werde ich im In- und Ausland als Chemisch-Technischer Berater begleiten sowie verfahrenstechnische Schulungen durchführen. Bei der IHK Oldenburg läuft meine Bewerbung zum vereidigten Sachverständigen.

Herr Dr. Huppertz, das hört sich in der Tat nicht nach einem vorgezogenen Ruhestand an. Wir wünschen Ihnen viel Erfolg und sind gespannt auf Ihre kommenden Beiträge.

Plattformen schaffen

■ **HAMBURG** – Die Textilreiniger-Innung Hamburg hat eine neue Internetseite. Sie dokumentiert damit einmal mehr das Engagement einer kontinuierlich wachsenden Innung, unter der Leitung von Obermeister Lars Reuter. Zu den für das nächste Jahr geplanten Aktivitäten zählt eine neue, regionale Fachausstellung: Unter dem Namen **Hanse-te(ch)x** ist sie bereits für den 19./20. Juni 2010 terminiert. »Etagen in der Hamburger Speicherstadt sind bereits gebucht«, informiert Lars Reuter: »Wir wollen eine Plattform schaffen, bei der nette Leute in tollem Ambiente all das erleben können, was die Branche bewegt.

www.textilreinigerinnung-hamburg.de



Girbau verstärkt Servicestruktur

■ **HANNOVER/DORTMUND** – Das im Jahr 1971 gegründete spanische Unternehmen Girbau (Vic, Barcelona) entwickelt und produziert Wäschereitechnik und ist weltweit aktiv. Seine Niederlassung in Deutschland wird von Juan de Cruz Pujades geleitet. Um den Service weiterhin zu optimieren, hat Girbau Deutschland die Zusammenarbeit mit der Firma RIK in Dortmund verstärkt.

»Die enge Zusammenarbeit mit Olaf Rattay, der R.I.K. vor etwa fünf Jahren gründete, garantiert nun eine optimale Versorgung unserer Kunden sowie die reibungslose und noch schnellere Bereitstellung von Ersatzteilen. Girbau-Kunden können sich darüber hinaus auf einen unkomplizierten und direkten Telefonservice verlassen«, so Juan de Cruz. Darüber hinaus werde Girbau künftig mit einem attraktiven Schulungsangebot die Kundenbindungen festigen und neben der Hochleistungstechnik auch Fach- und Technik-Know-how zur Verfügung stellen.



Olaf Rattay (R.I.K. Industriemaschinen und Kundendienst, Dortmund) ist seit rund 15 Jahren in den Bereichen Planung, Aufbau, Beratung und Service für Wäschereitechnik tätig und aufgrund seiner Erfahrungen vor Ort sehr nahe am Tagesgeschehen der Betriebe.

»Seit mehr als 15 Jahren bin ich in deutschen Wäschereien unterwegs und kenne sowohl die Bedürfnisse kleiner als auch großer Unternehmen bis ins Detail. Über einen meiner Großkunden ist der Kontakt zu Girbau entstanden. Ich habe mich für Girbau entschieden, weil das Familienunternehmen qualitativ hochwertige Produkte bietet, die robust und zuverlässig arbeiten und die ich meinen Kunden mit bestem Wissen und Gewissen empfehlen kann.«

www.girbau.de

Doris Loebach: 30 Jahre DTV Ein großes Kompliment

■ **BONN/FULDA** – Sie ist eine Institution in der Bonner Geschäftsstelle des DTV: Doris Loebach feierte in diesem Jahr ihr 30-jähriges Dienstjubiläum.



Ein großes Lob dafür erhielt sie während des Jahresverbandstages 2009 des Deutschen Textilreinigungs-Verband e.V., Bonn, in Fulda.

Friedrich Eberhard würdigte ihre Treue und den unermüdlchen Einsatz, für den er sich auch als Präsident persönlich bedankte. Im Namen des

gesamten Präsidiums und allen DTV-Mitgliedern gratulierte er Doris Loebach zu ihrem 30-jährigen Jubiläum. Sie habe sich in den vergangenen drei Jahrzehnten mit außerordentlichem Engagement für die Interessen des Verbandes eingesetzt.

Doris Loebach ist seit dem 1. Juli 1979 in Bonn tätig und zuständig für die Buchhaltung, die Mitgliederverwaltung sowie die Beitragserhebung.

www.dtv-bonn.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

Nähere Informationen unter www.moduldos.de



20 Jahre Kompetenz- und Bildungszentrum Praxisnähe hat das TBZ erfolgreich gemacht

■ **RHEINE** – Das traditionelle TBZ-Treffen war in diesem Jahr eine gelungene Mischung aus Informationsforum und Jubiläumsfest, zum 20. Geburtstag des Textilreiniger-Bildungszentrum Münsterland e.V. (TBZ) in Rheine. Die Redaktion **MultiVision** sprach mit Udo Nagelschmidt, der seit 1994 diese beispielhafte Aus- und Weiterbildungseinrichtung für die Branche leitet.



Thomas Nagelschmidt, Jürgen Felmet, Christine Nagelschmidt, Udo Nagelschmidt, Rosemarie Iseppi, Dieter Kampmann und Heinz Iseppi (v.l.n.r.)

MultiVision: Herr Nagelschmidt, Sie haben das Fach- und Ausstellungsprogramm durch ein zünftiges Oktoberfest mit bayrischen Köstlichkeiten, uriger Liveband und Showeinlagen abgerundet. Das ist sehr gut angekommen.

Udo Nagelschmidt: Ja, unsere aufwändige Vorarbeit, die überwiegend von meinem Vater (Thomas Nagelschmidt) und Heinz Iseppi geleistet wurde, hat sich gelohnt. Unser Oktoberfest war ein toller Erfolg! Bis in die Nacht wurde zur Livemusik einer bayrischen Band getanzt; zwischendurch gaben drei fantastische junge Alphornbläserinnen eine Showeinlage. Glücklicherweise haben wir zu unserem Jubiläum viel Unterstützung von Freunden und Förderern erhalten; 18 namhafte Unternehmen aus der Branche haben sich als Aussteller* beteiligt.

Darüber hinaus konnten Sie hochkarätige Experten für Ihr Vortragsprogramm gewinnen.

Ja, das ist richtig. Heiko Schöttler von der Berufsgenossenschaft informierte über die »Erstellung einer Gefährdungsanalyse«; Dieter Kampmann, Multimatic, widmete sich dem Thema »Lösemittelbilanz für KWL« und Armin Schmitz, Innung/KHW-Münster, referierte über »Arbeitszeitkonten und geringfügig Beschäftigte«.

Sie selbst haben sich als Referent ebenfalls aktuellen Themen gewidmet?

Es lag natürlich nahe, über den »Mindestlohn in der Textilpflege« zu informieren. Nur eine Woche nach unserem Treff, am 24. Oktober, wurde dieser für Betriebe, die überwiegend objektbezogene Waschdienstleistungen erbringen, gültig. Da gab es eine Menge Informationsbedarf.

Ein konkretes und interessantes Thema – für alle Betriebe in Nordrhein-Westfalen – ist der NRW-Bildungsscheck, über den wir in

der MultiVision bereits berichteten. Was gibt es Neues dazu, was sollten die Betriebe wissen?

Der NRW Bildungsscheck ist nach wie vor eine sehr interessante Möglichkeit, für die berufliche Weiterbildung eine finanzielle Förderung zu erhalten. Daran kann man nicht oft genug erinnern, denn vielen Kollegen ist dies noch immer unzureichend bekannt.

Da wir über das Jubiläum eines Bildungszentrums reden, stehen zwei Aspekte im Vordergrund: Erstens die Geschichte des TBZ und zweitens natürlich das Thema Ausbildung. Über die Chronik des TBZ wurde schon häufig berichtet. Jeder kann diese auf der Homepage lesen: www.tbz-rheine.de.



Udo Nagelschmidt ist seit dem 1. Oktober 1994 Leiter des TBZ. Wie die anderen Dozenten kommt er direkt aus der Praxis. Die Praxisnähe, sagt der Textilreinigermeister, habe das Aus- und Weiterbildungszentrum in Rheine zu einem der bedeutendsten Bildungszentren der Branche gemacht.



Die Ausstellung im Textilreiniger-Bildungszentrum bot Zeit und Raum für den kollegialen Fachaustausch.

Herr Nagelschmidt, was ist für Sie bis heute das Bemerkenswerteste an der Entwicklung innerhalb der letzten 20 Jahre? Was zeichnet das Bildungszentrum aus?

Die Praxisnähe! Ich glaube, dass die Praxisnähe unserer Schulungen das TBZ zu einem der bedeutendsten Bildungszentren unserer Branche gemacht hat. Unsere Dozenten kommen aus der Praxis, kennen die Probleme unserer Kollegen und sprechen deren Sprache.

Im optimal ausgestatteten TBZ-Technikum kann in kleinen Schulungsgruppen effektiv gearbeitet werden. Viele Schulungsteilnehmerinnen und Teilnehmer haben uns bestätigt, dass sie die neuen Erkenntnisse schnell in ihrer täglichen Arbeit umsetzen konnten. Die meisten von ihnen kommen wieder und halten sich mit verschiedenen Seminaren auf dem Laufenden. So macht Lernen Spaß!

Die konsequenten Bemühungen der Gründer des TBZ, die zum großen Teil heute noch aktiv sind, zeigen deutlich, dass es hier in hohem Maße Bewusstsein und Energie gab, sich für die Aus- und Weiterbildung in der Branche einzusetzen. Dieses besondere Engagement wird von Ihnen, aber auch Ihrer Frau Christine Nagelschmidt, fortgeführt. Was bewegt Sie, das zu tun?



Zu den Ausstellern zählten in diesem Jahr auch die Firmen Vereinigte Lederreinigung (ATUPACK) und BÜFA.

Es gibt nach wie vor einen immensen Bildungsbedarf in unserer Branche. Wir – und damit meine ich nicht nur meine Frau und mich, sondern auch die vielen anderen, oft ehrenamtlich engagierten Kolleginnen und Kollegen – wollen unseren Beitrag zu mehr Kompetenz in der Branche leisten. Auch spielen sicherlich die eigene Neugier, die eigene Lust am Lernen und die Freude am kollegialen Austausch eine Rolle. Es macht Spaß, mit jungen Menschen umzugehen, sie in ihrer Entwicklung zu unterstützen, aber auch mit gestandenen Textilreinigern Erfahrungen auszutauschen und zu diskutieren. Alles das ermöglicht unser Engagement im TBZ.

Was sollte die gesamte Branche im Bereich Ausbildung vorantreiben und beherzigen?

Unsere Branche braucht, wie jede andere auch, professionelle Fachkräfte und Nachwuchs. Ich würde mich freuen, wenn sich mehr Kollegen aktiv beteiligten und z.B. Ausbildungsplätze zur Verfügung stellen würden.

Zu guter Letzt sollten wir noch die Menschen würdigen, die dazu beigetragen haben, das TBZ zu der Einrichtung zu machen, die sie heute ist.

Das sind natürlich die TBZ-Vereinsgründer und hier insbesondere Heinz Iseppi, Thomas Nagelschmidt und Dieter Kampmann (Vorstand), aber auch viele viele andere Helfer und Sponsoren, deren namentliche Auflistung diesen Rahmen sprengen dürfte. Aber eine Person darf auf keinen Fall unbenannt bleiben: unsere Sekretärin Rosemarie Iseppi, die seit der Gründung mit außergewöhnlichem Einsatz dabei ist und an der erfolgreichen Entwicklung des TBZ einen erheblichen Anteil hat.

Herr Nagelschmidt, vielen Dank für das Gespräch und weiterhin so viel Erfolg!

* Aussteller: BÜFA, Böwe-Kundendienst Loncki, Cordes Bügeltechnik, Electrolux, Girbau, Teppichreinigung Grebe, Heesch + Heesch, Kassen-Huth, Kreuzler, Miele Professional, Multimatic, Treysse Wäscherei- u. Reinigungstechnik, DATAKASS - Henning Datentechnik, Vereinigte Lederreinigung (ATUPACK), Quadus, SEITZ, Stahl Wäschereimaschinen, Veit-Bügeltechnik.

Spezial-Computer Reinigungskassen seit 1975

RCM 40 Spezial-Kasse
Miete ab 59,- Euro plus MwSt.
TEC-SKS-EBM-UX-Ersatzteile
Reparaturen, Meisterwerkstatt
techn. Vertretung in
ganz Deutschland



Kassen + Rollen Huth GmbH

50823 Köln · Telefon (02 21) 510 22 31

Telefax (02 21) 510 20 83

www.kassen-huth.de



Multimatic unterstützt Aus- und Weiterbildung Kooperationen, die sich lohnen

■ **NEUMÜNSTER** – In Zeiten knapper Kassen sind neue Wege gefragt. Multimatic geht mit gutem Beispiel voran und unterstützt aktiv die Aus- und Weiterbildung in der Theodor-Litt-Landesberufsschule für Textilreiniger. Detachur-Seminare unter professionellen Bedingungen sind dank vier neuer Multimatic-Detachiertische jetzt möglich. Im Oktober startete die erste Veranstaltungsreihe mit einem Profi-Workshop zur örtlichen Fleckbehandlung.

Zum Auftakt der restlos ausgebuchten Premiere gab es viel Lob. 19 Teilnehmerinnen aus norddeutschen Textilreinigungsbetrieben hörten zur Begrüßung von Fachlehrerin Barbara Gerstenkamp, welches Engagement das neue Weiterbildungsangebot überhaupt erst möglich gemacht hat.

Namentlich Stefan Bohnhoff, der Multimatic iLSA in dieser Region mit Vertrieb und Service vertritt, konnte ein herzliches Dankeschön und viel Applaus entgegen nehmen. Mit Know-how und Tatkraft stand der Diplomingenieur für Anlagenbetriebstechnik bei der Einrichtung des neuen Detachierraums im ausgebauten Kellergeschoss der Ausbildungsstätte den dortigen Mitarbeitern zur Seite.

Mit einem von Multimatic gesponserten Dampfessel und vielen gemeinsam absolvierten Überstunden wurde aus dem bis dahin unter Raumnot und Maschinenmangel leidenden Textilpflege-Fachbereich ein professionell ausgestatteter Schulungsbetrieb. Der kommt nun den Textilreiniger-Azubis und den ebenfalls dort ausgebildeten Referendarinnen zur Fachlehrkraft genauso zugute wie Betreibern und Angestellten von Textilreinigungen. Letzteres ist neu, denn bislang konzentrierte sich die Theodor-Litt-Schule auf ihre klassische

Gebündelte Kompetenz: Stefan Bohnhoff, Lars Reuter, Barbara Gerstenkamp, Peter Schwarz und Wilfried Harms (v.l.n.r.) im Technikum der Theodor-Litt-Schule in Neumünster (Foto oben). Petra Beck, Geschäftsstellenmitarbeiterin der Textilreiniger-Innung Hamburg, und Wilfried Harms aus dem Hause BÜFA (Mitte). Fachlehrerin Barbara Gerstenkamp weiß das Engagement der Förderer zu schätzen (Foto unten).

Ausbildungsfunktion. Künftig erhalten also auch Berufspraktiker regelmäßig die Gelegenheit, sich in Neumünster auf den neuesten Wissensstand bringen zu lassen.

Seite an Seite für Qualität

»Ein einzigartiges Weiterbildungsangebot«, nennt Obermeister Lars Reuter von der Textilreiniger-Innung Hamburg denn auch, was hier entstanden ist. Zu erzielen sind solche Resultate freilich nur, wenn möglichst viele Verantwortliche fachkompetent und grenzüberschreitend kooperieren. Im Falle der Theodor-Litt-Schule sind dies neben der Innung als Workshop-Ausrichter und Multimatic als Equipment-Lieferant und Serviceunternehmen auch die Oldenburger Textilchemie-Spezialisten von BÜFA. So boten die Textilreinigungsmeister Peter Schwarz und Wilfried Harms zur Premiere eine ebenso fachkundige wie informative Einführung in die Hohe Schule der örtlichen Fleckbehandlung. Dank vielfältiger Beispiele und der Möglichkeit, sich anschließend an besonders hartnäckigen Vertretern der *Problem-Familien* Eiweiß, Stärke und Fett zu versuchen, konnte die Theorie sofort in praktisches Tun umgesetzt werden. Zahlreiche Kunden in Hamburg und Bremen, Niedersachsen und Schleswig-Holstein können sich über das hier erworbene, wirkungsvolle Praxiswissen wohl schon bald freuen.

Ebenfalls ausgebucht war ein weiteres Detachur-Seminar Ende November in Neumünster. Neue Termine standen zum Redaktionsschluss noch nicht fest. Wer interessiert ist und sich bereits anmelden möchte, kann sich direkt an die Textilreiniger-Innung Hamburg wenden:

www.textilreinigerinnung-hamburg.de

Der unternehmerischen Verpflichtung gerecht werden Ausbildung nicht um jeden Preis!

■ **BAD OLDESLOE** – Wer das Unternehmen Buchholz Textilpflege in Bad Oldesloe im Internet sucht, findet unter anderem heraus, dass die Geschichte des Textilreinigungsunternehmens auf das Jahr 1880 zurückgeht. Allerdings präsentiert sich das traditionsreiche Familienunternehmen ganz und gar nicht antiquiert. Der Onlineauftritt zeigt deutlich, dass Inhaber Rainer Buchholz, in der 4. Generation, der Schritt von der Tradition zur Moderne erfolgreich gelungen ist.



www.buchholz-textilpflege.de steht für eine junge, dynamische und frische Dienstleistung, die sehr am Kunden orientiert ist und Zeitgeist lebt. Welche Philosophie dahinter steckt, und warum Ausbildung dabei eine wichtige Rolle spielt, erklärte Rainer Buchholz der Redaktion **Multi-Vision**. Das Konzept sei im Prinzip recht einfach: »Alles, was wir tun, tun wir zum Wohle unserer Kunden; damit es nicht andere tun oder der Kunde es selber versucht.« Das geschehe stets in der Verknüpfung von Tradition, Gegenwart und Zukunft. Wobei mit Tradition, im Sinne des bekannten Zitates, eben nicht das Bewahren der Asche gemeint sei, sondern das Weitergeben des Feuers.

Die Textilreinigungsbranche befinde sich nach wie vor in sehr bewegtem Fahrwasser. Viele Unternehmer/innen seien der Meinung, dass Hilfe von außen kommen müsse. Aus der Sicht von Rainer Buchholz ist die konsequente Orientierung an den Kundenbedürfnissen der Weg aus dem Dilemma. »Wenn wir uns auf unsere Kernkompetenzen konzentrieren, unter Berücksichtigung

der gestiegenen Qualitätsanforderungen der gesamten Gesellschaft, halte ich das für die einzige realistische Lösung.« Optimale Leistungen könnten allerdings nur dort erbracht werden, wo es qualifiziertes Personal gebe. In dem eigenen, stets handwerklich orientierten Unternehmen nehme daher die Ausbildung einen entsprechend hohen Stellenwert ein. In den 60ern und 70ern sei dieser Aspekt – mit dem Boom des 1-Stunden-Services – vernachlässigt worden. Mit den mittlerweile sehr gehobenen Kundenansprüchen habe Qualität heute wieder absolute Priorität.

Rainer Buchholz bildet in seinem Betrieb seit 1995 aus – mit viel Erfolg. Azubis aus dem Hause Buchholz Textilpflege qualifizierten sich unter anderem als Bundessieger im Leistungswettbewerb der Handwerksjugend. Gerade in diesem Jahr hat eine junge Auszubildende ihre berufliche Laufbahn im 65 Mitarbeiter starken Betrieb gestartet. Für das kommende Jahr steht ein weiterer freier Ausbildungsplatz zur Verfügung.

Rainer Buchholz erwartet allerdings gewisse Grundkenntnisse. »Meiner Meinung nach hat jedes Unternehmen die Verpflichtung, darauf zu achten, dass ein Auszubildender eine reelle Chance auf persönliche Erfolgserlebnisse und eine Perspektive hat.« Wer beispielsweise keinerlei Basiswissen in Physik oder Chemie mitbringe, stehe später in der Berufsschule vor ernststen Problemen. »Ausbildung ja, aber nicht um jeden Preis«, sagt daher Rainer Buchholz in aller Klarheit.

Generell hält er eine fundierte Ausbildung in der Branche für nach wie vor zeitgemäß: »Auf Grund unserer Betriebsstruktur sind wir in der Lage, kompetent und umfassend auszubilden. Wir sind tagtäglich dazu aufgerufen, in der gesamten Bandbreite der professionellen Textilpflege individuelle Kundenwünsche zu erfüllen. Dank unserer

umfangreichen Angebotspalette können wir selbst auf die Inhalte aus dem Segment Wäscherei eingehen, die in der hochtechnisierten Großwäschereisparte teilweise gar nicht mehr vermittelt werden können.«

Für Rainer Buchholz ist und bleibt die Dienstleistung Textilpflege auch in der Zukunft ein vielfältiger, attraktiver Wirtschaftsbereich, der sicherlich allen Beteiligten oft sehr viel Einsatz abverlange. Das sei für viele junge Menschen die Kehrseite der Medaille. »Den interessierten jungen Menschen, die eine Herausforderung suchen, bieten wir allerdings unheimlich viele Möglichkeiten! In unserem Job geht es nicht nur um Technik, Chemie und Physik, sondern auch um Menschen und Mode, betriebswirtschaftliches Denken und Marketing. Das alles macht die Ausbildung für mich sehr reizvoll.« Wer diese schließlich erfolgreich abschließen, habe gute Aussichten auf eine Führungsposition, ob nun im eigenen Betrieb oder in anderen attraktiven Unternehmen, als Leiter oder im Bereich Anwendungstechnik in der Zulieferindustrie.

www.buchholz-textilpflege.de

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 2010!** Bewerben Sie sich jetzt!

Buchholz Textilpflege · Rügen 11
23843 Bad Oldesloe · mail@buchholz-textilpflege.de
www.buchholz-textilpflege.de

Buchholz
TEXTILPFLEGE

Kleines Lexikon der Chemie, Teil II

Warum es Sinn macht, der Wäsche Saures zu geben

Hätten Sie gewusst, welche Informationen der Leitwert über die Waschflotte gibt, oder der pH-Wert bei der Pflege von Wolle gern etwas sauer ist? Und was die alte Rasenbleiche heute noch mit moderner Wäschepflege gemeinsam hat? Bereits in der letzten **MultiVision** erklärte Dr. Jürgen Schwertfeger, Oldenburg, was der Leit- oder pH-Wert und der Sauerstoff mit der Wäschepflege zu tun haben. Im zweiten Teil unserer kleinen Chemiekunde geht es um Fachwörter, die zwar gebräuchlich, aber vielleicht doch nicht allen ein Begriff sind.



Foto: servitex

Die Säure

Die Zugabe von Säure – am Ende eines Waschganges mit alkalischen Waschmitteln – ist in der modernen Wäschepflege Standard. Warum aber geben wir der Wäsche Saures? Was verändert sich dadurch im Waschprozess? Die Antwort: Während der

Hauptwäsche, die in der Regel mit hoher Alkalität, also einem hohen pH-Wert, durchgeführt wird, quellen natürliche Fasern auf. Dadurch können wir den Schmutz selbst aus den tiefsten Poren lösen. Durch die Quellung gelangt jedoch auch Waschmittel und damit Alkalität in die heißen Fasern. Beim Spülen kühlt sich die Faser ab, zieht

sich wieder zusammen und schließt dadurch Restalkalität mit ein. Genau diese Restalkalität wollen wir mit der Säure neutralisieren, da sie durchaus Probleme bereiten kann. Sie hinterlässt die ungeliebten, bräunlichen Flecken oder Streifen auf der Mangelwäsche: Hier hat sich Kernalkalität unter der hohen Hitze der Mangel verfarbt. Eine andere, im wahrsten Wortsinne irritierende Begleiterscheinung sind Hautrötungen oder Juckreiz, ausgelöst durch Textilien mit alkalischen Rückständen. Sie werden durch das Tragen bzw. den Schweiß aus der Faser gelöst und verändern den pH-Wert auf der Haut. Im schlimmsten Fall führt das bei besonders empfindlichen Menschen sogar zu Ekzemen.

All diese negativen Begleiterscheinungen können wir durch Zugabe von Säure im letzten Spülbad verhindern. Sie neutralisiert die Alkalität. Solche Neutralisationsreaktionen sind in der chemischen Welt schnelle Reaktionen; deshalb werden auch keine langen Spülbäder benötigt. Zum Absäuern haben sich unterschiedliche organische Säuren bewährt; Produkte auf der Basis von Ameisen- oder Essigsäure beispielsweise. Moderne Neutralisationsprodukte sind allerdings weitaus wirkungsvoller, wobei auch hier gilt: Viel hilft nicht unbedingt viel! Zuviel Säure im letzten Spülbad lässt den pH-Wert auf der Ware zu sehr sinken, was beim Mangeln zum sogenannten Schieben führt. Ein pH-Wert zwischen 5,5 und 6,5 im letzten Spülbad ist absolut ausreichend.

Die Wasserhärte

Wenn wir von Wasserhärte sprechen, klingt das relativ profan. Wissenschaftlich definiert, hört sich das schon ganz anders an: Sie ist die Äquivalentkonzentration der im Wasser gelösten Ionen der Erdalkalimetalle,

in speziellen Zusammenhängen aber auch deren anionischen Partner. Aha!

Das lässt sich natürlich auch etwas griffiger erklären: Wasserhärte ist die Konzentration von Kalk (Kalziumkarbonat) im Wasser. Gemessen wird sie in Grad Deutscher Härte (°dH). An dieser Stelle müssen wir nicht unbedingt die chemischen Einzelheiten wissen oder aber die genaue Zusammensetzung der Härtebildner. In Deutschland finden wir regional bedingt unterschiedliche Wasserhärten: In Würzburg beispielsweise 37°dH, in Kiel 16°dH, in Freiburg 5°dH und so weiter. Der entscheidende Punkt ist: Hartes Wasser beeinflusst den Waschprozess negativ. Je härter das Wasser, umso schlechter der Wascherfolg! Um dies auszugleichen, müssen wir die Waschmitteldosierung erhöhen. Moderne Waschmittel sind bereits in der Lage, eine große Menge an Wasserhärte abzupuffern.

Größere Wäschereien sollten allerdings über eine Wasserenthärtungsanlage verfügen, um die Kalkablagerungen aus ihrem System zu verbannen. Ein weiterer Negativaspekt harten Wassers: durch Ablagerungen auf den Textilien entsteht Vergrauung. Manchmal ist es eben doch sinnvoll, etwas weicher zu sein.

Der AOX-Wert

Dieses geheimnisvolle Kürzel steht im Anhang 55 der Abwasserverordnung für Wäschereien. Hier geht es um Grenzwerte: AOX-Werte geben die Menge an adsorbierbaren organisch gebundenen Halogenen an. Und unter Halogenen – hier allgemein als X bezeichnet – versteht man in der Chemie eine spezielle Gruppe von Elementen, die ähnliche Eigenschaften haben. Bekannte Vertreter sind: Fluor, Chlor, Brom und Jod. Diese organischen Halogenverbindungen werden über Aktivkohle zur näheren Untersuchung filtriert und dort adsorbiert. In der Wäscherei am populärsten ist sicherlich das Chlor, als Bleichmittel und oftmals als »letzte Möglichkeit«. In unserem benachbarten Ausland wird es regelmäßig eingesetzt und schmückt sich dort mit wohl klingenden Namen wie *Eau Javelle* oder *Javellwasser* (Frankreich, Schweiz).

Üblicherweise findet sich Chlor als Bleichlauge oder als pulverförmiges, chlorhaltiges Bleichmittel in der Wäscherei. Durch Chlor werden Farbstoffe zerstört. Chlor ist allerdings derart reaktiv, dass es nicht zwischen Obstflecken, Waschmittel, Textilien, Fett und anderen Bestandteilen der Waschflotte unterscheiden kann. Es greift überall an und zwar in kürzester Zeit. Dadurch entstehen AOX, die schließlich das Abwasser verunreinigen und bei den Wasserschutzbehörden großen Unmut auslösen. Insbesondere der Einsatz von Chlorbleichlauge fördert die AOX-Bildung. In dieser Lauge

ist eine hohe Konzentration an Chlor nur leicht gebunden. Dies erkennt man an dem starken, stechenden, typischen Chlorge-ruch. In der Waschflotte gibt die Lauge sofort ihr gesamtes Chlor frei und das reagiert buchstäblich mit allem, was es findet. Pulverförmige Chlorverbindungen hingegen geben nur langsam ihr Chlor ab. Dadurch bleibt die Chlorkonzentration in der Waschflotte relativ klein, was die AOX-Bildung minimiert.

*Kontakt: Dr. Joerg Schwerdtfeger
Dipl.-Chem.; Sales & Technical Support
joerg.schwerdtfeger@buefa.de*

Let's talk about it Textilpflege im Objektgeschäft

■ **BONN/FRANKFURT A. M.** – Eine interessante Nachricht für Objektspezialisten, Textil Service-Unternehmen, Textile Dienstleister und Textilpflegebetriebe im Objektgeschäft veröffentlichten der DTV und WRP bereits zum DTV-Verbandstag in Fulda: In Kooperation mit der Messe Frankfurt organisiert der Verband im nächsten Jahr das neue »Kompetenzzentrum Objekt« rund um den Bereich Flachwäsche. Damit erhalten alle Aktiven im Bereich Aufbereitung und Bereitstellung (z. B. Mietwäschereien und Leasingunternehmen) von Objekttextilien einen besonderen Raum, um ihre Produkte und Dienstleistungen präsentieren und den direkten Dialog mit potentiellen Kunden fördern zu können.

Hochwertige Objektausstattung braucht Kompetenz und exzellente Pflege: »Als deutscher Textilreinigungsverband möchten wir die Unternehmen der Branche im Objektgeschäft unterstützen und Zulieferer einbeziehen«, sagt DTV-Präsident Friedrich Eberhard. »Wir rufen deshalb noch einmal alle Spezialisten in diesem Segment dazu auf, aktiv und kreativ im Kompetenzzentrum Objekt dabei zu sein. Mit diesem Ausstellungs- und Kommunikationsforum wollen wir diesen Wachstumsmarkt beleben und eine neue Plattform für die Vernetzung von Anwendern und Aufbereitern schaffen.«

Wer sich, sozusagen mitten im Geschehen von Contract Creations, dem Objektausstattungsangebot der Heimtextil, präsentieren will, kann sich an den DTV wenden. Die Heimtextil, international größte Fachmesse für textiles Interior Design, findet vom 13. bis 16. Januar 2010 in Frankfurt

am Main statt. Mit dem Vortragsareal »Let's talk about it«, Showcases und dem Kompetenzzentrum werde die Halle 8 zum Meeting-Point der Branche, so die Messeverantwortlichen. Fachvorträge und Diskussionen sollen ein interessiertes Fachpublikum gezielt ansprechen. Zielgruppen sind Einkaufsleiter, Hotelbetreiber und Hausdamen, aber auch Designer und Raumplaner. »Aussteller finden ihre Zielgruppen hier konzentriert, direkt vor Ort«, betont Friedrich Eberhard. Der DTV ist mit einem eigenen Stand vertreten.

Zu einem themenspezifischen Messetag für »Flachwäsche im Objektgeschäft« – am 15. Januar 2010 – werden die Messe Frankfurt und der DTV Fachbesucher persönlich einladen. Die Partnermedien des SN-Verlages Haustex und WRP sorgen für eine ausführliche Vor- und Nachberichterstattung und somit für noch höhere Aufmerksamkeit und weitere potenzielle Kundenkontakte.

www.heimtextil.messefrankfurt.com

Ausbildung und Imagepflege liegen nah beieinander

Wie attraktiv ist das Berufsfeld Textilreinigung?

■ **ALPIRSBACH** – Die Textilreinigungsbranche braucht junge Menschen, sprich Auszubildende und potentielle Nachfolger/innen in der Unternehmensführung. Im Zuge des demografischen Wandels, werden zwar die Kunden nicht jünger, sondern tendenziell älter. Um eine Bereitstellung der Dienstleistung Textilpflege jedoch langfristig und flächendeckend sicherzustellen, ist ganz klar die Jugend gefragt. Momentan gibt es nur rund 750 Auszubildende bundesweit – ein klares Indiz für Handlungsbedarf. **MultiVision** sprach mit Friedrich Eberhard über das Thema Ausbildung, in seiner Funktion als DTV-Präsident und als Unternehmer.

Herr Eberhard, Sie haben es in Fulda deutlich betont und im DTV-Geschäftsbericht 2009/2010 geschrieben: Unsere Branche braucht geschulten Nachwuchs, um die Unternehmensnachfolge anzutreten und schlichtweg dafür zu sorgen, dass Textilpflegebetriebe die Qualität produzieren, die sie versprechen. Nun ist der Ausbildungsberuf Textilreiniger/in nicht wirklich populär und gilt nicht als sonderlich attraktiv. Sehen Sie es als Ihre Aufgabe bzw. die des Verbandes, das zu ändern?

Ja, ich habe das während des Jahresverbandstages deutlich betont, da es mir ein besonderes Anliegen ist, in meiner Funktion als Präsident des DTV, aber auch in meiner Verantwortung als Unternehmer. Wie Sie wissen, befindet sich das gesamte Textilreinigungsgewerbe nach wie vor in einem dynamischen Prozess des Strukturwandels. Die Unternehmen entwickeln sich zu modernen, leistungsstarken Dienstleistungsfirmen mit einer breiten Servicepalette bis hin zu Fullservice-Lösungen. Wenn wir in die Zukunft blicken, gewinnt die Branche dadurch an Attraktivität für Partner in Industrie, Handwerk, Handel und Gewerbe, Hotellerie und Gastronomie, Gesundheitswesen bzw. Pflegeeinrichtungen sowie Wellness- und Kurindustrie. Dabei bleibt aus meiner Sicht das Privatkundengeschäft für die klassischen Reinigungsunternehmen eine tragende Säule. Je attraktiver unsere Branche für alle Bereiche der Wirtschaft und des öffentlichen Lebens wird, umso höher ist ihre Akzeptanz in der Öffentlichkeit. Dieser Aspekt spielt eine tragende Rolle, wenn wir über Ausbildung reden. Junge Menschen wollen diese am liebsten in einer Branche bzw. einem Handwerk machen, das gesellschaftlich einen hohen Stellenwert hat. Hier liegt noch eine Menge Imagearbeit vor uns – sowohl intern als auch extern.

Wo liegen die internen Herausforderungen?

Als starker Verband werden wir künftig unsere Interessen und Kapazitäten weiterhin bündeln. Dadurch stärken wir unsere Kompetenz und unsere Wirkungskraft im Bereich Ausbildung. Je breiter gefächert das Angebot an Betrieben ist, die im gesamten Bereich Textiler Dienstleistungen ausbilden, umso attraktiver wird das Berufsbild für Auszubildende.

Die Aufstiegschancen in der professionellen Textilpflege zu verbessern, ist ein wichtiges Element, um Fachkräfte auszubilden, zu gewinnen und schließlich in der Branche zu halten. Momentan zählt die Branche allerdings nur rund 750 Auszubildende. Das ist ein klares Indiz dafür, dass es akuten Handlungsbedarf gibt.

Können Sie die geplanten Bemühungen konkretisieren?



Fakt ist: Der DTV verfügt in jedem Fall über die erforderliche Kompetenz. Im Ausschuss Aus- und Weiterbildung beispielsweise, vereinen sich schon heute handwerkliches und fachliches Know-how mit dem notwendigen technischen Wissen. Auf dieser Basis wird der DTV seine Aktivitäten weiter verstärken. Konkret gehören dazu die jährlichen Berufsschullehrertreffen, die Durchführung der Meistervorbereitungskurse und des Bundesleistungswettbewerbs, die Bereitstellung von Informationen für Ausbildungsbetriebe und so weiter. Ebenfalls ganz konkret ist für das kommende Jahr eine bundesweite Werbeoffensive zum Ausbildungsberuf Textilreiniger/in geplant.

Mit einer solchen Offensive verstärken Sie gleichzeitig Ihre externe Kommunikation bzw. Ihre Aktivitäten.

Ja, genau das beabsichtigen wir: Die Leistungen der Betriebe im gesamten Wirtschaftszweig Textilpflege transparenter zu machen und die Dienstleistung als solche aufzuwerten, ist Sinn und Zweck aller Verbandsaktivitäten, mit denen wir in die Öffentlichkeit gehen. Das heißt, das Thema Ausbildung in der Textilpflege muss deutlicher und nachhaltiger kommuniziert werden. Ausbildung ist in erster Linie ein Schwerpunktthema in der Facharbeit, nicht zuletzt aber auch im Gesamtkonzept Verbandsmarketing.

Der DTV ist bereits sehr aktiv, was die Kommunikation mit Schulen und Ausbildungseinrichtungen bzw. -förderern betrifft. Darüber hinaus müssen wir allerdings auch den Nachwuchs direkt erreichen, den wir in unseren Betrieben haben wollen: Junge, interessierte Menschen, die sich durch eine Ausbildung in der Textilpflege eine berufliche Existenz und Zukunft aufbauen wollen. Ihnen einen adäquaten Ausbildungsplatz zur Verfügung zu stellen und im Betrieb die erforderliche fachliche und persönliche Unterstützung zu bieten, liegt in unserer unternehmerischen Verantwortung.

Das setzt die Bereitschaft möglichst vieler Unternehmer/innen voraus, überhaupt auszubilden und darin einen Beitrag zur Zukunftssicherung der Branche zu sehen.

DTV-Jahresverbandstag 2009 Aktiv in der Verbandsarbeit

■ **FULDA** – Mehr als 220 TeilnehmerInnen der DTV-Verbandstagung 2009 erlebten ein anspruchsvolles Tagungsprogramm im ansprechenden Ambiente des Tagungshotels Esperanto in Fulda. Raum für Fachgespräche bot unter anderem eine Ausstellung von 35 Zulieferfirmen aus der Industrie, die ein vielseitiges Produkt- und Dienstleistungsspektrum zeigten.



Das neue Präsidium (v. l.): Hans Albert Heim (Beiratsvorsitzender), Joachim Krause, Wolfgang Winkler, Susanne Ullmer, Klaus Dänner, Friedrich Eberhard, Miriam Paul, Jürgen Diener, Gustav Jöckel (Ehrenmitglied) und Horst Lange.

Die Präsidiumswahl (ohne Wahl des Präsidenten) war ein wichtiger Tagesordnungspunkt auf der Delegiertenversammlung, neben der Diskussion über den Mindest-

lohn und die Agenda 2015.

In ihrem Amt bestätigt wurden: Miriam Paul, Jürgen Diener, sowie die Beisitzer Klaus Dänner, Horst Lange, und Wolfgang Winkler. Neu gewählt wurden: Susanne Ullmer und Joachim Krause. Für den Rechnungsprüfungsausschuss wurden Siegfried Lange und Richard Sterr wieder gewählt; neuer Stellvertreter ist Gerd Hanisch.

Der Ausschuss Technik und Umwelt wurde mit Karl Kallfass, Jochim Krause, Horst Lange, Günter Liebhardt, Winfried Maier, Rainer Hilberath, Gustav Jöckel und Oskar Kirchner besetzt. Im Ausschuss Marketing und PR sind Lothar Amm, Horst Lange, Raimund Zischka und Ute Salow vertreten; im Ausschuss für Aus- und Weiterbildung: Gerd Hanisch, Rolf Kober, Christina Kröger-Hedenus, Udo Nagelschmidt und Norbert Kasch.

Das ist richtig, auch diesbezüglich müssen wir noch Bewusstseinsarbeit in eigenen Reihen machen. Allerdings sollte uns das leichter fallen, wenn wir die Ist-Situation realistisch betrachten: Aufgrund der kommenden, geburtschwachen Jahrgänge werden sich in naher Zukunft noch deutlich weniger junge Menschen für einen Ausbildungsplatz in der Textilreinigung bewerben. Wir müssen also jetzt den Ausbildungsberuf Textilreiniger/in attraktiv und zukunftssicher darstellen, sprich vermarkten.

Ist die Ausbildung qualifizierten Nachwuchses Bestandteil Ihrer eigenen Unternehmenskultur?

Selbstverständlich bilden wir in unserem Unternehmen aus, zurzeit einen Textilreiniger und eine Industriekauffrau. Wir bemühen uns jedes Jahr um Auszubildende

und sehen das als unternehmerische Verpflichtung. Gleichzeitig ist es eine strategische Entscheidung im Rahmen der Qualifikation unserer Mitarbeiter.

Natürlich ist Ausbildung eine Aufgabe, aber es macht unseren Mitarbeitern Freude, ihr Wissen weiter zu geben und einen jungen Menschen auf den Weg zu bringen. Ganz nebenbei führt das zur Vertiefung des eigenen Wissens. Unsere Mitarbeiter bleiben dabei selbst auf dem aktuellen Stand.

Auch die DTV-Geschäftsstelle in Bonn beschäftigt übrigens seit diesem Jahr wieder einen Auszubildenden zum Büro- und Kommunikationskaufmann.

Herr Eberhard, vielen Dank für das Gespräch.

www.dtv-bonn.de

Familienpolitik mit starken Profilen

»Jetzt zeigen wir unsere Qualität noch deutlicher!«

■ **RATINGEN** – In einer Zeit der allgemeinen Wirtschaftskrise macht es Sinn, eine bewährte Strategie konsequent fortzuführen. Es braucht jedoch mehr als unternehmerischen Mut, ein Konzept gerade dann weiter zu entwickeln und sogar zu expandieren. Konstantinos und Maria Kokkinos und ihre Söhne Emmanouil, Georgios und Christoforos haben sich gemeinsam dafür entschieden, ihren Weg beharrlich weiter zu gehen. Während unserer Besuche in ihren Betrieben in Ratingen und Dormagen redeten wir über eine Firmenpolitik, die aus dem Nahe liegenden entstanden ist: die Familie als verlässliche Ressource.



Hier zeigt sich Textilreinigung stilvoll und elegant: Maria und Konstantinos Kokkinos sowie Berater Frank G. Odenbach im erweiterten, neu eingerichteten Betrieb in Ratingen.

»Das ist aber ein schicker Laden, Kompliment!«. Uns geht es wie allen, die in die *Textilreinigung Kokkinos* in der Steinhauser Straße in Ratingen-Homberg kommen. Wir sind beeindruckt. Dieses Aha-Erlebnis ihrer Kund/innen beflügelt Maria und Konstantinos Kokkinos seit der Neueröffnung ihres Betriebes im Oktober nahezu täglich. Sie haben für ihre Stammkunden – und überraschend viele Neukunden – durch die Verdoppelung der Geschäftsfläche und eine komplette Neugestaltung das *Einkaufserlebnis Textilreinigung* buchstäblich verschönert. Dafür ernteten sie prompt und unerwartet viel Lob und Anerkennung. »Unsere Kunden haben großen Respekt davor, dass wir in diesem Umfang in unser Geschäft investiert haben, gerade jetzt, in solch einer schwierigen Zeit«, kommentiert Konstantinos Kokkinos. Gemeinsam mit seiner Frau Maria hatte er sich vor 29 Jahren im kleinen Ort Homberg selbständig gemacht. Im damals gerade erst entstehen-

den Wohngebiet etablierten sie sich und ihre Dienstleistung mit viel Fleiß und Energie. Leicht war es nicht, erinnert sich das Ehepaar. Schon damals waren ihre Beharrlichkeit und die Bereitschaft, sich auf die Herausforderung einzulassen, eine entscheidende Gemeinsamkeit. Erfolg braucht eben auch Entschlossenheit.

Textilreinigung von ihrer schönsten Seite

Bemerkenswert ist nun nicht allein die Größe der neuen *Textilreinigung Kokkinos*. Die ehemals gemietete Immobilie ist inzwischen Eigentum. Durch den Erwerb eines angrenzenden Ladens wurde die Erweiterung machbar und damit die Möglichkeit, dem Betrieb optisch eine neue Dimension zu geben. Zeitgleich erfolgte eine technische Optimierung, unter anderem durch den neuen Hemdenfinisher *MaxiShirty 483* von *Multimatic*. »Wir arbeiten nun in allen

Bereichen nach dem neuesten Stand der Technik«, bestätigt der Firmengründer. »Wenn wir uns eines Tages aus dem aktiven Geschäft zurückziehen, hinterlassen wir einen perfekt ausgerüsteten Betrieb.«

Mehr über das Konzept Familie

Das Ergebnis einer viertägigen, harten Umbau- und Renovierungsaktion, bei der selbstverständlich alle mitgearbeitet haben, kann sich sehen lassen: Bereits der Blick durch das Schaufenster eröffnet eine völlig neue Perspektive. Im großzügigen Verkaufsbereich dürfen sich die Kunden auf modernen, schwarzen Ledersesseln entspannt niederlassen. Das dunkle Holz der



Quantensprung im Hemdengeschäft dank MaxiShirty 483: »Unsere Hemdenqualität ist jetzt unschlagbar«, sagt Konstantinos Kokkinos.

Möbel und Wände gibt dem Laden eine anspruchsvolle Note. Auf eine optimale Ausleuchtung des Kundenbereiches wurde

bei der Inneneinrichtung geachtet, die Atmosphäre ist hell und freundlich. Maßgebend für die Gestaltung waren in erster Linie die Vorgaben von Maria Kokkinos, die nach wie vor das Änderungsatelier führt. »Endlich sieht unser Laden so aus, wie ich es mir immer gewünscht habe.« Tatsächlich zeigt sich die Dienstleistung Textilreinigung hier überzeugend stilvoll und einladend. Auch wir sind übrigens herzlich eingeladen, mehr über das Konzept Familie zu erfahren. Wohltuend erleben wir dabei den Optimismus und die spürbare Freude daran, die Zukunft einer Familiendynastie in der professionellen Textilreinigung zu gestalten.

Qualität gezielt vermarktet

Die Familie Kokkinos bedient in Ratingen-Homberg, dem kleinen Ort mit etwa 8.000 Einwohnern, überwiegend Stammkunden, viele davon sind längst gute Freunde. »Wir leben mit unseren Kindern seit fast 30 Jahren hier. Daher haben wir uns dazu entschlossen, in Homberg und Ratingen zu investieren. Das Vertrauen unserer Kunden

hat uns Mut gemacht«, sagt Konstantinos Kokkinos. Er hat seine Betriebe längst an seine Söhne Georgios und Christoforos übergeben. Der älteste Sohn, Emmanouil Kokkinos, führt seit etwa drei Jahren mit Ehefrau Maria einen eigenen Betrieb in Dormagen (siehe MV 73/08). Während die Eltern immer noch den reibungslosen Ablauf im Produktionsbetrieb in Homberg unterstützen, hält Georgios Kokkinos, der Zweitälteste, in der Filiale in Ratingen-Ost die Stellung, die im Corporate Design ebenfalls neu eingerichtet und eröffnet wurde. Dass der Inhaber hier persönlich die Kunden betreut, gehört zum Erfolgsrezept Kokkinos: »Qualitätsleistungen und -kontrolle sind Chefsache!« An dieser Stelle seien wir bereits beim Kern der Unternehmensphilosophie, die da laute: Qualität, Qualität und noch einmal Qualität.

Ebenfalls seit 29 Jahren werde diese durch Werbung gezielt vermarktet: »Unsere Kunden sollen wissen, dass sich bei uns immer etwas bewegt und wir stets neue, attraktive Angebote haben.« So wurde selbstverständlich auch die Neueröffnung von Anzeigen

und regionalen Presseberichten begleitet. Damit sich die Investition rechnet, will Familie Kokkinos das Einzugsgebiet erweitern. Die Annahmestelle in Ratingen-Ost, mit einer sehr hohen Kundenfrequenz, sorgt für die Auslastung des Produktionsstandortes und wird jetzt zum lauwarmen Betrieb aufgerüstet. Der Wachstumsbereich Hemdenservice soll dadurch noch einmal verstärkt werden. Mit dem neuen Maxi-Shirty 483 habe man quasi einen Quantensprung gemacht. »Seitdem ist unsere Qualität unschlagbar, und zwar für jedes Hemd!«

Es sei kaum vorstellbar, aber seit der Neueröffnung am 1. Oktober 2009 hat man bereits eine Umsatzsteigerung von 40 % erzielt. Nicht allein durch den Gewinn von Neukunden. »Auch alte Kunden bringen jetzt deutlich mehr Ware. Wir haben unsere Qualität einfach sichtbarer gemacht«, so die Erklärung. Konstantinos Kokkinos ist der festen Überzeugung, Qualität sei das Geheimnis. »Vielleicht kommt der Erfolg langsam, aber er kommt auf jeden Fall, wenn die Qualität stimmt.«



Maria und Emmanouil Kokkinos haben eine Blitzkarriere gemacht. Ihren Erfolg und ihr außergewöhnliches Engagement bestätigt auch Marktleiter Helmut Röder gern. »Ohne Unterstützung unserer Familie hätten wir das nie geschafft«, so die jungen Unternehmer.

(Fotos: Gabriele Rejschek-Wehmeyer)

Wachstumschancen sofort genutzt

■ **DORMAGEN** – Zwischen 40.000 und 50.000 Menschen besuchen den HIT-Markt in Dormagen wöchentlich. Als Maria und Emmanouil Kokkinos im März 2007 ihren Betrieb in einem der besucherstärksten HIT-Märkte Deutschlands eröffneten, waren sie vom Wert des Standortes überzeugt. Die Tatsache, dass der Vorbesitzer dem Image Textilreinigung hier eher geschadet und den bestehenden Betrieb heruntergewirtschaftet hatte, schreckte sie nicht. Sie arbeiteten oft rund um die Uhr, sieben Tage die Woche, um ihr *Textilpflege-Center* zum angestrebten Erfolg zu führen. Es ist ihnen gelungen. Nach etwas mehr als drei Jahren haben sie sich fast um das Dreifache vergrößert. Sie mieteten zwei angrenzende Ladenlokale an, richteten in einem ein geräumiges Änderungsatelier ein und im anderen einen großzügigen Verkaufsbereich. »Für uns ist das eine immense Verbesserung unserer Möglichkeiten«, sagt Emmanouil Kokkinos. »Bisher mussten wir unsere gesamte Produktion auf 75 qm unter-

bringen. Oft wussten wir gar nicht wohin mit der Ware.« Drastisch verbessert hat sich dadurch auch der Umsatz. Täglich kommen 10 bis 15 Neukunden, die auf den mittlerweile unübersehbaren Textilpflegeservice aufmerksam geworden sind.

»Früher wussten viele Kunden gar nicht, dass es im Markt überhaupt eine Reinigung gibt«, ergänzt Maria Kokkinos. Die jungen Eltern des erst drei Monate alten Konstantinos sind stolz auf das Erreichte. »Sie haben allen Grund dazu«, bestätigt Marktleiter Helmut Röder, der sich mit seinen erfolgreichen Konzessionären freut. Die Jungunternehmer haben eine Blitzkarriere hingelegt, so viel steht fest. Sie betonen allerdings: »Ohne unsere Eltern und die Familie hätte das nie geklappt. Wir wissen, es ist immer jemand da, der hilft, wenn es nötig ist und auf den wir uns verlassen können.« Egal, mit welchem Mitglied der Familie wir sprechen, es klingt einfach stimmig und ihr Erfolg bestätigt: Das Familienunternehmen Kokkinos ist gut aufgestellt. rjw

Neues Design für neue Wertepflege Weg vom Billigimage – hin zur Exklusivität

■ **MEERBUSCH** – Futuristischer Lounge Charakter, weißgelacktes Mobiliar, blaugüne Farben, indirekt beleuchteter Ladentisch mit einer Spur Retro. Diese Art des Ladenbaus ist für unsere Branche ungewöhnlich. Mit einem völlig neuen Ladenbaukonzept unterstreichen Maria und Minas Botzoglou, Inhaber der Strümpfer Textilreinigung, Meerbusch, ihren Unternehmensanspruch: Das neue Design kennzeichnet Exklusivität!



Das gesamte Konzept vermittelt einen neuen, sympathischen, cleanen Eindruck. Maria und Minas Botzoglou haben aus einer normalen, Jahrzehnte alten Textilreinigung einen Premium-Betrieb gemacht, mit klarem Profil und dem Anspruch, Exklusivqualität zu liefern. Mit Feuereifer stürzten sie sich in die Herausforderung. »Beim Training in der Praxis und durch Besuche von Lehrgängen eigneten wir uns das Basiswissen an. Im Übrigen konnten wir uns auf erfahrene Mitarbeiterinnen verlassen,« berichtet Maria Botzoglou rückblickend. Sie ist die Seele des Geschäfts, von morgens bis abends hinter dem Ladentisch. Ihr Mann, ein erfolgreicher Manager in der IT-Branche, bedient vor allem samstags im Laden die Kundschaft und entwickelt die Unternehmensstrategie weiter. »Wir wollten weg vom Billigimage – hin zur Exklusivität«, sagt Minas Botzoglou, »weil wir privat vor allem auf Qualität achten, dann erst auf den Preis. So ist das auch bei der Mehrheit unserer Kunden. Der Erfolg unserer Strategie beweist es.«



Dieter Kampmann mit den Gewinnern des Goldenen Kleiderbügels 2009: Maria und Minas Botzoglou

Als Grundlage wurde in neue Maschinenteknik investiert. Dann entwickelte Minas Botzoglou, unterstützt von Multimatic, eine Marketingstrategie, nach der – neben der normalen Qualität – die »exklusiv-Reinigung« angeboten wird. Die Werbemittel entstanden in der Grafikabteilung in Melle. Den Ladenbau entwarf die Innenarchitektin Tanja Stefezius aus Düsseldorf (www.eigenraum-architektur.de).

Durch Gespräche am Ladentisch, Presseberichte und Flyer an jedem Kleidungsstück brachten Maria und Minas Botzoglou ihre Botschaft unter die Kundschaft.

Völlig neues Design und peppige Werbung für exklusive Leistungen.

Die Krone als Logo unterstützt die Kernaussage: »Unsere Krone steht für exklusive Pflege«. Es folgten klar verständliche Erklärungen über den Mehrwert des Exklusiv-Angebotes. Die Kunden merkten sehr bald, dass dies keine leeren Worte waren. Die Botzoglous und ihre Mitarbeiterinnen halten, was sie versprechen. »Das Ergebnis bestätigt wieder einmal die alte Erkenntnis: Erkenne Deine Zielgruppe und biete ihr mit Freundlichkeit, Service, Engagement und Enthusiasmus genau das, was sie wünscht«, fasst Minas Botzoglou zusammen. »Dazu gehört eben auch das passende Ambiente.«

Fazit: Der Anteil der »exklusiv-Reinigung« wächst und wächst. Die Kunden sind begeistert. Als das Unternehmen die Auszeichnung *Goldener Kleiderbügel 2009* erhielt, gaben viele Prominente ihre Wertschätzung und Hochachtung gern öffentlich zu Protokoll. *kok*

Qualifizierte Ausbildung auch in kleinen Betrieben Und plötzlich hat es Spaß gemacht!

■ **SCHLANGEN** – Wer ausbilde, habe eine hohe Verantwortung, leiste allerdings einen wertvollen Beitrag zur Existenzsicherung der Branche. Obermeister Norbert Kasch wünscht sich mehr Popularität und Anerkennung für den Beruf Textilreiniger/in – und mehr Betriebe, die bereit sind, Branchennachwuchs zu fördern.



Die Textilreinigermeisterin liebt die handwerklichen Herausforderungen in ihrem Beruf.

Für die meisten jungen Menschen ist es einfach kein Traumjob. Wer eine Ausbildung in der Textilreinigung macht, gilt eher als Exot und muss sich manchmal sogar der argwöhnischen Frage stellen: »Wie, Du arbeitest in der Reinigung?« Wer dann selbstbewusst und souverän antwortet: »Klar, das macht mir Spaß. Die Ausbildung ist vielseitig und ich habe später einmal gute Aussichten auf eine Führungsposition«, hat sicherlich einen guten Ausbildungsplatz gefunden oder sich in seinem Beruf längst etabliert. Laut Informationen des DTV gibt es in der Textilpflege derzeit rund 750 Azubis in Deutschland. »Es müssten jedoch wesentlich mehr sein«, sagt Norbert Kasch, Inhaber der *Textilreinigung Kasch* in Schlangen. Die Branche brauche dringend Nachwuchs, um den Qualitätsstandard der Dienstleistung langfristig zu sichern. Der Obermeister der Textilreiniger-Innung Bielefeld weiß, dass viele seiner Kolleg/innen gar nicht ausbilden wollen. »Es wird immer wieder geklagt, dass sich zu wenig geeignete junge Leute bewerben. Viele kleine Betriebe fühlen sich mit der Aufgabe überfordert und befürchten, dass sie nicht umfas-

send genug ausbilden können.« Norbert Kasch selbst hat in erster Linie positive Erfahrungen gemacht. Aus seiner Sicht bieten gerade Kleinbetriebe zahlreiche Vorteile: »Wir arbeiten einfach enger mit unseren Mitarbeitern zusammen, die Arbeitsschritte gehen Hand in Hand. Wenn es Fragen gibt, können diese sofort geklärt werden. Dabei sehen wir genau, wo die Azubis Schwierigkeiten haben und wir sie unterstützen können.« Bereits einige Lehrlinge erhielten in seinem Betrieb das erforderliche Handwerkszeug, um sich eine berufliche Existenz aufzubauen. Andererseits kann Norbert Kasch die Bedenken seiner Kolleg/innen nachvollziehen. Er kennt die Vorbehalte gegenüber einer Ausbildung in der Textilreinigung aus der eigenen Familie. Madeleine Heyden, die Tochter seiner Lebensgefährtin, war selbst überaus skeptisch, bevor sie sich dafür entschied. Mittlerweile kann sie eine authentische Erfolgsgeschichte als Textilreinigerin erzählen. Aufgrund herausragender Leistungen konnte sie sehr bald nach der Lehre ihre Meisterprüfung ablegen, im Alter von 23 Jahren. Den endgültigen Motivations-

kick hatte ihr der Sieg im Bundesleistungswettbewerb 2007 gegeben. Nach erfolgreicher Gesellenprüfung war der Schritt in die Meisterausbildung nur noch klein. Nein, ehrlich gesagt, sei es anfangs keineswegs der Wunschberuf gewesen, so Madeleine Heyden. Heute ist sie stolz auf ihren Meisterbrief und auf ihr Handwerk. Stolz darauf ist auch Norbert Kasch. Natürlich würde es ihn sehr freuen, wenn Madeleine den Betrieb übernehme. Mittlerweile wisse sie schließlich genau, was auf sie zukäme. Dass sie im Betrieb des Stiefvaters von Anfang an sehr selbständig arbeiten konnte, hat sie gefordert und gefördert. »Je selbständiger ich arbeiten konnte, umso interessanter wurde die Tätigkeit.« Und plötzlich habe es einfach Spaß gemacht!



Norbert Kasch und Madeleine Heyden.

Nach der Qualifikation zur Meisterin sammelte sie Erfahrungen in der *Ruhe Textilreinigung*, Bielefeld. Jetzt ist sie zurückgekehrt und es sei durchaus vorstellbar, den Betrieb eines Tages zu führen. Für Norbert Kasch wäre damit die Nachfolge des Betriebes, den er hier seit 1970 aufgebaut hat, gesichert. Sein Engagement für den Bereich Aus- und Fortbildung geht weit über die eigenen Interessen hinaus. Er ist im DTV (Ausschuss Aus- und Weiterbildung) aktiv, unterstützt die Berufsschule (Halle/Westfalen), unterrichtet im TBZ, ist Prüfungsausschussvorsitzender der Innung Bielefeld und im Prüfungsausschuss für den Bundesleistungswettbewerb. »Es gibt eben viel zu tun!« *rjw*

AKJ-Tagung 2009 in Röfingen

Es werden immer mehr engagierte Junioren

■ **RÖFINGEN** – »Wir werden immer mehr«, konstatiert der Vorstand des Arbeitskreis Junioren im Deutschen Textilreinigungsverband e.V. nach einer weiteren erfolgreichen Herbsttagung hoch erfreut. Vom 12. bis 15. November 2009 hatte der AKJ nach Bayern eingeladen und – wie immer – ein fachlich interessantes sowie unterhaltsames Event geboten. So feierten die Unternehmer/innen »unter 40« beispielsweise beim Haxenessen in schmucken Dirndl und Lederhosen.

Den fachlichen Auftakt der diesjährigen Herbsttagung gab Dr. Manfred Huppertz, BÜFA, mit Ausführungen zum Thema Qualitätsoffensive. »Das hohe Qualitätsniveau in Deutschland ist ausschlaggebend für die Verbesserung des Reinigungsverfahrens in PER und KWL«, erklärte Dr. Huppertz und informierte über das neue iPURA Jet-Cleaning-Verfahren von Multi-matic. Zur Lösemittelsituation allgemein stellte er fest, dass diese völlig stabil sei. In der Kombination der klassischen Textilreinigung im organischen Lösemittel und der Nassreinigung sieht er den Trend der Zukunft. Der Experte appellierte gleichzeitig an die Junioren, die Imagearbeit für die Branche voranzutreiben.



Ein informatives Highlight war unter anderem ein Besuch bei der Richard Geiss GmbH.

Mit dem FashionCare-Konzept stehe ein ideales Instrument für wirkungsvolle Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung.

Über eine Produktinnovation der besonderen Art informierte die CHT R. Beitlich GmbH (CHT BEZEMA), Tübingen: ein Weichspüler als patentierte Mikroemulsion auf Siliconbasis. Im Vergleich zu herkömmlichen Makroemulsionen bietet er eine deutlich bessere Ausrüstung. Im Anschluss an den theoretischen Teil lud AKJ-Mitglied Raimund Bolg seine Kolleg/innen zu einer Führung durch den Textilpflegebetrieb Kriener, Grundremmingen, ein. Zusammen mit Peter Kriener leitet er die Kriener GmbH.

Interessante Einblicke in das Wäscherei- bzw. Leasinggeschäft ermöglichte eine weitere Betriebsbesichtigung in der Frey Textilreinigung GmbH, Burgau. Katrin und Albert Frey führten durch den Familienbetrieb und zeigten, wie modernste Technik und kreative Problemlösungen einen Betrieb glänzen lassen.

Ein informatives Highlight war am zweiten Tag unter anderem ein Besuch bei der Richard Geiss GmbH, Offingen. Geschäftsführer Bastian Geiss zeigte den Teilnehmer/innen, wie umweltgerechte Abfallsorgung funktioniert. Die AKJ-Mitglieder

konnten sich persönlich vom europaweit führenden Standard überzeugen: Umweltschutz und Arbeitsschutz auf dem neuesten Stand der Technik.

Was uns am Ende verbindet, ist die saubere Wäsche!

Für den AKJ wichtiger Tagungspunkt war nicht zuletzt die Vorstandswahl. Hier die Ergebnisse: Neuer 1. Vorsitzender ist Henrik Bier; er tritt in die Fußstapfen von *Altvorstand* Karsten Ruhe. »Was uns verbindet, ist am Ende die saubere Wäsche, egal ob wir mit PER, KWL, Wasser oder CO² arbeiten«, begrüßte Henrik Bier als Vorsitzender die Mitglieder. Weitere frisch gewählte Vorstandsmitglieder sind: Jan Haufe (2. Vorsitzender), Michael Schleich (Kassenwart), Stefan Wolfsperger (1. Kassenprüfer), Michael Piene (2. Kassenprüfer) sowie Martin Rauner, Saskia Rauner, Jutta Volkmann und Ragna Werler als Beisitzer/innen.

Kontakt:

*Arbeitskreis der Junioren im DTV
c/o Henrik Bier
Lassallestraße 15/16
99974 Mühlhausen*

**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

Überzeugende Präsentation auf der MEDICA So funktioniert Berufskleidungsverwaltung

■ **DÜSSELDORF** – Das 40-jährige Jubiläum der MEDICA wollte sich die Fachwelt aus Kliniken und Arztpraxen nicht entgehen lassen. An den vier Veranstaltungstagen zählte die weltgrößte Medizinmesse (vom 18. bis 21. November 2009) gut 138.000 Fachbesucher aus mehr als 100 Ländern. Multimatic Maschinen GmbH, die Tochter von Multimatic iLSA Deutschland, stellte auf dem Stand von Dectos, Minden, das automatische Verwaltungssystem für hängende Berufsbekleidung von Metalprogetti vor.

Dectos, der Verbund eigenständiger textiler Vollversorger im Gesundheitswesen, ist für Multimatic in diesem Sektor der ideale Kooperationspartner. Die automatische Verwaltung hängender Berufsbekleidung spart Personal, senkt die umlaufende Teilmenge, vermeidet Schwund und ist rund um die Uhr verfügbar. Sie bietet eine optimale Kontrolle über den vorgeschriebenen Kleiderwechsel und vieles mehr. »Diese Faktoren machen das System für viele Krankenträger sehr interessant, aber auch für Industrie-Unternehmen, große Hotels und ähnliche Einrichtungen«, informiert Willi Dietrich. Der Geschäftsführer von Multimatic Maschinen erläutert das Konzept: »Alle Teile werden mit einem Mikrochip gekennzeichnet und in der Artikel-Datenbank erfasst. Jeder Nutzer wird in der

Nutzer-Datenbank registriert und erhält eine Magnetkarte zur Identifizierung; die Datenbank legt fest, welche Teile in welcher Höchstmenge er abrufen darf. Dabei werden sowohl größenbezogene Teile verwaltet, so genannte Pool-Ware, als auch personenbezogene Kleidungsstücke, beides als Mix in derselben Anlage.

Der vollautomatische Ablauf beginnt direkt nach der Anlieferung der Ware: Die Leseantenne registriert – im Vorbeifahren – jedes auf die Ladestation des Speichermagazins gehängte Teil und seine Position. Bei kleineren Anlagen diene das Speichermagazin auch als Ausgabeband. »Bei größeren Anlagen beschicken ein oder mehrere Speicherbänder das Ausgabeband«, erläuterte der Wäschereitechnik-Experte. »Wenn der Nutzer sich an der Ausgabestation mit



seiner Magnetkarte identifiziert, zeigt ihm der Monitor Piktogramme der Teile, die entsprechend seiner Registrierung in der Nutzer-Datenbank abrufen darf.« Bei der Rückgabe lege der Nutzer das Teil einfach in eine Klappe. Das System sei absolut rund, so Willi Dietrich: »Die MEDICA war für uns die beste Möglichkeit, das faszinierende Produkt aus dem Hause Metalprogetti vorzustellen.« *kok*

Innungsausflüge bilden: Drei Highlights an einem Tag

■ **AACHEN** – Bildung macht Spaß, besonders im Kreis gleichgesinnter Kolleg/innen. Auch in diesem Jahr hatte die Textilreiniger-Innung Aachen zu ihrem alljährlichen Bildungsausflug eingeladen, diesmal mit drei interessanten Zielen und Highlights an einem Tag.



Gäste der 1a Textilpflege Schudlek

Morgens trafen sich die Kolleg/innen im Hause der 1a Textilpflege Schudlek in Eschweiler. Hier konnten sie die innovative iPURA-Jet-Cleaning-Technik im Alltagsbetrieb kennen lernen. Die kritischen Fachleute hatten schwierige Fälle aus ihren Betrieben mitgebracht, um sich so ein noch besseres Bild über die neuen Möglichkeiten zu machen.

Detailfragen beantworteten Inhaber Norbert Schudlek sowie Mitarbeiter und Techniker von Multimatic, Melle. Das einheitliche Fazit der Teilnehmer/innen: die neue Technik sei ein hochinteressanter Weg, auch in Zukunft erstklassige Textilpflege zu verbraucherfreundlichen Preisen anbieten zu können.

Zeit und Muße zum Gedankenaustausch bot ein anschließender Spaziergang in den renaturierten Inde-Auen. »Unser äußerst kompetenter Naturführer brachte uns die Welt des Braunkohle-Tagebaus und die Gestaltung der Auen nach der Auskohlung näher«, erzählt Reiseorganisatorin Ute Oehring. Von den Inde-Auen geradewegs nach Portugal führte der kulinarische Abschluß des Ausflugs. Im ausgewählten Restaurant schulten die Teilnehmer/innen

schließlich ihre Geschmacksnerven und genossen portugiesische Gaumenfreuden.

Sonderaktion Verkauf aus unserer Ausstellung

- **Barbanti** Kragen-Manschetten-Presser RO 550, HD, Bj. 2007
- **Barbanti** Doppelfinisher, el. beh., Bj. 2008
- **Girbau** Waschschleudermaschine, HS 4022 PM-V, Füllmenge 23 kg, HD, Bj. 2008
- **Girbau** Wäschetrockner, STI-14S-E, Füllmenge 14 kg, el., Bj. 2008
- **Girbau** Wäschetrockner, STI-23S-E, Füllmenge 21 kg, el., Bj. 2008

Multimatic 
iLSA Deutschland GmbH

Ein gemütlicher Weihnachtsgruß



■ **MELLE** – Wenn es draußen kälter wird, wächst der Wunsch nach Gemütlichkeit. Die Weihnachtsplakataktion 2009 von Multimatic greift das Bedürfnis der Menschen nach Wärme und Behaglichkeit auf. Ein neues, attraktives Werbemotiv vermittelt die Botschaft, dass frisch gereinigte Winterkleidung diesem Wohlgefühlanspruch entgegenkommt – passend zur Kältesaison und rechtzeitig zur Weihnachtszeit.

Mit dem Gefühl Gemütlichkeit weckt das Plakat im DIN-A-1-Format eine positive Assoziation mit der Dienstleistung Textilreinigung: »Die freie Enzyklopädie Wikipedia beschreibt den Begriff Gemütlichkeit als warme Atmosphäre und Umgebung, in der man sich wohlfühlt. Sie steht aber auch für Ausgeglichenheit und Geborgenheit, Konfliktfreiheit und Sorglosigkeit. Sie bringt Ruhe in den hektischen Alltag und verträgt keine Aufregung, keinen Streit und keine Sorgen. Genau das wünschen wir Ihnen und Ihren Kunden«, sagt Verena Spieshöfer, Kommunikationsdesignerin im Hause Multimatic: »Ein gemütliches Weihnachtsfest.«

Wie immer ist das Plakat über die Multimatic-Außendienstpartner erhältlich. Weitere Beratung und Informationen:

Dipl.-Designerin Verena Spieshöfer
vspieshoefer@multimatic.de
Telefon (05422) 10014

Dafür stehe ich: 40 Jahre für Multimatic Innovativ. Beständig. Vorausblickend.

■ **MELLE** – Wer über professionelle Textilreinigung in Deutschland spricht, landet – eher früher als später – bei Dieter Kampmann. Und niemand muss wirklich erklären, welches Unternehmen oder welcher Auftrag hinter dieser Branchenpersönlichkeit steht. In diesem Jahr sind es 40 Jahre, die den Geschäftsführer des Meller Gesamtausrüsters mit dem Markennamen verbindet. In diesen Jahrzehnten hat Dieter Kampmann nicht nur Spuren hinterlassen. Er hat neue Wege gefunden und erfunden; aber auch geebnet und manifestiert. Er ist Schritte in Richtungen gegangen, die nicht immer vorgegeben waren. Dabei hat er stets Schritt gehalten mit der Zeit bzw. ihrem Geist. Dieter Kampmann prägte sein Unternehmen und gab ihm ein unverwechselbares Profil. Es ist definitiv kein Zufall, dass die Marke Multimatic mit denselben Eigenschaften assoziiert wird, wie ihr Geschäftsführer: innovativ, beständig und vorausblickend.

»Es war keineswegs immer einfach, schnell und angemessen zu reagieren, wenn es brennt, und gleichzeitig vorausschauend zu handeln.« In den vergangenen 40 Jahren habe die Branche mehr als einmal vor Situationen gestanden, in denen Initiative angesagt war. Dieter Kampmann ist keiner, der Schwierigkeiten aussitzt, sondern Lösungen gestaltet, selbst wenn es dafür nicht immer spontanen Applaus gibt. Diese Strategie führe allerdings nur dann zum Erfolg, wenn man mutige und vertrauensvolle Mitarbeiter/innen in allen Unternehmensbereichen, gute Produkte und zufriedene Kunden habe. Auf die Frage, ob er sich seinen Erfolg hätte vorstellen können, als er 1969 als gelernter Steuerfachmann in das junge Unternehmen Multimatic eingestiegen ist, antwortet er: »Nein, im Gegenteil. Bei Beginn meiner Tätigkeit hatte ich wenig Erfahrung in der allgemeinen Führung eines Unternehmens mit Handelsvertretern, externen Kundendienststationen und dem Verkauf von Maschinen. Schon damals haben mir Mitarbeiter und Mitstreiter sehr geholfen.«

Man könne in der Tat von gewachsenem Know-how reden. »Als Leiter des Rechnungswesens konnte ich in zahllosen Gesprächen meinen Blick für die Anliegen unserer Kunden schärfen. Ich erkannte sowohl die wirtschaftlichen als auch fachlichen Aspekte, vor allem aber die besonderen Herausforderungen, vor denen jedes einzelne Unternehmen stand. Kaum eine andere Branche stellt ihre Betriebsinhaber vor derart umfangreiche Anforderungen.«

So war es vielmehr Berufung als Beruf, im Jahr 1986, gemeinsam mit weiteren Gesellschaftern, ein eigenes Unternehmen zu gründen. »Ja, es war mein Traum, als selbstständiger Unternehmer und mit Hilfe eines engagierten Teams, eigene Ideen umzusetzen. Mich reizte von Anfang an die enge Verknüpfung von Handwerk und Dienstleistung in der professionellen Textilreinigung.«

Die Familienzeit war begrenzt. Als verlässliche Mitstreiterin übernahm Ehefrau Erika Kampmann den Part der Kinderbetreuung: »Wir waren uns einig und diese Aufteilung hat bis heute hervorragend funktioniert«, sagt der Vater von zwei Töchtern und Großvater von drei Enkelkindern.

Gradlinigkeit, absolute Verlässlichkeit und großer persönlicher Einsatz halfen ihm, das Vertrauen von Kunden, Fachverbänden, Lieferanten und Mitstreitern zu gewinnen. Dieter Kampmann steht für Führungskontinuität, er ist erst der zweite Geschäftsführer in der fast 45-jährigen Geschichte dieser Marke. »Für ein Interview in der Fachpresse wurde ich unlängst gefragt, ob ich Vorbilder habe. Ich habe einen Moment lang überlegt; aber im Grunde gibt es da für mich nur eine Antwort: Jeder, der gradlinig durchs Leben geht und in diesem Sinne seine Geschäfte führt. Für diese einfache, aber entscheidende Philosophie stehe ich, im Namen von Multimatic.«

dkampmann@multimatic.de
Telefon (05422) 1000
www.multimatic.de

Goldenes Bügeleisen Jetzt auch für Dieter Kampmann

■ **GEISENHEIM** – Der Hessische Textilreinigungsverband HTV und die Innung Hessen gestalteten ihre Jahrestagung wie immer als gelungene Mischung aus Fachinformation und Gesellschaftsereignis, diesmal vom 30. Oktober bis 1. November 2009 im Waldhotel Rheingau Geisenheim. Traditionell waren auch zahlreiche Gäste aus anderen Regionen angereist, um Freunde zu treffen. »... und weil sich die Hessen immer ganz besondere Mühe geben«, wie Klaus Ruhe aus Bielefeld sagte.



Dieter Kampmann, Erfinder des ›Goldenen Bügeleisens‹ wurde nun ebenfalls mit einem solchen Symbol gewürdigt. Der Hessische Textilreinigungsverband HTV bedankte sich damit für sein besonderes Engagment. (Foto: Christian Kehl)

Gesellschaftlicher Höhepunkt war das spannende Krimi-Dinner *Mord au Chocolat* unter Einbeziehung mehrerer Gäste. Im Anschluss überreichte Waltraud Noczinski, der gute Geist des HTV, ein überdimensionales goldenes Bügeleisen an Dieter Kampmann als Dank für das Engagement von Multimatic um die Seminare zum richtigen Bügeln von Oberbekleidung mit dem bundesweiten Wettbewerb *Goldenes Bügeleisen*.

Dieter Kampmann dankte mit dem Hinweis, dass es bei diesen Seminaren nicht

nur um die Weiterbildung gehe, sondern vor allem um die positive Resonanz in der lokalen Tagespresse.

Sein Resümee: »Bisher hat noch jede Lokalredaktion über diese Seminare ausführlich berichtet. Wann und wie schaffen wir es sonst, positiv in der Öffentlichkeit dargestellt zu werden? Ich wünsche mir, dass nach bisher sechs Veranstaltungen viele weitere Innungen mitmachen. Wir werden sie weiterhin unterstützen, auch bei der Organisation und Durchführung.« *kok*
www.multimatic.de

Günstige Gebrauchsmaschinen:

- **Böwe K 25-KWL**
Füllmenge 25 kg, HD, Bj. 1996
- **Multimatic Piccola TOP KWL**
Füllmenge 10 kg, el. + HD, Bj. 2006/07
- **Multimatic TOPSPEED 280 KWL**
Füllmenge 14 kg, HD, Bj. 2001
- **Multimatic Senza 320 KWL**
Füllmenge 16 kg, el., Bj. 2001
- **Multimatic TOPSPEED 500 KWL**
Füllmenge 25 kg, HD, Bj. 2000
- **Satec B 250 KWL**
Füllmenge 13 kg, el., Bj. 1995
- **Union 260 KWL Senza V**
Füllmenge 13 kg, el., Bj. 1997
- **Union Starlet 280 KWL**
Füllmenge 14 kg, el., Bj. 1999
- **Union 500 KWL MARKANT V**
Füllmenge 25 kg, HD, Bj. 1998
-
- **Multimatic Micromec 200 PER**
Füllmenge 10 kg, el., Bj. 2007/Ausstellung
-
- **Veit** Garderobenformer, Typ 8360, HD, Bj. 99
- **Barbanti** Hemdenfinisher MaxiShirty, HD, Bj. 2005
- **Barbanti** Universalfinisher MultiShirty, HD, Bj. 2005
- **Veit** Hemdenfinisher 8317, HD., Bj. 2001
- **Pony** Hemdenfinisher 402/1, HD, Bj. 2004
- **Pantex** Hosentopper, HD, Bj. 1996
- **Barbanti** Doppelfinish., el., Bj. 2005/2007
- **Pantex** Presse ›Presstige‹, HD, Bj. 1997
- **Unipress** Hemdenfinishmaschine, Mod. LIGHTNING NT 1, einschl. Kragen-Manschetten-Presser, HD, Bj. 06
- **Electrolux** Waschschleudermaschine W 365 H, Füllmenge 6,5 kg, el., Bj. 2006
- **Domus** Trockner S 11 EDUV, Füllmenge 9 kg, HD, Bj. 2008
- **Primus** Trockner T 16, Füllmenge 16 kg, gasbeheizt, Bj. 2008

Multimatic 
iLSA Deutschland GmbH

Gerdener Straße 71
D-49324 Melle
Telefon [05422] 1000
Telefax [05422] 10048
E-Mail info@multimatic.de
www.multimatic.de

Sanfte Pflege für sensible Fasern In dieser Saison ist Strick die Masche

■ **OLDENBURG** – Entscheidend für die Pflegbarkeit von Strickwaren sind die individuellen Fasereigenschaften, ihre Konstruktion bzw. Konfektion und nicht zuletzt die unterschiedlichen Accessoires. Da Wolle durch die Einwirkung von Feuchtigkeit und Mechanik schnell verfilzen kann, bedarf es einer besonders sorgfältigen Pflegebehandlung. Was Profis dabei beachten sollten, hat Textilingenieurin Pamela Krix in den aktuellen Praxistipps für die **MultiVision** zusammengefasst.

In der diesjährigen Winterfestsaison schmückt flaumweicher Strick sogar kostbare Abendmode und wertet sie damit effektiv auf. Strickwaren zeigen sich in diesem Herbst und Winter überhaupt sehr vielseitig: die Bandbreite reicht von grob gestrickter Designerware bis hin zu konfektionierten Strickjacken als Blazerersatz, langen Strickmänteln und Twinsets. Letztere feiern ihr Comeback und stehen für stilvolle Eleganz. Dabei zieren phantasievolle Intarsien den anschmiegsamen, hautsympathischen Feinstrick aus Kaschmir, Merino, Angora oder Alpaka. Für elegante Wolloptik sorgen Kombinationen aus weichem, melierten Bouclé-Garn und zart schimmernden Perlmutterknöpfen.

Hochempfindlich: Wolle filzt durch zu viel Mechanik

Die Pflegeeigenschaften von Strickware werden durch die Fasereigenschaften beeinflusst, darüber hinaus von der Konstruktion bzw. Konfektion und zusätzlichen Schmuckelementen. Die Eigenschaft, durch die Einwirkung von Feuchtigkeit und Mechanik zu Filzen, ist ein Merkmal für Wolle und Tierhaare; eine besondere Empfindlichkeit, die berücksichtigt werden muss. In der Vordetachur können bei lose gedrehten (flauschigen) Garnen und Zwirnen durch zuviel Wasser und/oder Dampf eine lokale Krumpfung und Verfilzungen entstehen. Zusätzlich reagieren diese sehr sensibel auf die mechanische Einwirkung durch Spatel oder Bürste.

Entscheidend: die Wahl des richtigen Reinigungsverfahrens

Bei der Reinigung im Lösemittel besteht kaum eine Gefahr der Verfilzung und Strukturveränderung, vorausgesetzt, die Pflegebedingungen für die mit P bzw. F



Foto: bugatti



Foto: photocase

Wohlfühlen in Wolle: Auch Mann geht in dieser Saison in Strick gut gekleidet.

(mit Unterstrich) gezeichnete Ware werden erfüllt. Um Flusen- und/oder Pillingbildung zu vermeiden, ist eine Reduzierung der mechanischen Beanspruchung immer zu beachten. Eine Vorbehandlung mit Feuchtigkeitzugabe kommt daher eher nicht in Frage.

Achtung: Viele Accessoires vertragen keine Lösemittel

Während Strick- und Wollwaren im Lösemittel in der Regel gut aufgehoben sind, gilt das nicht für eine Vielzahl modischer Schmuckelemente. Dazu gehören Perlmutterknöpfe und andere dekorative Knöpfe mit Beschichtung. Ebenso problematisch können Verzierungen mit Pailletten und Perlen sein. Knöpfe, Pailletten und Perlenstickereien lassen sich allerdings meist sehr gut Nass reinigen – schonend im Netz. Die Reinigung im Netz schützt übrigens auch labile, großmaschige Konstruktionen vor Verformung und Maßveänderungen. Sollte die Pflegekennzeichnung die Strickware als nicht waschbar oder Nassreinigungsfähig ausweisen, bleibt im Einzelfall zu prüfen, ob eine Behandlung im Wasser dennoch geeignet ist, um einen guten Warenausfall zu erreichen.

Als Faustregel gilt: eine gewählte Pflegebehandlung darf niemals zu einer störenden Veränderung des Textils führen. Mit der nötigen Fachkenntnis und praktischen Erfahrungen lässt sich allerdings selbst schwierige Strickware risikominimiert reinigen.

Ein perfektes Reinigungsergebnis dürfte beim Kunden für den gewünschten Aha-Effekt sorgen, der letztlich davon überzeugt, dass Profis eben doch besser pflegen.

Dipl.-Ing. Pamela Krix

Wertepflege und Unternehmenskultur Ausbildung bereichert – und zwar alle Beteiligten

■ **FREIBURG** – »Jugendliche und Erwachsene, Frauen und Männer zwischen 17 und 80 Jahren, aus Freiburg oder Portugal, mit Hauptschulabschluss oder Universitätsdiplom, ganz neu oder schon 50 Jahre dabei – sie alle tragen zum Gelingen des Unternehmens bei« Dieses Zitat aus der Jubiläumsbroschüre der Himmelsbach Reinigung Färberei, Freiburg, macht es deutlich: Wertschätzung gegenüber Mitarbeiter/innen hat einen hohen Stellenwert in der Unternehmenskultur.

Wertschätzung ist für Christian Himmelsbach, Prüfungsausschussvorsitzender in Baden-Württemberg, das Schlüsselwort zum Thema Ausbildung. Wenn es um junge Menschen geht, die eine Ausbildung in der Textilreinigung absolvieren, oder vielleicht erst einmal ein Praktikum machen, um das Gewerbe kennen zu lernen. Eine weitere Besonderheit des Familienbetriebes:

aus, welche Wertvorstellungen das Management hat, die Art und Weise ihres Umgangs miteinander und vor allem mit ihren Mitarbeiter/innen. Mit der Imagebroschüre zu Ihrem 125-jährigen Firmenjubiläum geben Sie Ihre Vorstellung von Unternehmenskultur deutlich zu erkennen, insbesondere durch die Wertschätzung gegenüber Ihren Mitarbeiter/innen.

Mein Bruder und ich hatten selbst die Möglichkeit, in guten Betrieben ausgebildet zu werden. Das verpflichtet, es ebenfalls zu tun. Und schlussendlich zähle ich die Ausbildung als gesellschaftliche Aufgabe zu einem Unternehmenszweck immer dazu.

Wie viele Auszubildende beschäftigen Sie derzeit?

Zurzeit haben wir zwei Auszubildende Textilreiniger im 1. und 3. Lehrjahr. Wir bilden, nach Bedarf und Anfrage, auch zur/m Einzelhandelskauffrau oder -mann aus.

Welche Perspektiven bieten Sie ihren Auszubildenden in ihrem Unternehmen?

Grundsätzlich übernehmen wir jeden Auszubildenden für ein Jahr mit einem befristeten Vertrag. Sie oder er kann sich dann beweisen und im Anschluss daran eine Aufgabe im Unternehmen finden oder sich nach anderen Arbeitsstellen umsehen. Das behandeln wir ganz individuell.

Wie sehen Sie die Zukunftschancen von ausgebildeten Textilreiniger/innen auf dem Arbeitsmarkt?



Sie alle stehen hinter dem Unternehmen Himmelsbach: die Mitarbeiter/innen des Textilpflegebetriebes in Freiburg.

Die Inhaber Christian und Meinrad Himmelsbach geben auch solchen Jugendlichen eine faire Chance, denen – ohne die Unterstützung von Unternehmern mit sozialer Verantwortung – der Einstieg in ein berufliches und gesellschaftliches Leben kaum gelingen würde.

MultiVision: Herr Himmelsbach, im Wirtschaftsduden steht der Begriff Unternehmenskultur »für die von den Mitgliedern eines Unternehmens hinsichtlich dessen Zweck gemeinsam getragenen Grundüberzeugungen, Werte und Einstellungen«. Unternehmenskultur drückt beispielsweise

Welche Rolle spielt das Thema Ausbildung in der Kultur Ihres Unternehmens?

Christian Himmelsbach: Ausbildung gehört für uns selbstverständlich dazu. Von Anfang an, konkret seit 1893, werden junge Menschen bei uns ausgebildet. Viele unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben bei uns gelernt und sind bis heute geblieben, seit 5, 10 oder mehr Jahren. So schwer und frustrierend es auch manchmal sein kann, Ausbildung bereichert ein Unternehmen – allein durch die Anwesenheit junger Menschen mit ganz anderen Fragen, Einstellungen und Lebensstilen.



Auch hier gibt es keine Pauschalantwort. Textilreiniger/innen werden gesucht, es ist ein so genannter Mangelberuf. Und wer seine Ausbildung gut abschließt, interessiert ist und etwas mobil, hat wirklich gute Perspektiven in der Branche. Nach unseren Erfahrungen werden fast alle Auszubildenden nach der Prüfung, wenn sie wollen, von den Betrieben übernommen – je nach Leistungsbereitschaft und Leistungsv ermög en zu unterschiedlichen Konditionen.

In Zusammenarbeit mit dem Internationalen Bund für Sozialarbeit (IB) und anderen Institutionen bieten Sie Praktikumsplätze für Jugendliche und junge Erwachsene als Trainingsmöglichkeit und Sprungbrett für den Einstieg in die Arbeitswelt an. Welche Erfahrungen haben Sie damit gemacht?

Was das betrifft, sind unsere Erfahrungen so unterschiedlich wie die Jugendlichen, die zu uns kommen. Jede und jeder der Praktikant/innen hat individuelle Probleme. Einmal liegt es vielleicht an einer Lernbehinderung, mal an der sozialen Situation, am Elternhaus, dem Migrationshintergrund oder anderen Gründen. Das Ziel des Praktikums wird vorher mit den Sozialarbeitern besprochen. In der Summe überwiegen die guten Erfahrungen und wo, wenn nicht in einem Betrieb, können schwierige Jugendliche auf das Arbeitsleben vorbereitet werden.

Welche Voraussetzungen braucht ein Unternehmen, um sich derart zu engagieren?

Das wichtigste ist die persönliche Bereitschaft, sich auf Jugendliche einzulassen –

das schließt ein gerütteltes Maß an Frustrationstoleranz mit ein. Das Fachliche gehört natürlich auch dazu, aber Ausbildung – man muss es leider sagen – ist immer mehr auch Erziehungsaufgabe.

Welchen Appell würden Sie an Unternehmer/innen richten, im Bezug auf die Ausbildung in der Branche?

Auch wenn es immer schwieriger wird, geeignete Jugendliche zu finden: Ausbilden bereichert das eigene Leben, trägt letztlich zu einem besseren Betriebsklima bei und ist auch aus gesellschaftlicher Sicht eine wichtige Aufgabe und Pflicht der Unternehmen in einer Marktwirtschaft.

Herr Himmelsbach, vielen Dank für das Gespräch.

Chefsache – Gedanken von Richard Sterr* Spezialist, Technikfreak, Psychiater und Entertainer



Wir leben in einer Zeit, in der das Tagesgeschäft sehr vielfältig ist. Die Anforderungen an die *Entertainer* Chefin oder Chef sind extrem unterschiedlich. Zuerst sind die Fachfrau und der Fachmann in der Textilreinigung/Wäscherei gefragt: Stoffe, Färbungen, Accessoires, Materialmix – alles muss oder soll täglich neu erlernt und erfasst werden. Die Mode ändert sich mit den Jahreszeiten. Allerdings bekommen wir dafür keine Reparaturanleitung auf CD, so wie dies in der Autoindustrie der Fall ist. Am liebsten sähen es die Kunden, wenn wir den Schmutz und die Flecken gleich beim ersten Telefonat, direkt über die Leitung, entfernen könnten.

Die Anforderung, als Kummerkasten für Kunden oder Personal zu dienen, ist ebenfalls Chefsache. Auch diese schwierige Aufgabe, die der eines Psychiaters gleichkommt, gilt es täglich zu bewältigen. Eine

Stellenbeschreibung eines neuzeitlichen Textilreinigungsunternehmers oder einer Unternehmerin wäre darüber hinaus die eines Technik- und Computerfreaks, der/die ökonomisch und ökologisch orientiert den Betrieb führt, zum Installateur bzw. Betriebsschlosser mit Elektromeisterausbildung ausgebildet ist und gleichzeitig die Fähigkeiten eines Netzwerkadministrators sowie Softwareprogrammierers mitbringt – und all das unter verbrauchsoptimierten Umweltschutzaspekten unter einen Hut bringt.

Nicht zu vergessen ist ein umfangreiches Wissen auf den Gebieten Betriebswirtschaft, Lohnabrechnung und Steuergesetzen. Dies muss stets auf dem aktuellen Stand gehalten werden, um über vierteljährliche Änderungen und Neuerungen informiert zu sein. Unwissenheit ahndet der Gesetzgeber gleich einem Verbrechen.

Der ständige Appell lautet: Vergesst ja den Umweltschutz mit den Grenzwerten, Frachten und Meldefristen nicht! Im Auge zu behalten ist schließlich die Arbeitsplatzgestaltung. Sie muss nicht nur

den Anforderungen der Berufsgenossenschaft entsprechen; sie sollte auch leistungsoptimierte und Kreativität fördernde Kriterien berücksichtigen (vielleicht nach Feng-Shui). Gleichzeitig sind Betriebsabläufe zu kontrollieren und gegebenenfalls wieder (vom Chef höchstpersönlich) in Schwung zu bringen. Die Kundenakquise und das Controlling gehören ebenso zum Tagesgeschäft wie: den Markt beobachten und sich über Neuerungen informieren, auf Messen fahren und Workshops oder Seminare besuchen und so weiter.

Trotz völliger Gehirnleere am Abend müssen Chef und Chefin auch im Unternehmen Familie noch ein passables Mitglied abgeben, um – nach zu kurzer Nacht – am nächsten Morgen wieder mit Schwung, Elan und sprühend vor Ideen in den Tag zu starten.

**Richard Sterr ist Präsident des Bayerischen Textilreinigungsverbandes (BTV).*

Sein Statement basiert auf einem Grußwort zum diesjährigen BTV-Verbandstag, als amüsante Aufforderung zum kollegialen Dialog über Erleichterungen im Unternehmeralltag.

Krönung des Festessens

Edelste Mousse au Chocolat zum Abschluss

Gabriele Rejschek-Wehmeyer leitet seit Oktober 2002 die Redaktion **MultiVision**. Im nächsten Jahr wird sich die Fachfrau für Kommunikation, Beratung und Konzeption (Agentur Wort und Idee) neuen Herausforderungen stellen. Als Fachredakteurin lernte sie ihr Handwerk vor allem in Fachverlagen; von 1987 bis 1997 war sie Chefredakteurin der Fachzeitschrift WRP.

Danach machte sie den Schritt in die Selbstständigkeit als Fachjournalistin, PR- und Marketingberaterin, schwerpunktmäßig in der Textilpflegebranche, u. a. für den DTV. Seit 2007 ist sie zusätzlich auf systemische Kommunikationsberatung spezialisiert.

Mit ihrem Lieblingsrezept verabschiedet sie sich nun von allen Leser/innen der **Multi-Vision** und greift noch einmal eine Rubrik auf, die aus Platzgründen in der Vergangenheit zu kurz gekommen war, sozusagen als traditioneller Abschluss: »Seit meiner Kind-

heit gehört feinste Schokolade zu den Kostbarkeiten des Weihnachtsfestes. Und eine gut gemachte Mousse au Chocolat ist für mich immer noch Höhepunkt eines Festessens.



Zutaten (für ca. 6 Portionen):

200 g Bitterschokolade (70 % Kakao)

100 ml Milch

2 Eier

2 Becher süße Sahne, à 200 g

180 g Zucker

nach Belieben: ein Schuss Rum

Zubereitung: Eier trennen, Eiweiß und Zucker im Wasserbad mit dem Schneebesen steif schlagen. Dann die Schokolade, ebenfalls im Wasserbad, schmelzen und Eigelb sowie Milch hinzufügen. Bei niedriger Hitze die Masse erwärmen, aber Vorsicht: nicht aufkochen! Zum Schluss das Eiweiß unterheben. Für den köstlich sahnigen Geschmack: Sahne steif schlagen und untermischen. Wer mag, gibt einen Schuss Rum dazu. Besonders gut schmeckt die schokoladige Süßspeise, wenn sie über Nacht im Kühlschrank kalt gestellt wird.

Guten Appetit!

Vom Umgang mit eigenwilligen Kunden

Hilfe, die Herdmanns kommen – alle Jahre wieder

Kennen Sie die Herdmanns? Für mich war die Begegnung mit ihnen ein ganz besonderes Erlebnis in der Vorweihnachtszeit vor ein paar Jahren. Während eines adventlichen Sonntagnachmittags bei Freunden wurde die Geschichte dieser eigenwilligen Romanhelden erzählt, als Tradition, was mir signalisierte: Jeder hier kennt die Herdmanns – außer mir. Als ich mich outete, erntete ich leicht verlegene Reaktionen: Wie, die kennst Du nicht? Mir war das egal; ich hatte sie ja soeben kennen und lieben gelernt, die Herdmanns: Sechs magere, dünnhaarige Kinder, die sich nur dadurch voneinander unterschieden, dass sie verschieden groß waren und an verschiedenen Stellen blaue Flecke aufwiesen, die sie sich gegenseitig beigebracht hatten. Deren Schandtaten einen gesamten Stadtteil geißelten und die in jener Vorweihnachtszeit die Befürchtung auslösten, dass das alljährliche Krippenspiel zum Desaster werden würde. Einfach weil sie dabei waren

und sicherlich nichts von dem tun würden, was man von ihnen erwartete.

Ja, Menschen wie die Herdmanns sind ein Schrecken, vor allem, wenn sie erwachsen sind und uns im Geschäftsalltag über den Weg laufen. Dann bringen sie uns sehr schnell an unsere Grenzen und sprengen augenblicklich jede Vorstellung vom Idealkunden. Denn, welche Kinderstube Ralf, Eugenia, Leopold, Klaus, Olli und Hedwig hatten, können wir uns lebhaft ausmalen. Leute wie die Herdmanns überfallen uns meist ohne Vorwarnung. Wir gehen unserem Tagesgeschäft nach und plötzlich kommen sie zur Tür herein. Ihre Beschwerde steht ihnen ins Gesicht geschrieben und ganz offensichtlich hat ihnen niemand beigebracht, dass man eine Reklamation auch in wohlgesetzten Worten formulieren kann. Wenn unsere Mitarbeiter/innen oder wir dann nicht gesammelt sind oder uns in weihnachtlicher Vorfreude rein gar nichts erschüttern kann, kommt es – wenn auch

nicht zum Desaster – zu Disharmonien, die das Verhältnis trüben. Wie wir es nun drehen und wenden, ob wir mit dem Schicksal hadern oder nicht, sie gehören einfach dazu: eigenwillige oder schwierige Kunden. In etwa ist es so wie mit den Herdmanns: Es ist nicht einfach mit ihnen, aber es geht auch nicht ohne sie. Sie gehören in den Geschäftsalltag wie das Jesuskind zum Weihnachtsfest. Und wer die Herdmanns bereits kennt, der weiß, dass Krippenspiel und Geschichte am Ende gut ausgingen und schließlich jeder einen Gewinn erzielte. Mir fällt dazu vor allem Hedwig ein, als Verkündigungengel mit dünnen Beinen und schmutzigen Stiefeln, die unter ihrem Kostüm hervorschauen, und die allen zuruft: »He, euch ist ein Kind geboren!« In diesem Sinne: ein fröhliches Weihnachtsfest!

Gabriele Rejschek-Wehmeyer

»Hilfe, die Herdmanns kommen!«,
von Barbara Robinson, Verlag Oetinger



*Frohe
Weihnachten*

...und ein glückliches
neues
Jahr!