



Foto: Shutterstock

Restart im HORECA-Segment

„Vom Normalzustand noch weit entfernt“

Die Wochen des wirtschaftlichen Stillstands haben der gesamten Textilpflegebranche zugesetzt, besonders den auf Hotel- und Gastronomie spezialisierten Wäschereien. WRP hat drei von ihnen gefragt, wie sie bisher durch die Krise gekommen sind, wann sie mit einer Rückkehr zu alten Wäschemengen rechnen, ob ihre Hotelkunden jetzt Hygienzertifikate verlangen und ob sich der Krise auch positive Seiten abgewinnen lassen.

Wie hat sich die Corona-Pandemie auf Ihre Produktion ausgewirkt?

Christian und Sebastian Böge, Geschäftsführer Wulff-Textil-Service, Kiel

Wir waren gerade in Vorbereitung auf das Ostergeschäft und mussten dann eine Vollbremsung hinlegen. Bis zum 18. Mai hatten wir bei Flachwäsche gerade mal fünf Prozent der üblichen Menge. Nach den ersten Lockerungen über Himmelfahrt und Pfingsten ging es dann langsam, aber kontinuierlich bergauf. Bei der Flachwäsche haben wir jetzt wieder 80 Prozent des alten Niveaus erreicht, bei Berufsbekleidung sind es 90 Prozent. Die Lockerungen im Tourismus machen sich bemerkbar. Fast alle unsere Kunden aus Hotellerie und Gastronomie haben wieder aufgemacht. Allerdings muss das Hygienekonzept von diesen sehr individuell umgesetzt werden. Bei manchen geht das leichter als bei anderen. Aber selbst diejenigen Kunden, die wieder mehr Umsatz machen, sind noch weit vom Vorjahresniveau entfernt, besonders in der Gastronomie. Insofern wird es auch für uns in diesem Jahr kaum mehr möglich sein, das Vor-Corona-Niveau zu erreichen.

Markus Zwaller, Geschäftsführer Witteler & Burkhardt Großwäscherei, Ladenburg

Nach einem sehr starken Januar und Februar hat uns die Krise mit beginnendem Lockdown im März mit voller Härte getroffen. Der Tiefpunkt lag im April und Mai, wo wir nur noch knapp sieben Prozent der ursprünglichen Wäsche Menge bearbeiten konnten. Ende Juni lag das Volumen wieder bei 25 Prozent. Wir gehen davon aus, dass es im Juli und August nicht mehr nennenswert steigt. Grund dafür ist die Business-Lastigkeit unserer Hotelkunden. In diesem

Geschäftsfeld waren die Sommermonate schon immer die schwächeren. Ab September rechnen wir wieder mit steigenden Mengen, da wir davon ausgehen, dass Tagungen und Kongresse wieder vermehrt durchgeführt werden und vielleicht sogar die eine oder andere Messe. Unsere Planungen sehen mindestens 50 Prozent der ursprünglichen Waschmenge bis Ende des Jahres vor. Im Laufe des nächsten Jahres planen wir wieder das Erreichen der Vor-Corona-Volumina ein, spätestens bis zur Messe-Hauptsaison im Spätjahr. Dabei sind auch die Wäschemengen von Neukunden eingeplant.

Ragna Werler, Prokuristin, Fliegel Textilservice, Berlin

Was den Wäscheumsatz betrifft, lässt sich der Höhepunkt der Krise bei uns zeitlich auf Ende April/Anfang Mai festlegen. Derzeit liegen wir noch immer weit unter Vorjahr, wobei es bei den Standorten unterschiedliche Auslastungen gibt. Im Durchschnitt liegen die Volumina aber unter der Hälfte der üblichen. Generell rechnen wir in nächster Zeit mit weniger Wäsche im Vergleich zu den Vorjahren, da die Hotel-Hygienekonzepte mehrheitlich vorsehen, bei längeren Gastaufenthalten keinen Wäschewechsel mehr vorzunehmen. Während früher beispielsweise täglich die Frotteewäsche ausgetauscht wurde, wird diese jetzt im Zimmer nicht mehr angefasst beziehungsweise es wird teilweise ganz auf den Housekeeping-Service verzichtet. Das schlägt sich in unseren Wäschevolumina nieder. Eine Erholung erwarten wir erst 2021/2022, möglicherweise dauert es auch länger. Das ist kaum vorherzusagen.



Sebastian und Christian Böge:

„Die Lockerungen im Tourismus machen sich bemerkbar. Bei Flachwäsche liegen wir aktuell wieder bei 80 Prozent, bei Berufsbekleidung bei 90 Prozent des Vorjahresniveaus.“



Ragna Werler:

„Hygiene wird unseres Erachtens dauerhaft ein großes Thema bleiben. In diesem Bereich passiert gerade sehr viel – im positiven Sinne.“

Stellen Sie ein verändertes Hygienebewusstsein bei Ihren Kunden fest?

Christian und Sebastian Böge

Auf jeden Fall. Das merken wir in vielen Gesprächen. Hygiene ist jetzt ein großes Thema geworden, das von den Kunden auch aktiv erfragt wird. Seit Corona weiß jeder, wofür das Kürzel RKI steht und was „Waschen nach RKI-Richtlinie“ bedeutet. Generell lässt sich feststellen, dass in der Gesellschaft ein anderes Hygienebewusstsein und auch eine veränderte Erwartungshaltung entstanden ist. Wir glauben, dass Hygiene in Zukunft in drei Bereichen gefragter sein wird: Überall da, wo Menschen in engeren Kontakt miteinander kommen, im Umgang mit Lebensmitteln und bei der Trennung von beruflicher und privater Kleidung. Letzteres ist wichtig, damit es nicht zu Verschleppungen von Keimen kommen kann.

Markus Zwaller

Definitiv ja. Vor allem von Seiten der Kettenhotellerie wird zumeist die Umsetzung zentral ausgearbeiteter Hygiene- und Schutzmaßnahmen gefordert, beispielsweise die Art und Weise der Übergabe der sauberen und Abholung der

Schmutzwäsche in den Hotels durch unsere Servicefahrer, die Desinfektion der Wäschecontainer oder die Masken- und Handschuhpflicht bei der Arbeit vor Ort. Uns verwundert allerdings sehr, dass das eigentlich Grundlegendste in Coronazeiten, nämlich ein desinfizierendes Waschverfahren und die Einhaltung der wichtigsten Hygieneregeln in der Wäscherei nicht immer abgefragt werden. Scheinbar setzen viele Kunden das fälschlicherweise voraus.

Ragna Werler

Es gab vereinzelt Nachfragen nach Hygienezertifikaten. Durch unsere proaktive Aufklärung, dass die Wäsche thermisch desinfiziert ist, liegt der Hygienefokus der Hotels allerdings eher auf „personellen“ Themen wie zum Beispiel der kontaktlosen Übergabe der Wäsche, Mundschutz der Mitarbeiter etc. Wir haben deshalb Hygienekonzepte und Hygienepapiere erarbeitet und unseren Kunden und unserem Geschäftsnetzwerk zur Verfügung gestellt. Das ist von unseren Geschäftspartnern sehr positiv aufgenommen worden.

Lässt sich mit Hygienezertifikaten jetzt werben ?

Christian und Sebastian Böge

Wir selbst sind schon seit vielen Jahren nach dem RAL-Gütezeichen 992-2 für Krankenhauswäsche zertifiziert und waschen entsprechend alle Wäsche wie Krankenhauswäsche. Bislang hat das unsere Kunden allerdings nur am Rande interessiert. Das hat sich mit Corona grundlegend geändert. Aktuell lässt sich mit den entsprechenden Zertifikaten gut bei Kunden werben. Deswegen kommunizieren wir dieses jetzt noch stärker. Kunden, die unsicher sind, was sie jetzt zu beachten haben, können wir damit ein Stück Sicherheit geben. Ich gehe davon aus, dass alle Wäschereien mit entsprechendem Hygiene-Zertifikat in Zukunft Umsatzzuwächse haben werden.

Markus Zwaller

Auch hier ein klares Ja. Wir haben unsere Kunden deshalb proaktiv über unser in Hotelwäschereien nicht selbstverständliches desinfizierendes Waschverfahren und unsere generell sehr hohen

Hygienestandards in Kenntnis gesetzt und unsere Unterstützung bei allen Maßnahmen im Handling der Wäsche angeboten. Auch für die Hotelmitarbeiter auf der Etage ist es ein beruhigendes Gefühl, zu wissen, dass von der Wäsche keine Gefahr für sie ausgeht. Zukünftig werden wir bei allen Angebotsabgaben bei potenziellen Neukunden unser Hygienemanagement ausführlich darstellen. Nicht nur die Prozesse in der Wäscherei, sondern auch die Belange des Kunden, beispielsweise die Inhouse-Logistik, werden dabei thematisiert.

Ragna Werler

Für die Fliegel-Wäschereien ist die hygienische Bearbeitung der Wäsche seit jeher Grundlage der Produktionen. Wir arbeiten im 90-Grad-Waschverfahren, welches RAL-zertifiziert ist. Dieses Hygieneverfahren ist Teil unserer Unternehmenskommunikation. Wir haben die Corona-Krise auch genutzt, um auf unsere Kunden zuzugehen und diesen Fokus zu thematisieren.



Markus Zwaller:

„Wir als Wäschereien müssen die Hygiene selbst zum großen Thema machen, auch außerhalb des Gesundheitsbereichs.“

Anzeige



TSE-Kassen

Termin: 30.09.2020

TSE-Kosten alle 5 Jahre ca. 500,-€ zuzügl. MwSt. oder bei Verstoß bis 25.000,- € Strafe.

RCM 300 Tastenkasse RCM 110 Touchkasse mit Drucker und Hydrofixdrucker

Programmierung + Lieferung
198,- € zuzügl. MwSt.
mit Zahlungsziel



Unser Angebot:

Miete 60 x 59,- € zuzügl. MwSt.
mit Garantie, steuerlich absetzbar.
Erste Mietzahlung 6 Monate nach Lieferung

Kassen und Rollen Huth GmbH

Philippstraße 70, 50823 Köln

Telefon: 0221 - 5102271

E-Mail: kassen-huth@gmx.net



Im Zuge von Corona ist Hygiene für Hotels zum Top-Thema geworden.

Sollten desinfizierende Waschverfahren auch in Hotelwäschereien zum Standard werden ?

Christian und Sebastian Böge

Natürlich wäre es zu wünschen, aber ich glaube nicht, dass der Krankenhausstandard auch bei Hotelwäsche zum Richtwert werden wird, solange vielfach sogar Arztkittel und andere Praxiskleidung immer noch zu Hause gewaschen werden. Aber wenn wir es hinbekommen, dass sich bei den Betrieben dauerhaft ein verstärktes Hygienebewusstsein etabliert, Berufs- und Praxiskleidung nur noch in professionelle Hände gegeben wird, wäre schon richtig viel erreicht.

Markus Zwaller

Das sollte von den Wäschereien schon aus Eigenschutz angegangen werden, da sie bei ungenügend aufgestellten Prozessen Keime und Viren ungewollt großflächig verbreiten können. Das Gütezeichen RAL 992/1 sollte mindestens in Bezug auf die Waschprozesse, der Flächendesinfektion und der Handhygiene

den Vorgaben des Gütezeichens RAL 992/2 angepasst werden. Wir als Wäschereien müssen die Hygiene selbst zum großen Thema machen, auch außerhalb des Gesundheitsbereichs. Absolute Hygiene müsste das Hauptthema und eigentlich eine Selbstverständlichkeit in unserer Branche sein. Wer außer uns kann diese besser darstellen, dafür sind wir doch schließlich da. Das muss eine Säule unseres Geschäfts sein. Vielleicht gibt Corona dazu neue Denkanstöße. Dann hätte diese Pandemie bei allem Schrecken doch noch etwas Gutes bewirkt.

Ragna Werler

Ja, selbstverständlich. Es werden ja auch schon diverse erweiterte Zertifizierungsprozesse diskutiert. Hygiene wird unseres Erachtens dauerhaft ein großes Thema bleiben, dessen sind sich alle Branchen und auch die Hilfsmittellieferanten bewusst. In diesem Bereich passiert gerade sehr viel – im positiven Sinne.

Wie haben Sie die Coronaflaute innerbetrieblich genutzt?

Christian und Sebastian Böge

Unter anderem haben wir die Kommunikationsstruktur im Betrieb geändert und den Führungskreis durch neue Funktionsträger erweitert, die wir in der aktuellen Situation gebraucht haben, um alle getroffenen Pandemie-Maßnahmen schnell zu kommunizieren. Darüber hinaus haben wir einige Projekte vorgezogen, etwa was die Modernisierung von einzelnen Bereichen oder die innerbetriebliche Struktur angeht, weil jetzt die Kapazitäten dafür frei waren. Außerdem haben wir uns intensiv mit der Frage beschäftigt, was nach Corona sein wird. Es ist ja nicht davon auszugehen, dass wieder alles so sein wird wie vorher. Vieles wird sich neu sortieren. Es wird einen veränderten Markt und veränderte Kundenstrukturen durch Betriebsaufgaben geben. Auch in unserer Branche werden es nicht alle schaffen. Wir haben bereits das erste Verkaufsangebot auf dem Tisch und es werden sicherlich noch weitere folgen. Wir sind sehr wachsam und interessiert, was Zukäufe angeht. In der langen Geschichte unseres Unternehmens haben wir immer in Krisenzeiten investiert.

Markus Zwaller

Es steckt in unserer DNA als sehr junges Unternehmen, Prozesse immer wieder zu hinterfragen und zu verbessern. In dieser Hinsicht haben wir Corona von der ersten Stunde an vor allem als Chance begriffen, die Robustheit und die Flexibilität unserer Produktion mit wechselnden kleineren Teams zu testen, gleichzeitig die erstklassige Qualität unserer Dienstleistung aufrecht zu erhalten und dabei trotzdem betriebswirtschaftlich sinnvoll zu arbeiten. Ein realistischer Stresstest also, von dem wir auch in der Zukunft profitieren werden. Die Zeit hat uns dabei aber auch gelehrt, an das eigentlich Unmögliche zu denken: Wie gehen wir mit einer Erkrankung im Betrieb um, wie können wir die Kundenversorgung in einem weniger planbaren Umfeld sicherstellen, wie können wir trotz Krise an unseren ambitionierten Zielen festhalten und vieles mehr. Corona hat

uns auch Demut gelehrt. Nicht immer geht alles nur nach vorne und nach oben. Damit muss man auch umzugehen lernen und die kleinen Dinge des Lebens wieder mehr schätzen – vielleicht auch ein neuer Blickwinkel zum Thema Nachhaltigkeit.

Ragna Werler

Wir haben die Digitalisierung im Verwaltungsbereich vorangetrieben und diskutieren aktuell den Ausbau unserer Geschäftsbereiche. Außerdem wollen wir zu unseren festen Vertragshotels ein Pool-Modell für kleinere Häuser etablieren und setzen verstärkt auf Neukundenakquise.

Anzeige



**Eine komplette
Verbindung in unter
einer Minute!**

ANKER® Patchverbinder für die Wäschereiiindustrie:

- Ordentlicher Verbindungsvorgang ohne Dämpfe, die eingeatmet werden müssen
- Schnelle Installation und haltbare Verbindungen sorgen dafür, dass keine Produktionszeit verloren geht
- Die Abdeckung durch Patchmaterial verhindert Beschädigung der Wäsche
- Von Stunden zu Sekunden – der gesamte ANKER® Patchverbinder-Vorgang dauert mit einer ANKER® elektro-hydraulischen Einpressmaschine nur 30 Sekunden

Flexco Europe GmbH
Maybachstrasse 9
D-72348 Rosenfeld

Tel: +49-7428-94060
Fax: +49-7428-9406260
europe@flexco.com

FLEXCO

Partners in Productivity

www.flexco.com