

# QUALITATIVE UND QUANTITATIVE ERFOLGSFAKTOREN FÜR DIE TEXTILPFLEGEBRANCHE

## MÖGLICHKEITEN UND CHANCEN FÜR DIE ZUKUNFT

März 2014

# 1. INHALTSVERZEICHNIS

---

1.	INHALTSVERZEICHNIS .....	2
2.	DER MARKT UND DIE ANBIETER – EINE BESTANDSAUFNAHME.....	3
2.1.	DIE ENTWICKLUNG .....	3
2.2.	DIE SITUATION IN ÖSTERREICH .....	4
2.3.	DIE SITUATION IN DER STEIERMARK .....	7
2.4.	BERUFE IN DER BRANCHE DER TEXTILREINIGER .....	9
2.5.	DER ZUKUNFTSMARKT.....	10
3.	TEXTILMÖBEL UND DEREN REINIGUNG.....	11
3.1	MÖBELREINIGUNG .....	11
3.2	TEPPICHREINIGUNG.....	12
3.3	OUTDOOR-MÖBEL .....	12
4.	DIE KUNDEN.....	13
4.1.	DIE PRIVATKUNDEN.....	13
4.2.	DIE AUSWAHL EINES TEXTIL- UND HYGIENEDIENSTLEISTERS .....	15
4.3.	BUSINESS TO BUSINESS-KUNDEN .....	16
5.	DIE LANDESINNUNG „NEU“ .....	17
6.	VORBEMERKUNGEN ZUR QUALITATIVEN BEFRAGUNG .....	19
7.	RESÜMEE DER QUALITATIVEN BEFRAGUNG.....	20
8.	SCHLUSSFOLGERUNGEN / DIE ZUKUNFT .....	24

## 2. DER MARKT UND DIE ANBIETER – EINE BESTANDSAUFNAHME

---

### 2.1. Die Entwicklung

- ▶ Trocken- und Nassreinigen, Waschen, Detachieren, Imprägnieren, Ausrüsten, Stärken, Bügeln, Pressen, Spannen, Falten, Mangeln und Bleichen aller Arten von Bekleidung und Textilien sind Aufgabenbereiche der Textilreiniger und Wäscher. Alle Bereiche benötigen umfassendes Fachwissen und vieles hat sich in den letzten 20 Jahren geändert - von der Technik bis zu den Materialien und deren Reinigung.
- ▶ Durch zunehmend strenger werdende Umweltauflagen und neue Materialien hat sich die Branche der Textilreiniger und Wäscher stark verändert:
- ▶ **In den letzten 20 Jahren** ist ein **Rückgang** der Betriebe in dieser Branche **um 77,0 %**, also knapp 4,0 % pro Jahr, zu verzeichnen. Bereits seit den 1980er Jahren sinkt die Anzahl der Betriebe in diesem Unternehmensbereich fortlaufend.
- ▶ Für diesen Rückgang sind im Wesentlichen zwei gegenläufige Entwicklungen verantwortlich. Einerseits ermöglichen die neuen Technologien eine bequeme Reinigung zu Hause, andererseits gibt es zunehmend mehr Kleidung und **Textilien**, die **leicht zu pflegen** und zu reinigen sind.
- ▶ Darüber hinaus hält der **Trend, legere (Freizeit-)Kleidung** (auch bei besonderen Anlässen) zu tragen, immer mehr Einzug.



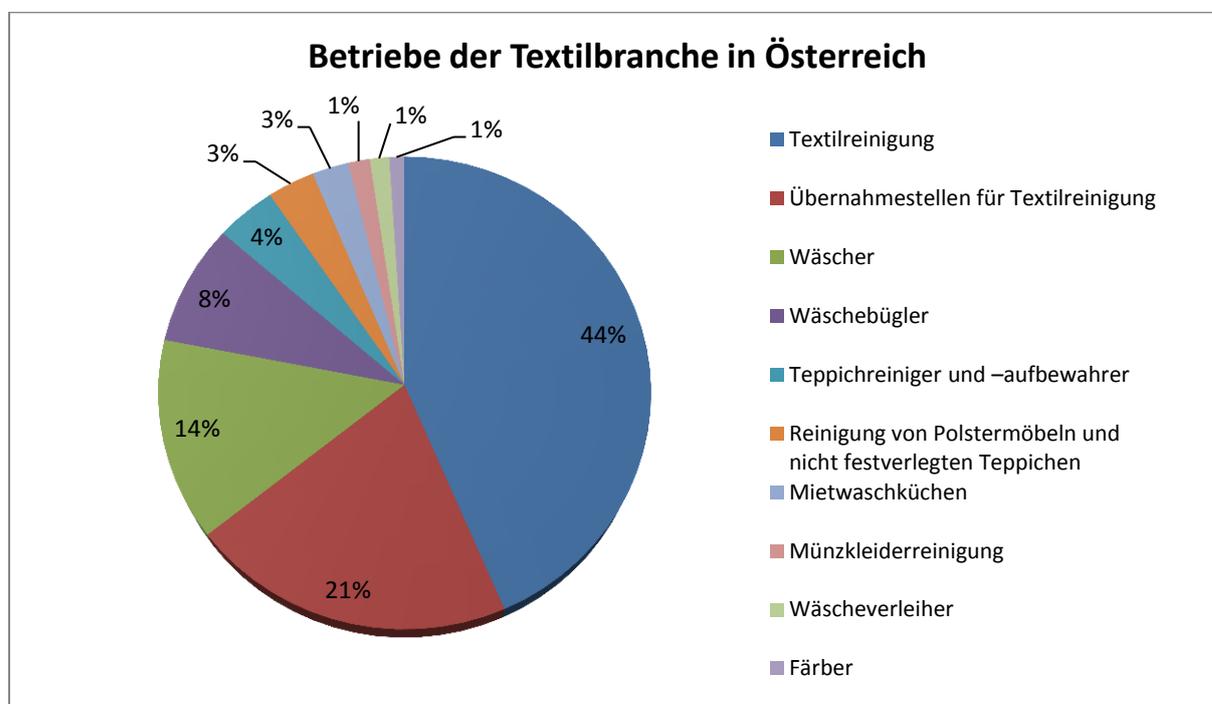
(Quelle: <http://www.stangelmayer.de/waescherei.html>)

***Die Materialveränderungen führen zum Do it yourself-Trend (DIY-Trend)!***  
***Ob im Privat- oder Businessbereich, (fast) alles wird von zu Hause aus erledigt.***

## 2.2. Die Situation in Österreich

- In Österreich gibt es (Stand Ende 2013) **684 Betriebe** in der Textilpflegebranche:

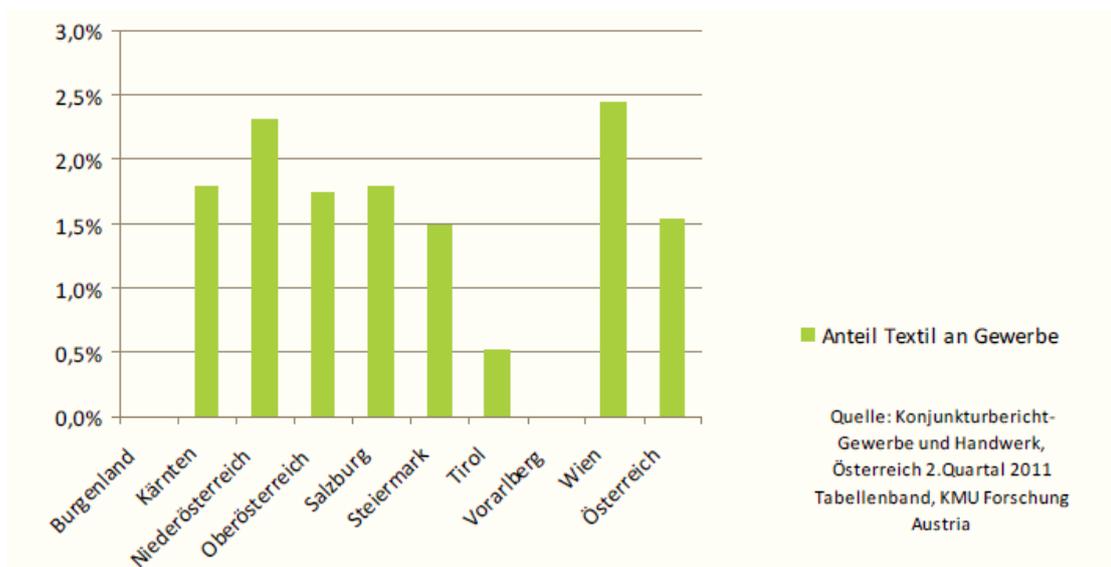
Textilreinigung	298
Übernahmestellen für Textilreinigung	142
Wäscher	94
Wäschebügler	57
Teppichreiniger und –aufbewahrer	28
Reinigung von Polstermöbeln und nicht festverlegten Teppichen	22
Mietwaschküchen	17
Münzkleiderreinigung	10
Wäscheverleiher	9
Färber	7



(Zahlenquelle: Wirtschaftskammer Österreich)

- ▶ Auf **einen Betrieb** in der Textilpflegebranche fallen österreichweit rund **5.406 Haushalte**.
- ▶ Die Betriebe in der Textilpflegebranche machen **0,2 % der gesamten Betriebe** in Österreich aus.
- ▶ Österreichweit liegt der Anteil der Textilbranche in der Sparte Gewerbe und Handel bei **1,6 %**.
- ▶ Am stärksten vertreten sind Textilreinigungsbetriebe in Wien und Niederösterreich mit **knapp 2,5 %**, während in den Bundesländern Burgenland, Tirol und Vorarlberg die wenigsten Betriebe der Textilreinigungsbranche zu verzeichnen sind.

#### Anteil der Textilreinigungsunternehmen an der Sparte Gewerbe und Handwerk:



- ▶ Textilreinigungsunternehmen mit den meisten Mitarbeitern österreichweit sind:  
(Stand Dezember 2013)
- ▶ Wozabal Unternehmensgruppe                      800 Mitarbeiter
- ▶ Brolli                                                              430 Mitarbeiter
- ▶ Initial Hygiene Austria GmbH                      263 Mitarbeiter
- ▶ Salesianer Miettex                                      120 Mitarbeiter

- ▶ Einige wenige Unternehmen beschäftigen mehr als hundert Mitarbeiter. Den mitarbeiterstärksten Unternehmen Wozabal und Brolli sind **75 % der Mitarbeiter** in der Textilpflegebranche zurechenbar.
- ▶ „Gesund sein und bleiben – das wollen wir alle!“ Die Top 4-Unternehmen stimmen überein, dass Genesung und Sterilität im Krankenhaus untrennbar zusammenhängen und unumgänglich sind. Daher wird für die Unternehmen von der Reinigung der OP-Wäsche, über die Reinigung der Berufskleidung bis hin zur Reinigung von Matratzen alles geboten, um die **Hygienestandards** erfüllen zu können.
- ▶ Eines haben wir Menschen gemeinsam – wir alle altern! **Brolli** und die **Wozabal Unternehmensgruppe** haben **demografische Entwicklungen** erkannt und bieten Senioren- und Pflegeheimen spezielle Angebote von der Reinigung der Bewohnerwäsche, der Berufsbekleidung bis hin zur Reinigung von Matten und Unterlagen für die Inkontinenzversorgung.

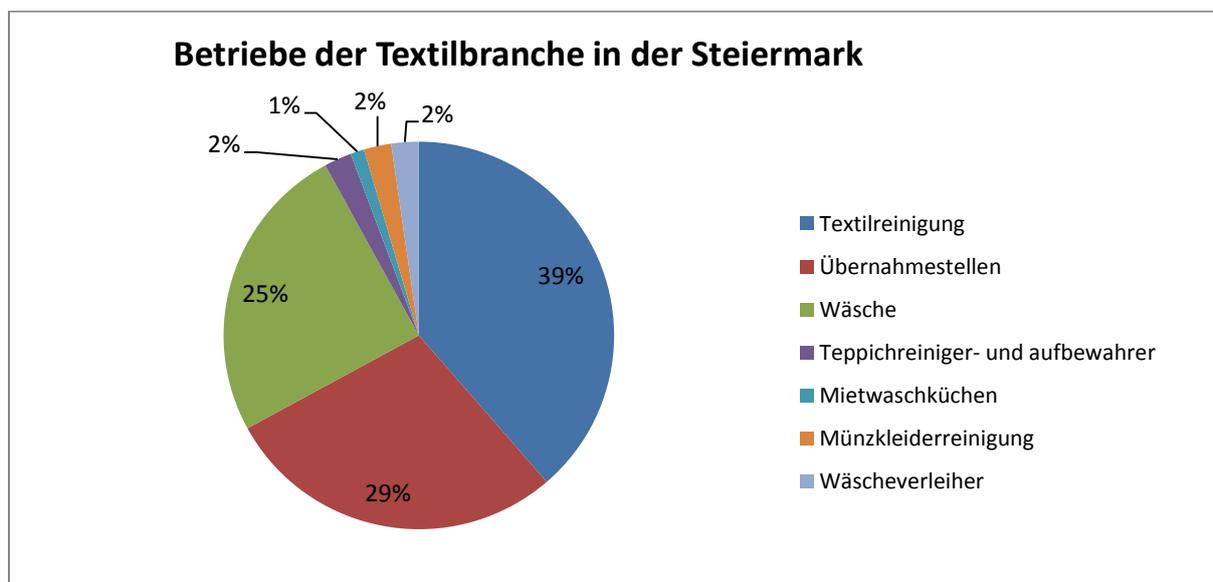
- ▶ Standorte der größten Firmen und Dienstleister in Österreich:

▶ <b>Salesianer Miettex</b>	<b>14</b>	<b>Standorte</b>
Wien	3	Standorte
Tirol	3	Standorte
Niederösterreich	2	Standorte
Salzburg	2	Standorte
Kärnten	2	Standorte
Oberösterreich	1	Standort
Steiermark	1 Standort	
▶ <b>Wozabal Unternehmensgruppe</b>	<b>7</b>	<b>Standorte</b>
Oberösterreich	3	Standorte
Salzburg	1	Standort
Tirol	1	Standort
Kärnten	1	Standort
Wien	1 Standort	
▶ <b>Brolli</b>	<b>3</b>	<b>Standorte</b>
Steiermark	2	Standort
Salzburg	1 Standorte	
▶ <b>Initial Hygiene Austria GmbH</b>	<b>2</b>	<b>Standorte</b>
Niederösterreich	2 Standorte	

### 2.3. Die Situation in der Steiermark

- In der Steiermark gibt es (Stand Ende 2013) **88 Betriebe** in der Textilpflegebranche:

Textilreinigung	34
Übernahmestellen für Textilreinigung	25
Wäscher	22
Wäschebügler	--
Teppichreiniger und –aufbewahrer	2
Reinigung von Polstermöbeln und nicht festverlegten Teppichen	--
Mietwaschküchen	1
Münzkleiderreinigung	2
Wäscheverleiher	2
Färber	--



(Zahlenquelle: Wirtschaftskammer Österreich)

- ▶ In der Steiermark fallen auf einen Textilpflegebetrieb 5.797 Haushalte.
  
- ▶ Der Textilpflegebetriebeanteil beträgt **0,2 % der gesamten Betriebe** in der Steiermark.
  
- ▶ Der **größte steirische Textilpflegekonzern** ist **Brolli** mit 123 Mitarbeitern (also **28,6 %** von insgesamt 430 Mitarbeitern österreichweit).
  
- ▶ Insbesondere das Unternehmen Brolli baut seine Geschäftstätigkeiten in der Steiermark aus. Einen großen neuen Bürokomplex, der österreichweit für die zentrale Verwaltung verwendet wird, befindet sich nun im Norden von Graz.

## 2.4. Berufe in der Branche der Textilreiniger

- ▶ Derzeit muss zur Ausübung des Gewerbes eine Fachprüfung abgelegt werden, sodass die verschiedenen Berufe nur mehr von **professionellen Fachmitarbeitern** ausgeübt werden können.
- ▶ Hochwertige Textilreinigung setzt entsprechende Fachkenntnisse voraus und die Anforderungen an die Textilreiniger steigen – vor allem im Bereich der **umweltfreundlichen** und **umweltschonenden** Reinigung.
- ▶ Seit dem Jahr 2013 hat sich die Lehrberufsliste um **den Lehrberuf „Textilchemiker“** mit einer Lehrdauer von **3,5 Jahren** erweitert. Ausbildungsschwerpunkte sind neben der traditionellen Auswahl von Materialien auch die Vorbehandlung von Rohtextilien.
- ▶ **2013** gab es österreichweit in der Sparte Gewerbe und Handwerk **52.019 Lehrlinge**. Dies bedeutet einen österreichweiten Rückgang der Lehrlinge von – **4,4 %** (in der Sparte Gewerbe und Handwerk). Auch die **Steiermark** musste einen Rückgang der Lehrlinge um – **3,8 %** verzeichnen. **7.788 Steirer** wurden in der Sparte Gewerbe und Handwerk ausgebildet.
- ▶ Um diesem Abwärtstrend entgegen zu wirken und neue Lehrlinge akquirieren zu können, müssen Berufsbild und Ausbildungsmöglichkeiten besser kommuniziert werden. Die Lehrlinge von morgen beziehen ihre Informationen hauptsächlich aus dem **Internet / Social Media**. Broschüren und Homepages mit hohem Informationsgehalt gilt es für Lehrlinge (Eltern) und Interessierte mit positiven Emotionen anzureichern. Der Status quo zeigt unzureichendes Informationsangebot und zu wenig aktive Information für die Zielgruppen!
- ▶ **Seminare und Weiterbildungen** der Wirtschaftskammer bringen ihre Mitglieder auf den neuesten Stand. Das „Fachseminar für Wäscher und Textilreiniger“ oder das Seminar „Textil- und Faserkunde mit Augenmerk auf die neuen Mischgewebe und Funktionsbekleidung“ soll moderne und aktuelle Themen wie Fleckenbehandlung, kundenorientierte Dienstleistung und psychologische Grundlagen vermitteln. Dieses Signal im Bereich der Fort- und Weiterbildung ist richtig und wichtig, wenn es um ein qualifiziertes Berufsbild (Profi) geht! Das Seminar „Sachgemäße Beurteilung von Textilien – Impulstraining & textile Grundlagen“ ist besonders hervorzuheben. Laut den Teilnehmern ist die praxisnahe Durchführung für den Berufsalltag sehr hilfreich.

***Fort- und Weiterbildungen sind besonders dann hilfreich wenn ein schnelles und unmittelbares Umsetzen der Lehrinhalte möglich ist.***

## 2.5. Der Zukunftsmarkt

- ▶ Vor allem die Bereiche **Übernahmestellen** für Textilreinigung, **Mietwaschküchen** und **Wäscheverleiher** werden in Zukunft noch weiter steigen – **Nachfrage besteht!** Allerdings gilt es die **Namensgebung** bezüglich der „Übernahmestellen“ sowie der „Textilpflegebranche“ konstruktiv und kritisch zu **hinterfragen**. Die aktuellen Namen haben weder **Strahlkraft**, noch sprechen diese (in Sinus-Milieus gesprochen) die wachsenden Zielgruppen an.
- ▶ Für die Branche ist vor allem der in den Ballungszentren zunehmende Trend der Singlehaushalte interessant. Ende 2013 waren **36,5 % der Haushalte Singlehaushalte!** Singlehaushalte sind eine stetig wachsende Zielgruppe für die Textilreinigungsbranche! Allerdings gibt es noch „Aufholbedarf“ beim Wissenstand der Zielgruppe. Ein Detail zum Single-Trend: selbst kleine Waschmaschinen werden **nicht effizient** genutzt. Zeit und Motivationsmangel spielen hier eine große Rolle.
- ▶ Firmen in der Textilreinigungsbranche versuchen verstärkt durch Werbung und Aktionen wie Sammelpässe (zum Beispiel jede 10. Hemdreinigung gratis) weitere Kunden zu akquirieren und gleich eine **langfristige Kundenbindung / Kundenloyalität** aufzubauen.
- ▶ Ein weiterer Ansatz bei privaten Kunden betrifft das **Thema Werterhaltung**. Immer mehr Verbraucher achten darauf, dass ihre Kleidung länger tragbar ist! Damit die geliebten Kleidungsstücke lange weiterleben können, ist eine professionelle Reinigung fast unumgänglich. Fachgemäße Textilreinigung trägt nachweislich zur Verlängerung der Lebens- und Gebrauchsdauer, sowie der Werterhaltung von Textilien bei.
- ▶ Auch die Industrie forscht in Richtung Zukunft und entwickelt mit Hilfe der **Bionik Textilien, die wässrige Flüssigkeiten und auch Speisereste abweisen**. Als Vorbild für diesen Vorgang wird die Lotusblüte gesehen, die Wasser, dank ihrer Oberflächenstruktur, abweisen kann. Durch die Anbringung von winzigen Härchen an Baumwollfäden sollen Oberflächen „wasserfest“ werden. Dadurch wird Verschmutzungen aller Art künftig der Kampf angesagt.
- ▶ **Sauber auch ohne Waschmittel & Co.** ist das neue Motto! Forscher der Saarbrücker Denkfabrik INM haben eine neue Materialstruktur entwickelt: selbst Öl, Klebstoffe und Tinte können ihr kaum etwas anhaben. Die hauchdünne Beschichtung ist unsichtbar, da Nanopartikel zu klein sind, um vom Licht erfasst zu werden. Darüber hinaus sollen die **Textilien keimtötend wirken**. Diese innovative Entwicklung könnte die Textilpflegebranche allerdings nachhaltig verändern, da für solche Materialien keine professionelle Reinigung mehr notwendig ist.

***Die große Herausforderung ist es, die Zielgruppe mit maßgeschneiderten Angeboten zu erreichen und auf die Veränderung der Materialien aktiv zu (re)agieren.***

## 3. TEXTILMÖBEL UND DEREN REINIGUNG

---

### 3.1 Möbelreinigung

- ▶ Auch Pölster, Matratzen, Sitzgarnituren und sämtliche Sitzmöbel müssen gereinigt werden. Vor allem Sitzmöbel sind vielfältigen Belastungen und Verunreinigungen ausgesetzt und in ständigem Kontakt mit ihren Nutzern. Diese hygienisch sauber zu bekommen ist allerdings nicht ganz leicht. Um die Haushalte mit Rat und Tat, sowie Wissen und Erfahrung zu unterstützen gibt es viele Angebote für die **professionelle Möbelreinigung**. Die Möbel werden dadurch nicht nur optisch aufgewertet, auch die **Lebensdauer wird erhöht** und **allergische Reaktionen** sowie **Bakterien** werden reduziert.
- ▶ Vor allem im Möbelbereich existiert eine sehr große Auswahl an **Reinigungs-** und **Pflegeprodukten**. Von chemischen Produkten bis hin zu umweltfreundlichen und umweltschonenden Produkten, findet der Endverbraucher je nach Vorliebe eine vielfältige Produktpalette. Im Bereich der umweltfreundlichen und umweltschonenden Möbelreinigung, ist die **Reinigung auf Kohlendensäurebasis** beliebt. Bei dieser Methode wird mit heißer oder warmer Kohlendensäure gereinigt. Die Kohlendensäure wird mit einem speziellen Gerät auf die Polster oder die Matratze gesprüht. Dabei befördern Millionen von Kohlendensäurebläschen den Schmutz an die Oberfläche, von welcher dieser dann mühelos „abgesaugt“ werden kann. Besonders positiv bei dieser biologischen Reinigung ist, dass die Imprägnierung nicht zerstört wird und keinerlei Rückstände auf den gereinigten Oberflächen zurück bleiben.
- ▶ Auch Ledermöbel benötigen eine aufwendige Reinigungs- und Pflegebehandlung. Vor einer **Lederpflege** erfolgt meistens eine **Lederreinigung**, um das Einarbeiten von Schmutz bei der Pflege zu vermeiden. In Sachen Lederreinigung hat das umweltfreundlichere Reinigungsverfahren mittels Kohlenwasserstoffen, die chemische PER Methode (Perchloroethylen) überholt. Ledermaterialien haben bei guter und richtiger Pflege eine (sehr) lange Lebensdauer. Diese Eigenschaft macht Ledermaterialien in allen Textilbereichen immer beliebter. Für eine lange Lebensdauer sind die Endverbraucher immerhin auch bereit mehr zu zahlen, deshalb steigt die Ledernachfrage an.
- ▶ Im Automobilbereich wird ebenfalls professionelle Textilpflege benötigt. Für die Sauberkeit im Auto wird oft ein neues Duftbäumchen gekauft – anspruchsvolle Konsumenten wissen jedoch, dass das bei weitem nicht ausreicht. Das **Hausmittel Natron** kann starke Gerüche im **Autositz** schnell und einfach neutralisieren jedoch benötigen die Autositze auch ab und zu eine tieferegehende Grundreinigung. Auch hier kommt die **Reinigung auf Kohlendensäurebasis** zum Einsatz. Sie ist geeignet, um die Sitze, den Kofferraum und die komplette innere Textilbekleidung des Autos von Grund auf zu reinigen.

### 3.2 Teppichreinigung

- ▶ Die intensive, tägliche Nutzung der **Böden und Teppichböden** hinterlässt zahlreiche Verschmutzungen und Flecken. Für die Gesundheit gilt es allerdings nicht nur die sichtbaren Verschmutzungen zu beseitigen, sondern auch die mit dem Auge nicht ersichtlichen Staubmilben und Parasiten zu entfernen. Es ist empfehlenswert, Teppiche in regelmäßigen Zeitabständen professionell reinigen zu lassen, um nicht nur sichtbar, sondern auch hygienisch saubere Böden und Teppiche zu haben.
- ▶ Auch in diesem Bereich wird die Reinigung mit Kohlensäure angeboten. Für den privaten Gebrauch gibt es ebenfalls viele Produkte, die eine Teppichreinigung erleichtern. Das Reinigungsmittel auftragen, warten und einfach absaugen, ersetzt das mühevoll Reinigen und Abschrubben, wie es der Endverbraucher die letzten Jahrzehnte gewohnt war. **Abhohl- und Lieferservice** ist bei den Dienstleistern in der Branche immer üblicher und gerade im „Business to Business“ Bereich unerlässlich. Weitere Dienstleistungen im Bereich der Teppichpflege sind Teppichreinigen/-waschen, Teppich entflecken, Teppich entfärben, Teppichreparatur und Teppich neu spannen.
- ▶ Vor allem bei Möbel- und Teppichpflege benötigt ein Normalverbraucher **professionelle Unterstützung**. Viele Firmen bieten **Beratungsdienstleistungen und „Homeservice“** an. Neben der Beratung für die perfekte Reinigung und Pflege der Textilien, kommt also auch ein Mitarbeiter in die eigenen vier Wände, um den Kunden mit Fachwissen zu unterstützen.



(Quelle: <http://www.multiwork.at/reinigungsmanagement/spezialreinigung.html>)

### 3.3 Outdoor-Möbel

- ▶ Gartenmöbel aus Kunststoffgeflecht, Kunststoff, Metall, Holz, Bambus und Rattan – auch bei den Outdoor-Möbeln gibt es ein vielfältiges Angebot. Gartenmöbel aus Kunststoff sind leicht und praktisch, bedürfen aber einer regelmäßigen Reinigung und guter Pflege (bei starken Verschmutzungen einen speziellen Kunststoffreiniger). Gartenmöbel aus Kunststoffgeflecht hingegen sind äußerst robust und widerstandsfähig – sie trotzen Sonne und Regen. Sie sind schmutzabweisend und können einfach mit Wasser und einer Bürste gereinigt werden. Know - How ist also auch bei Outdoor-Möbel notwendig, um die Möbel sauber und langfristig schön zu halten!

## 4. DIE KUNDEN

---

### 4.1. Die Privatkunden

- ▶ Textilien werden immer pflegeleichter und benutzerfreundlicher. Es wird also für den Normalverbraucher immer leichter, sich selbst um seine Kleidung und Wäsche zu kümmern. **„Simplifying“ ist in!** Vor allem synthetische Fasermaterialien wie Polyester, Polyacryl etc. sind immer mehr im Kommen. Synthetische Fasermaterialien bestehen aus Monomeren. Monomere sind reaktionsfähige Moleküle, die sich zu Polymeren zusammenschließen können. Wegen der starken Bindungen zwischen den einzelnen Molekülen weisen die synthetischen Fasern hohe Scheuerfestigkeit, Elastizität, Biegefestigkeit und Knitterarmut auf. Außerdem wird es Dank den neusten Waschmaschinen, Trockner und sonstigen Haushaltshilfen, die auch für die meisten Haushalte leicht erschwinglich sind, immer leichter alles bequem und schnell zu Hause zu erledigen. **Der arbeitsintensive Waschtage gehört also der Vergangenheit an!**
- ▶ Die **Veränderung der Materialien** in den letzten Jahrzehnten macht es für die Textilpflegebranche schwer, den privaten Kunden von seinen Dienstleistungen zu überzeugen und für sich zu gewinnen. Schnelle, günstige, professionelle, umweltfreundliche und zuverlässige Textilreinigung wird von den Kunden gewünscht. Auf diese Nachfrage folgen immer mehr Angebote. **Dienstleistungen aller Art** (Informationsdienstleistungen, Abhol –und Lieferservice, Dienstleistungen mit Mehrwehrt, kundenfreundliche Öffnungszeiten) mit einem guten Preis- / Leistungsverhältnis und speziellen Extraleistungen (beispielsweise „Handbügeln“) werden sicher eine erfolgreiche Zukunft haben – das Wachstum ist da.
- ▶ Seitdem 1907 das erste moderne **Waschmittel** erfunden wurde, hat sich viel verändert. Von Vollwaschmittel über Buntwaschmittel bis hin zu Spezialwaschmittel für Seide - es gibt eine enorme Auswahl an Waschmittel. Auch AIO (all in one) Produkte machen es einfach und leicht. Umweltfreundlich, hautverträglich, kleiderschonend und innovativ muss das Waschmittel sein. Auch im Duftbereich gibt es vielfältige Möglichkeiten – immerhin sind **20,6%** der **Steirer** der Meinung, **dass man Sauberkeit auch riechen kann**. Die Nase gibt also das Qualitätssignal weiter.
- ▶ Um Ressourcen einzusparen, werden immer öfter **Übernahmestellen** für Textilreinigungen und Wäscheservice geschaffen. Durch diese Veränderungen sind neue Kooperationen möglich – dort wo der Kunde gerade ist, kann / soll er seine „Wäsche“ erledigen können, so die Anforderung! Das Unternehmen Bipa beispielsweise bietet als neue Serviceleistung zusätzlich Textilreinigung an. Übernahmestellen für Textilreinigung liegen derzeit im Trend! Durch den neuen Service können neue (mobile) Zielgruppen angesprochen werden. **Lange Öffnungszeiten** des Geschäftes, **Bezahlung bei Abholung** und **Gratis-Info-SMS** (wenn die Wäsche abholbereit ist), sind nur einige wenige Vorteile dieser kundenorientierter Übernahmestelle!

- ▶ Auch die Firma **DieTex** hat Übernahmestellen in verschiedensten Firmen in Österreich installiert. **500 Annahmestellen** können von Österreicherinnen und Österreichern genutzt werden. Ob im Fotostudio in Frohnleiten, im Spar Markt in St. Rubrecht an der Raab, im Blumenhaus Zötsch in Graz oder im Unimarkt Wildon. Überall im Alltagsfluss kann die Wäsche zu den Annahmestellen gebracht werden. Bequeme, mobile Lösungen liegen am Weg und machen Lust auf mehr!
- ▶ Damit auch neben dem Tanken des Fahrzeuges die Wäsche gereinigt werden kann, hat das **Unternehmen Höfler Annahmestellen in Tankstellen** eingerichtet. Dieser Service ist durch viele Standorte und die Erreichbarkeit äußerst kundenfreundlich und spricht viele Zielgruppen zugleich an. (Jedoch sind die befragten Experten, der Meinung, dass das fehlende Fachpersonal eine Schwachstelle der Übernahmestellen darstellt.)
- ▶ Die Technisierung / Automatisierung hat die Textilreinigungsbranche erreicht! Dank der **24-h-Waschbox ist es in Deutschland** möglich, seine Wäsche „24/7“ reinigen zu lassen. Beim „Rund-um-die-Uhr-Service“ können Kunden ihre Textilien aufgeben, bezahlen und abholen in einem - „all in one“ ist gefragt! Der Service ist sehr beliebt, vor allem bei Geschäftsleuten, die erst nach den üblichen Öffnungszeiten ihr Büro verlassen. **In England und in den Vereinigten Staaten von Amerika wird das Geschäftsmodell „Self-Locker“** immer beliebter. „Keep it Simple“ – beschreibt das Geschäftsmodell. Schmutzwäsche in einem Beutel im „locker“ (Schließfach) verstauen, Schlüssel abziehen, SMS mit „laundry“ und Schließfachnummer an die Servicenummer senden, SMS mit Abholdatum erhalten, Wäsche abholen.



(Quelle: <http://www.textilreinigung-trieb.de/english/service/waschbox/>) (Quelle: <http://www.pmaximus.de/68253>)  
(Quelle: <http://www.laundryrepublic.com>)

- ▶ **Die Vereinigten Staaten von Amerika** verzeichnen eine unglaubliche Anzahl von **35.000 Münzkleiderautomaten** mit 870.000 Waschmaschinen. Diese generieren \$5 Millionen Bruttoeinnahmen pro Jahr. Auf einen Münzkleiderautomaten fallen 9.064 Haushalte. Im Vergleich dazu hat **Österreich lediglich 10** Selbstbedienungs-Waschsalons zu bieten. In Österreich fallen daher 845.186 Haushalte auf einen Münzkleiderautomaten! (Quelle: <http://www.msgcpa.com/files/Laundromat.pdf>)

**Die Gegenwart (Zukunft) lebt vom aktiven Suchen und Finden von Kooperationspartnern – die auch als Informationspartner agieren. Das bloße Angebot ist zu wenig.  
Wissen erzeugt Bedarf!**

#### 4.2. Die Auswahl eines Textil- und Hygieneserviceleisters

- ▶ Die Konsumenten achten bei der Auswahl ihres Textil- und Hygieneserviceleisters besonders auf:
  - **Qualität der Reinigung** / Qualität der angebotenen Textilien 94,6 %
  - Preis – Leistung 92,9 %
  - **Service** 64,3 %
  - Termintreue 60,7 % und
  - Regionalität 42,9 %
  
- ▶ Diese Top 5 Kriterien gilt es gleichzeitig zu erfüllen. **Qualität** steht aber an erster Stelle! Es bleibt zu hinterfragen, was Qualität ist, was diese ausmacht und wie diese zu bewerten ist. **Qualität ist das Resultat einer Wahrnehmung** und diese ist **individuell, subjektiv** und **abhängig von Erwartungen** und **Erfahrungen**. Die Sinnesorgane nehmen wahr und geben Signale der Qualität weiter. Qualität muss man sehen, hören, riechen, spüren und lesen! Der **zukünftige Weg** ist es also **Erfahrungswerte zu kennen, richtige Erwartungen zu provozieren** und die **Sinnesorgane mit Qualität zu verwöhnen**.
  
- ▶ Textilleasing / Textilfinanzierung (35,7%), Umweltbewusstsein (35,7%) und Kommunikation (28,6%) sind nur nachrangig bei der Entscheidung für oder gegen einen Textildienstleister – dies kann sich aber schnell ändern und bei bestimmten Zielgruppen (private Gasthäuser etc.) ist es jetzt schon anders!  
(Quelle: RW Textilservice 1, 2013)
  
- ▶ Die Konsumenten erwarten also entsprechende „rundum“ **Fachkompetenz**. Die „Muss“- Aufgabe aller Mitarbeiter ist es, diese Fachkompetenz sympathisch zu transportieren. Ohne Sympathie kein Lernen! Die Mitarbeiter der Reinigung müssen präsent sein, gerne aktiv beraten und wenn gewünscht auch umfassend bedienen.



(Quelle: <http://de.kreussler-chemie.com/kunden/textilreinigungen.html>)

**2014 gilt es, den individuellen Wissensstand aller Zielgruppen zu heben!  
 Dauerhafter Erfolg und Vorsprung entsteht durch Bescheid wissen über Qualitäten!**

### 4.3. Business to Business-Kunden

- ▶ Gerade im „Business-to-Business-Bereich“ wächst die Nachfrage. Geschäftskunden aus den unterschiedlichsten Branchen suchen nach **maßgeschneiderten Lösungen**. Benutzen, nicht besitzen und Outsourcing (Ressourcen schonen - Qualität steigern) ist auch im Businessbereich äußerst trendig.
- ▶ **Officeservice** (Hemden- und Anzugreinigung...), **Hotelservice** (Reinigung der Gästewäsche...), **Arztpraxenservice** (Reinigung von Berufskleidung) und **Altenheimservice** (Bewohnerbezogene Sortierung und Abrechnung, Wäschekennzeichnung) sind einige Hauptangebote im „B2B-Bereich“ – diese Angebote gilt es auf weitere Zielgruppen auszudehnen!
- ▶ Gerade im **Officeservice** liegt das Augenmerk aber nicht auf Reinlichkeit, sondern vielmehr in der professionellen „Glattheit“. Bügeln ist Qualität.
- ▶ In hygienische anspruchsvollen Bereichen, wie der Lebensmittelindustrie, dem Gesundheits- und Medizinbereich oder der Gastronomie muss eine nachweislich adäquate Reinheit und Qualität der gereinigten Utensilien gegeben sein, um den immer strenger werdenden **Hygienestandards und Richtlinien** gerecht zu werden. Diese Hygieneanforderungen im eigenen Betrieb zu erfüllen ist teilweise kostspielig und auf alle Fälle zeitaufwendig. Daher werden Kooperationspartner gesucht – so können Mitarbeiterressourcen für eigenen ökonomischen Erfolg genutzt werden.
- ▶ Um als kompetenter Partner bestehen zu können, müssen Schnelligkeit, Genauigkeit und Qualität stimmen. Dieses Dreieck bestimmt die langfristige Loyalität!
- ▶ Businesskunden legen großen Wert auf **Zuverlässigkeit und Bequemlichkeit** (Bring- oder Lieferdienste). Einige wenige verfügen über ein hohes Auftragsvolumen und stellen somit (mögliche) A-Kunden da. Derzeit gibt es immer mehr innovative, positiv überraschende Angebote für diese Zielgruppe, wie beispielsweise die „**Notfallfleckreinigung**“, damit der Kunde mit sauberem Anzug, Krawatte, Kostüm, Bluse oder Hemd in das nächste Meeting gehen kann. Mit Abhol- und Lieferservice bis hin zur Businessgarderobe zum Ausborgen, bieten die Dienstleister mittlerweile (fast) alles, was das Businessherz begehrt.
- ▶ Der **grüne Lieferant** ist auch in der Textilpflegebranche unerlässlich. Auch bei B2B-Dienstleistern wird auf nachhaltige und ökonomische Reinigung gesetzt. Die Textilpflege muss nachhaltig, textilschonend, hautverträglich und umweltfreundlich sein. „Grüne“ Unternehmen müssen in Zukunft also auch überlegen, welche Firmen sie mit der Reinigung beauftragen.
- ▶ Der Wunsch nach Kostensenkung und Arbeitserleichterung beim Produktionsfaktor Mensch, sind nur einige Beweggründe für die **Auslagerung der Wäschereinigung**. In **Alten- und Pflegeheimen waschen 40,0 % im Haus** und **60,0 % außer Haus**. Jeder dritte Betrieb lagert die (Wäsche-)Reinigung schon teilweise aus. Dies ist aber nur die Vorstufe: wenn die Erfahrungen stimmen, erfolgt die Auslagerung zu Gänze.  
(Quelle: <http://klassewaesche.at/press/studie-waschereinigung/>)

## 5. DIE LANDESINNUNG „NEU“

---

- ▶ Die **Zusammenlegung** der einzelnen Berufsgruppen innerhalb der Landesinnung der **Mode und Bekleidungstechnik** wird als sehr sinnvoll empfunden.
  
- ▶ **Vorteile**, die sich durch die **neue Zusammenarbeit** ergeben:
  - neue, effektive und **produktive Möglichkeiten einer Zusammenarbeit** mit verschiedenen Mitgliedern der Innung
  - Konkurrenzdenken wird minimiert
  - neue Kooperationsmöglichkeiten ergeben sich (z.B.: Textilreinigung mit Änderungsschneiderei)
  - der **Empfehlungsspielraum** wird vergrößert und verbessert
  - mehr Unterstützung bei der Öffentlichkeitsarbeit
  
- ▶ Es gilt diese Vorteile **aktiv zu nutzen**:
  - eine neue konsequente **Corporate Identity aufzubauen** / zu stärken
  - das **Logo** verstärkt an die **Öffentlichkeit** bringen
  - die neue Vernetzung als **Schlüsselqualifikation** den Kunden nahe bringen

# DIE QUALITATIVE BEFRAGUNG

## 6. VORBEMERKUNGEN ZUR QUALITATIVEN BEFRAGUNG

---

- ▶ Zur Überprüfung ausgewählter Inhalte aus der Sekundärrecherche, wurde im Februar 2014 eine qualitative telefonische Befragung durchgeführt. Befragt wurden:
  - 10 Endverbraucher
  - 6 Experten (*Landesinnungsmeister / Landesinnungsmeister - Stellvertreter*)
  - 5 Business to Business-Kunden  
(*2 Hotelbetriebe, 2 Pflege- / Altenheime und ein technischer Betrieb*)
  
- ▶ Für jede der drei Befragungsgruppen wurde ein eigener Gesprächsleitfaden erstellt, welcher durch viele offene Fragen jedem Befragten die Möglichkeit gab, seine Meinungen und Ideen zu äußern.
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- ▶ Die insgesamt 21 Gespräche verliefen ohne Probleme!
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- ▶ Darüber hinaus war es ein weiteres Ziel, die Gestaltungsräume für die Zukunft darzustellen, sowie die Erfolgsfaktoren für die Branche abzubilden.

*Die gesamte qualitative Auswertung befindet sich im Anhang des Berichtes!*

## 7. RESÜMEE DER QUALITATIVEN BEFRAGUNG

---

### ► DIE ENDVERBRAUCHER

**Spontane Gedanken** der Endverbraucher zu Textilpflegebetrieben sind: „**hygienisch saubere Wäsche**“, Reinigung der gesamten Bekleidung, „**Bügeldienstleistungen**“ sowie „**der chemische Geruch**“ und „**hohe Preise**“.

**Alle befragten** Endverbraucher **kennen** in ihrer Umgebung **Textilpflegebetriebe**. Als bekannte Übernahmestellen werden häufig Tankstellen genannt.

**Fast alle** der Befragten **nutzen** auch tatsächlich **Textilpflegebetriebe** und sind mit den angebotenen Dienstleistungen, sowie deren Ausführung **zufrieden**. Vorrangig werden Jacken, Mäntel sowie Anzüge in die Reinigung gebracht.

Kunden, die keine Dienstleistungen der Textilpflegebranche in Anspruch nehmen, werden entweder anderweitig versorgt oder ihnen ist das Preis-/Leistungsverhältnis zu schwach. Damit sie sich doch für ein Unternehmen der Branche entscheiden, müssen die **Öffnungszeiten kundenfreundlicher und die Preise billiger werden**.

Als **gewünschte Dienstleistungen** der nächsten Jahre sehen die Endverbraucher einen „**Rundumservice**“ mit Abhol- und Lieferservice, sowie Businesskleider- und Jackenreinigung. Die **durchschnittliche Ausgabebereitschaft** für Dienstleistungen von Textilpflegebetrieben beträgt **36 Euro pro Monat**.

Das „**perfekte**“ **Unternehmen** muss aus Sicht der Endverbraucher eine keim- und **chemiefreie, qualitativ hochwertige Tiefenreinigung** bieten. Aber auch lange **Öffnungszeiten**, sowie geschultes **Fachpersonal** und ein **Abholservice** sollte der perfekte Betrieb bieten. Alle Befragten sind sich einig, dass sich das Unternehmen **in unmittelbarer Nähe** befinden muss. Idealerweise sind dann auch noch genügend Parkplätze vorhanden!

Die **wichtigsten Kriterien für die Auswahl** eines Textilpflegebetriebes sind **Qualität** und ein **passendes Preis-/Leistungsverhältnis**, dicht gefolgt von der **Erreichbarkeit** des Unternehmens. Das „perfekte“ Unternehmen und die wichtigsten Kriterien für die Auswahl eines Textilpflegebetriebes ergänzen einander also.

Im gesamten **Bekleidungsbereich** ist den Endverbrauchern die Attraktivität und **Haltbarkeit der Textilien sehr wichtig**. Es wird von (fast) **allen ein Zusammenhang** zwischen **lang anhaltender Attraktivität / Haltbarkeit** der Textilien im Bekleidungsbereich und **professioneller Reinigung gesehen**.

Die überwiegende **Mehrheit** der Endverbraucher **achtet bereits beim Kauf** der Textilien besonders genau auf die **Pflegemöglichkeiten** der Textilien.

Im gesamten **Wohnbereich** wird die Haltbarkeit der Textilien als **wichtig** eingestuft. Hier teilen sich aber die Meinungen, ob es einen Zusammenhang zwischen lang anhaltender Attraktivität / Haltbarkeit der Textilien im Wohnbereich und professioneller Reinigung gibt. (50:50)

**Alle** befragten Endverbraucher **besitzen in den eigenen vier Wänden** eine Waschmaschine, sowie auch ein Bügeleisen. Auch Polierpasten, Bürsten, Trockner und sonstige Pflegehilfen finden sich in fast jedem Haushalt wieder.

Die **durchschnittliche Gesprächsdauer** belief sich auf **10 Minuten**. Die **Stimmung** während des Gespräches war überwiegend **positiv**, während das **Interesse** am Gespräch eher **neutral** war.

## ► DIE BUSINESS TO BUSINESS KUNDEN

**Spontan** fallen den B2B-Kunden zur Textilpflegebranche **saubere und reine Wäsche, hohe Kosten** sowie **Dienstleistungen** und **Unternehmen** der Branche ein.

Als **größte Herausforderung** wird der große **Konkurrenzkampf** gesehen, während die **Dienstleistung der Zukunft** im Bereich der **Mietwäsche** gesehen wird. Aber auch weiterhin gilt es auf traditionelle, aber **qualitativ hochwertige** und **zuverlässige Reinigung** zu setzen.

**Alle** befragten Unternehmen nehmen derzeit Dienstleistungen der Textilpflegebranche in Anspruch und werden diese auch in Zukunft nutzen.

Darüber hinaus betreiben **alle** befragten Unternehmen **Outsourcing**. Als Begründungen werden vor allem **Kostenfaktoren**, sowie die begrenzten internen Möglichkeiten / Ressourcen genannt.

Gute und **positive Erfahrungen mit der Auslagerung** der Textilreinigung haben (fast) alle Befragten.

Bei der Frage, ob Outsourcing bei großen oder kleinen Betrieben sinnvoller ist, sind sich die Befragten nicht ganz einig. Die Mehrheit ist aber der Meinung, dass **Outsourcing** vor allem **bei großen Betrieben**, aus Zeit- und Kostengründen, **mehr Sinn** macht.

Ein **erfolgreiches Unternehmen im Jahr 2020** muss eine gute, qualitätsvolle und zuverlässige Reinigung bieten sowie den **persönlichen Kontakt zu den Kunden** schätzen und aufrechterhalten. Außerdem sollte die **Dienstleistungspalette** weiter **ausgebaut** werden. Die **Mitarbeiter** des Unternehmens sollen verlässlich und ordentlich sein, dies ist aber für die Unternehmen nur sekundär von Bedeutung, da vor allem bei Großaufträgen wenig Kontakt zu den Mitarbeitern besteht - schlussendlich zählt das (saubere) Endergebnis.

Eine Prognose bezüglich einer Veränderung der Ausgabebereitschaft fällt den B2B-Kunden schwer. Jedoch ist die Mehrheit der Ansicht, dass die **Ausgabebereitschaft für Dienstleistungen in der Textilpflegebranche gleich bleiben wird**.

Die **durchschnittliche Gesprächsdauer** belief sich auf **13 Minuten**. Die **Stimmung** während des Gesprächs war überwiegend **positiv**, während das **Interesse** am Gespräch eher **neutral** war.

## ► DIE EXPERTEN

Die Experten nennen spontan, wenn sie an die Branche der Textilpfleger denken, **Hygiene** und Sauberkeit, **hohe Qualität** und **Professionalität** sowie immer mehr Gewinnrückgänge.

Als **Chancen / Herausforderungen** für die Textilpflegebranche in den kommenden Jahren nennen die Experten die **stark wachsende Zielgruppe** der jungen Erwachsenen, die **längere Textilwerterhaltung durch professionelle Reinigung** sowie den **Trend** zum ständigen **Neukauf** und die Veränderung hin zu den **pflegeleichten Materialien**.

Die genannten Hauptkundengruppen sind Privatkunden der Altersgruppe 45+ sowie die Businesskunden.

Als **Dienstleistungen**, die zukünftig gefragt sind, werden die **traditionelle Reinigung** von Bekleidungs- und Heimtextilien, das **Bügeln von Hemden** und ein „**Rundumservice**“ genannt. Die immer stärker werdende Nachfrage nach dem Hemdenbügeln bereitet den Experten allerdings wenig Freude, denn diese Dienstleistung ist nicht sehr gewinnbringend.

Die **Materialreise** geht laut den Experten in Richtung **Mischgewebe**, reiner **Baumwollmaterialien** sowie Kunstfasern und moderne **Hightech Fasern**.

Als Kooperationspartner werden Übernahmestellen, Hotels und Textilhändler gesehen.

Nach der Expertenmeinung setzt ein erfolgreiches Unternehmen im Jahr 2020 auf **Höflichkeit, Pünktlichkeit, Zuverlässigkeit, Flexibilität, Servicequalität** und vor allem geht es mit der Zeit und lässt sich auf die **neuesten Trends** ein.

Die Mehrheit der befragten Experten sieht die **Kundenanzahl** in den nächsten Jahren als **gleichbleibend** an. Auch **Umsatz** und **Gewinn** der Unternehmen wird laut den Experten in den nächsten Jahren **gleichbleiben**.

Experten haben viel zu erzählen - die **durchschnittliche Gesprächsdauer** belief sich auf **20 Minuten**. Die **Stimmung** während des Gespräches, sowie auch das **Interesse** am Gespräch waren überwiegend positiv.

## 8. SCHLUSSFOLGERUNGEN / DIE ZUKUNFT

---

- ▶ Tatsache ist, dass die Textilpflegebetriebe als Notwendigkeit gesehen werden. Sie werden von den Kunden benötigt, um Textilien, die man selbst nicht oder nur schwer reinigen kann, professionell reinigen zu lassen. Dieses Bild gilt es, am besten mit **positiven Emotionen**, die man hören, sehen und riechen kann, zu verändern. Positive Emotionen führen schließlich zu Kundenzufriedenheit und Kundenloyalität.
- ▶ Im Bereich der **Informations- und Kommunikationspolitik** gibt es noch viel **Potenzial!** Social Media-Seiten und das Web 2.0 eignen sich hervorragend, um Werbung und Information an die Zielgruppen zu bringen.
- ▶ Mit der Einführung des „**roten Telefons**“ ist Bundesinnungsmeister Komm.-Rat Walter Imp gerne einmal pro Woche, österreichweit, für alle Verbraucherfragen zu sprechen. Er hat mit dieser Innovation einen wichtigen Schritt in Richtung Kommunikations- und Informationsdienstleistung gesetzt!
- ▶ Die Textilpflegebranche braucht eine glaubhafte und klare Struktur. Es gilt eine neue **Corporate Identity** der Textilpflegebranche zu kreieren. Eine klare, kontinuierliche, widerspruchslöse und vollständige Identität führt langfristig auch zu Kundenloyalität.
  - Das neue **Logo** der Textilreiniger muss **publik gemacht werden**. Das von der Öffentlichkeit wahrgenommene Zeichen der Apotheken beispielsweise, ist eindeutig wahrnehmbar und kann von allen Menschen zugeordnet werden. Daher gilt es, auch für die Textilreiniger das Logo in der Öffentlichkeit so zu platzieren, dass die Betriebe aktiv und bewusst wahrgenommen werden.
  - Auch das **Corporate Wording** gilt es aktiv zu hinterfragen. Die Identität der Branche benötigt eine markante Unternehmenssprache. Eine Unternehmenskommunikation, die sowohl bei Werbemaßnahmen und Öffentlichkeitsarbeit, als auch bei unternehmensinterner Kommunikation zur Anwendung kommt. Durch das Corporate Wording soll ein **einheitliches Erscheinungsbild vermittelt und das damit verbundene Image verstärkt** werden.



- ▶ Wie in allen Bereichen ist auch hier die Jugend wichtig. Ohne den „Nachwuchs“ ist ein Fortbestehen der Branche nicht möglich, deshalb ist es notwendig **Jugend** für die gesamte Branche der Textilpfleger zu **akquirieren**. Folgende Möglichkeiten können zur Anwendung kommen:
  - „Schnupperlehren“ und Ferialjobs anbieten
  - Tag der offenen Tür / Werkbesichtigungen für Schulklassen
  - bei Berufs- und Weiterbildungsmessen präsent sein
  - Plakate und Werbungen in Schulen, Vereinen, Gemeinden sowie auch die vermehrte Nutzung und Präsenz auf den Social Media-Seiten
- ▶ Die **Zukunftsdienstleistungen** werden immer mehr in Richtung „**Fullservice**“ gehen, um vor allem die Zielgruppe der „bequemen Österreicher“ anzusprechen. Ein Abhol- und Lieferservice, um eine rasche und bequeme Reinigung für alle zu ermöglichen oder einen „privaten Profi“, der in die eigenen vier Wände kommt und mit Rat und Tat zur Seite steht, wird es künftig wohl vermehrt geben. **Spezialisten sind gefragt - und bleiben es auch in Zukunft.**
- ▶ Dienstleistungen wie **Schneider- und Änderungsarbeiten** oder auch **Bügelservice** sind eindeutig Zukunftsdienstleistungen. Immer weniger Menschen wollen oder können bügeln, deshalb werden vor allem „Bügelpakete“ eine starke Nachfrage erfahren. Am besten den ganzen Wäscheberg in die Reinigung bringen und gebügelt wieder abholen.
- ▶ Auch **Cross Selling** (der Querverkauf) ist Zukunft! Darunter versteht man den Verkauf von sich ergänzenden Produkten oder Dienstleistungen, mit dem Ziel einer ganzheitlichen Verkaufsstrategie, die den umfassenden Bedarf des Kunden erfasst und so weit wie möglich mit eigenen Leistungen abdeckt. Der Kunde bekommt somit die Möglichkeit Produkte zu kaufen, die er gar nicht direkt nachgefragt hat. Dadurch lässt sich der Umsatz sichern und steigern, sowie die **Kundenbeziehung verbessern**.
- ▶ **Übernahmestellen** werden sich auch künftig weiter verbreiten. Ein Nachteil bei den Übernahmestellen ist allerdings, dass die Beratung fehlt. Geschultes Fachpersonal ist hier leider nicht zu finden.
- ▶ Auch das **Beschwerdemanagement** hat in jeder Branche eine wichtige Funktion. Kunden brauchen die Möglichkeit ihre Meinung äußern zu können. Für jedes Unternehmen sind Beschwerden und Reklamationen ein „Lernfaktor“. Ohne Rückmeldung der Endverbraucher ist es sehr schwer, eine Verbesserung oder Änderung durchzuführen. Reklamationen und Kundenideen / Verbesserungsvorschläge gilt es Ernst zu nehmen.
- ▶ Trends aus anderen Ländern wie die „**24 Stunden Waschbox**“ oder das Geschäftsmodell der „**Self- Locker**“ werden vermutlich auch in Österreich künftig verstärkt auftreten.

# ANHANG

## SICHTWEISE: KUNDEN / ENDVERBRAUCHER

Grundgesamtheit sind 10 Gespräche

Frage: Was fällt Ihnen spontan ein, wenn Sie an Betriebe denken, die sich mit Textilpflege beschäftigen?

- ▶ Die Endverbraucher haben **spontan** folgende Assoziationen, wenn sie an Betriebe der Textilpflegebetriebe denken:
  - Chemie / gewisser chemischer Geruch (2 Nennungen; **20,0%**)
  - hygienisch saubere Wäsche (2 Nennungen; **20,0%**)
  - bügeln (Einzelnennung; **10,0%**)
  - kundenunfreundliche Öffnungszeiten (Einzelnennung; **10,0%**)
  - hohe Preise (Einzelnennung; **10,0%**)
  - Reinigung der Arbeitskleidung (Einzelnennung; **10,0%**)
  - Sofa-Reinigungsmittel (Einzelnennung; **10,0%**)
  - Jackenreinigung (Einzelnennung; **10,0%**)

Frage: Kennen Sie in Ihrer Umgebung Textilpflegebetriebe oder eine Übernahmestelle (Kooperationspartner)?

- ▶ **Alle Endverbraucher kennen** zumindest einen **Textilpflegebetrieb** oder eine Übernahmestelle in ihrem Umfeld.

Fragen: Nutzen Sie Betriebe der Textilpflegebranche? Wenn ja - welche Leistungen nutzen Sie?

Und wie zufrieden sind Sie mit der Dienstleistung?

Wenn nein - warum nicht?

Welche Leistungen müssen angeboten werden, damit Sie sich für einen Textilpflegebetrieb entscheiden?

- ▶ **8** von 10 Befragten **nehmen** zumindest **manchmal die Leistungen** von Betrieben in der Textilpflegebranche in Anspruch. Folgende Leistungen werden genutzt:
  - **62,5 %** bringen **Jacken und Mäntel** in die Textilpflegebetriebe
  - **25,0 %** lassen **Ballkleider, Hemden und Anzüge** reinigen
  - **12,5 %** geben ihre **Heimtextilien** (z.B.: *Bettdecken*) zur Reinigung
  - **71,5 %** der Antwortenden sind mit der beanspruchten Dienstleistung **zufrieden**
  - **28,5 %** sind mit der beanspruchten Dienstleistung **weniger zufrieden** (*schlechte Qualität der Reinigung / nicht gut gereinigte Produkte, werden als Begründung genannt*)
- ▶ **2** der 10 Befragten **nutzen** die Dienstleistungen **nicht**. Als Begründungen dafür werden genannt:
  - „Ich habe andere Lösungen“
  - „Ist mir das Geld nicht wert - bekomme zu wenig Qualität für zu hohe Preise“

**Zumindest manchmal wird der Kontakt zum Profi gesucht. Die Zufriedenheit ist steigerbar. Falsche Erwartungen führen zu Unzufriedenheit.**

- ▶ Folgende **Leistungen müssen angeboten werden**, damit sich die Antwortenden für einen Textilpflegebetrieb entscheiden:
  - billige Preise
  - kundenfreundliche Öffnungszeiten
  - ein „persönlichen Profi“ ist gefragt –dieser kommt in die eigenen vier Wände und erledigt die Wäsche

**Der Preis, die Öffnungszeiten und die Bequemlichkeiten spielen in Zukunft eine zentrale Rolle!**

Fragen: Welche Dienstleistungen von Firmen im Textilpflegebereich sind für Sie jetzt oder in Zukunft besonders interessant?

Wie viel sind Sie bereit dafür pro Monat auszugeben?

(Grundgesamtheit sind 9 Antwortende)

- ▶ Besonders interessante Dienstleistungen in Gegenwart und Zukunft im Textilpflegebereich sind:
  - Jacken- und Mantelreinigung (2 Nennungen; **22,3%**)
  - Businesskleiderreinigung wie Hemden, Anzüge, Blusen... (2 Nennungen; **22,3%**)
  - Abhol- und Lieferservice (2 Nennungen; **22,3%**)
  - Lederreinigung (1 Nennung; **11,1%**)
  - die gesamte Wäsche abgeben und bügeln lassen (1 Nennung; **11,0%**)
  - umweltschonender Einsatz in der Produktwelt (1 Nennung; **11,0%**)
  
- ▶ Die **durchschnittliche Ausgabebereitschaft** für Dienstleistungen von Textilpflegebetrieben beträgt **36 € pro Monat** (Werte von € 20 bis € 80 werden genannt)

**Die Ausgabebereitschaft wird derzeit nicht „abgeschöpft“.**

Fragen: Was macht für Sie ganz persönlich ein perfektes Unternehmen im Textilpflegebereich aus?  
 Was muss dieses anbieten?  
 Wo soll der Standort sein, wie soll die Erreichbarkeit sein?  
 Was sind besonders wichtige Kriterien für Ihre Auswahl?

- ▶ Das **perfekte Unternehmen** im Textilpflegebereich **muss** folgendes **bieten**:
  - eine keim- und chemiefreie, qualitativ hochwertige Tiefenreinigung (4 Nennungen; **40,0%**)
  - einen Abholservice (2 Nennungen; **20,0%**)
  - längere Öffnungszeiten / eine 24 Stunden Reinigung (2 Nennungen; **20,0%**)
  - gut geschulte Fachmitarbeiter (2 Nennungen; **20,0%**)

**„Perfekt“ ist man dann, wenn qualitätsvolle Tiefenreinigung erfolgt und das mit maximaler Bequemlichkeit sowie kompetenten Mitarbeitern.**

- ▶ Darüber hinaus sind sich alle Befragten einig, dass das Unternehmen in der **unmittelbaren Umgebung** sein muss. 4 von 10 Befragten erwähnen zusätzlich, dass ein **Parkplatz** vorhanden sein muss.

**Nähe und Bequemlichkeit zählen!**

- ▶ Besonders wichtige Kriterien für die Auswahl eines Textilpflegeunternehmens sind: (Grundgesamtheit sind 12 Nennungen)
  - die Qualität (4 Nennungen; **33,4%**)
  - das Preis-/Leistungsverhältnis (4 Nennungen; **33,4%**)
  - die Erreichbarkeit / vorhandene Parkplätze (3 Nennungen; **25,0%**)
  - freundliche Mitarbeiter (1 Nennungen; **8,2%**)

**Auswahlkriterien und das perfekte Unternehmen ergänzen einander!**

Frage: Wie wichtig ist Ihnen die Attraktivität und Haltbarkeit von Textilien im Bereich der gesamten Bekleidung?

- ▶ 8 von 10 Befragten ist die **Attraktivität und Haltbarkeit** der Textilien im gesamten **Bekleidungsbereich** sogar **sehr wichtig**
- ▶ Bei den restlichen Befragten ist die **Attraktivität und Haltbarkeit** der Textilien im gesamten **Bekleidungsbereich** zumindest **eher wichtig**

**Attraktivitätserhaltung und Lebensdauer spielen eine (sehr)wichtige Rolle.**

Frage: Sehen Sie einen Zusammenhang zwischen lang anhaltender Attraktivität, Haltbarkeit und professioneller Reinigung bei Bekleidungstextilien?

- ▶ 9 von 10 Befragten sehen einen **Zusammenhang** zwischen lang anhaltender Attraktivität, Haltbarkeit und professioneller Reinigung bei Bekleidungstextilien
- ▶ Eine Person sieht keinen Zusammenhang zwischen lang anhaltender Attraktivität, Haltbarkeit und professioneller Reinigung bei Bekleidungstextilien

**Professionelle Reinigung und Attraktivität sind untrennbar miteinander verbunden.**

Frage: Wie wichtig ist Ihnen die Attraktivität und Haltbarkeit von Textilien im gesamten Wohnbereich?

- ▶ **7 von 10** Befragten ist die Attraktivität und Haltbarkeit von Textilien im gesamten **Wohnbereich** **eher wichtig**
- ▶ **2** Befragten ist Attraktivität und Haltbarkeit von Textilien im gesamten **Wohnbereich** **sehr wichtig**
- ▶ **Einer** Person ist Attraktivität und Haltbarkeit von Textilien im gesamten **Wohnbereich** **eher unwichtig**

**Was für die zweite Haut gilt, gilt auch für die „dritte Haut“.  
Denn auch im Wohnbereich zählt die Attraktivität der Heimtextilien.**

*Frage: Sehen Sie einen Zusammenhang zwischen lang anhaltender Attraktivität, Haltbarkeit und professioneller Reinigung der Textilien im Wohnbereich?*

- ▶ 5 von 10 Befragten sehen einen **Zusammenhang** zwischen lang anhaltender Attraktivität, Haltbarkeit und professioneller Reinigung der Textilien im Wohnbereich.
- ▶ Die anderen 5 Befragten sehen keinen Zusammenhang zwischen lang anhaltender Attraktivität, Haltbarkeit und professioneller Reinigung der Textilien im Wohnbereich

***Der vermutete Zusammenhang zwischen lang anhaltender Attraktivität, Haltbarkeit und professioneller Reinigung ist allerdings signifikant weniger stark ausgeprägt, im Vergleich zur Bekleidungstextilien.***

*Frage: Wie schätzen Sie Ihren persönlichen Wissenstand zum Thema „richtige Pflege“ von Textilien ein?*

- ▶ 4 von 10 Befragten schätzen ihren **persönlichen Wissenstand** zum Thema „richtige Pflege“ von Textilien als **sehr gut** ein
- ▶ 3 Befragte schätzen ihren **persönlichen Wissenstand** zum Thema „richtige Pflege“ von Textilien als **gut** ein
- ▶ 2 Befragte schätzen ihren **persönlichen Wissenstand** zum Thema „richtige Pflege“ von Textilien als **mittelmäßig** ein
- ▶ **Eine** Person schätzt den **persönlichen Wissenstand** zum Thema „richtige Pflege“ von Textilien als **nicht gut** ein

***Wenn 70% ihren persönlichen Wissenstand als sehr gut bezeichnen, stellt sich die Frage: Ist der eigene Wissenstand so hoch, dass man derartig optimistisch Antwort geben kann?***

*Frage: Berücksichtigen Sie bereits beim Kauf, ob Textilien/Einrichtungsgegenstände etc. gepflegt / gewaschen werden können?*

- ▶ **7** von 10 Befragten **berücksichtigen beim Kauf**, ob und wie Textilien gereinigt / gepflegt werden können
- ▶ **3** der Befragten **achten beim Kauf nicht** auf die Pflegeart der Textilien

***Ein „KO - Kriterium“ beim TextilkauF: die Pflege!***

## STRUKTUR DER PROBANDEN

		%
GESCHLECHT	männlich	40,0
	weiblich	60,0
ALTER	bis 30 Jahre	30,0
	31 bis 50 Jahre	40,0
	51 Jahre und älter	30,0
BILDUNG	Pflichtschule	20,0
	Berufs-/ Fachschule	--
	Matura	40,0
	Universität / FH	40,0
HAUSHALTSGERÄTE ZUR TEXTILPFLEGE	Waschmaschine	100,0
	Trockner	40,0
	Bügeleisen	90,0
	Dampfbügeleisen	40,0
HAUSHALTSGERÄTE / PRODUKTE ZUR PFLEGE VON TEXTILIEN IM WOHNBEREICH	Polierpaste / sämtliche Reinigungsmittel	90,0
	Bürsten / Teppichklopfer etc.	90,0
STIMMUNG WÄHREND DES GESPRÄCHS	positiv	60,0
	neutral	40,0
	negativ	--
TONFALL WÄHREND DES GESPRÄCHS	positiv	50,0
	neutral	50,0
	negativ	--
INTERESSE AM GESPRÄCH	stark	40,0
	neutral	60,0
	wenig	--

► Ein Gespräch dauerte **durchschnittlich 10 Minuten.**  
(Gespräche von 8 bis 12 Minuten)

► In einem **Haushalt** wohnen **durchschnittlich 3,8 Personen.**  
(Gespräche mit 2 bis 5 Personen Haushalten)

## SICHTWEISE BUSINESS TO BUSINESS (B2B)

*Grundgesamtheit sind 5 Gespräche*

*Befragt wurden 2 Hotelbetriebe (Novapark Graz und Mercure Hotel Graz ), 2 Pflege- / Altenheime (Sinnresidenz Graz und adcura, Schloss Arnfels) und ein technischer Betrieb (Esarom GmbH), nach dem Auswahlkriterium Outsourcing.*

*Frage: Was fällt Ihnen spontan ein, wenn Sie an Betriebe / Unternehmen der Textilpflege denken?*

- ▶ Alle haben spontane Gedanken, wenn es um Profis im Bereich Textilpflege geht. Folgende Gedanken werden genannt:
  - saubere, reine Wäsche (2 Nennungen)
  - hohe Kosten (Einzelnennung)
  - Dienstleistungen wie z.B. Mietwäsche (Einzelnennung)
  - Unternehmen wie z.B. Brolli (Einzelnennung)

**Sauberkeit ist spontan da!**

*Fragen: Wo, in welchen Bereichen, sehen Sie Chancen / Herausforderungen für die Zukunft im Bereich der Textilpflegebranche?*

*Welche Dienstleistungen müssen Betriebe / Unternehmen anbieten, damit Sie mit diesen erfolgreich sein können?*

- ▶ Die vermutlich **größte Herausforderung**: viele Unternehmen die vergleichbare Leistungen anbieten
- ▶ In **Zukunft** von Bedeutung: das **Mieten!** Aber auch hohe Qualität und Termintreue

*Fragen: Nehmen Sie derzeit Unternehmen der Textilpflegebranche in Anspruch?*

*Werden Sie in Zukunft Unternehmen der Textilpflegebranche in Anspruch nehmen bzw. ist dies geplant?*

- ▶ **Alle** befragten Unternehmen nehmen derzeit Dienstleistungen der Textilpflegebetriebe in Anspruch.
  - Erfreulich: alle werden auch in Zukunft Profis beauftragen! *(Kontrollfrage)*

*Fragen: Lagern Sie Ihre Textilreinigung aus? Betreiben Sie Outsourcing?*

*Wenn ja, warum?*

*Wenn nein, warum nicht? Was muss sich ändern, damit Ihr Unternehmen Outsourcing betreibt?*

- ▶ Alle befragten Unternehmen betreiben **Outsourcing**, folgende Gründe werden dafür genannt:
  - das liebe Geld / Kostenfaktor *(3 Nennungen)*
  - einzig sinnvolle Möglichkeit / „Ressourcenknappheit vor Ort“ *(2 Nennungen)*

### ***Outsourcing findet bewusst statt!***

*Fragen: Wie sind Ihre Erfahrungen mit dem Outsourcen?*

*Ist Outsourcing Ihrer Meinung nach bei großen oder kleinen Betrieben sinnvoller?*

- ▶ **4 von 5** befragte Unternehmen haben **positive und gute Erfahrungen** mit Outsourcing.
- ▶ Ein befragtes Unternehmen empfindet, dass die Wäsche nicht gründlich und hygienisch gereinigt wird.

### ***Outsourcing erzeugt Zufriedenheit!***

- ▶ 3 von 5 Befragten sind der Meinung, dass das Outsourcing vor allem bei **großen** Betrieben sinnvoll ist.
- ▶ Ein Befragter ist der Meinung, dass das Outsourcing auch bei kleineren Betrieben sinnvoll ist.
- ▶ Ein weiterer ist der Ansicht, dass es nicht auf die Größe des Betriebs ankommt, sondern auf die Auslastung des Betriebs.

***Die Größe der Betriebe spielt sehr wohl eine Rolle so die Einschätzung!***

*Fragen: Beschreiben Sie bitte kurz, was Sie von einem Betrieb in Zukunft erwarten?*

*Was macht ein erfolgreiches Unternehmen in der Textilpflegebranche im Jahr 2020?*

*Welche Eigenschaften haben die Mitarbeiter des Unternehmens?*

*Welche Dienstleistungen werden Unternehmen anbieten?*

- ▶ Ein **erfolgreiches Unternehmen** soll folgendes bieten:
  - Zuverlässigkeit und eine gute, qualitätsvolle Reinigung (3 Nennungen)
  - eine große Dienstleistungspalette (Einzelnennung)
  - persönlicher Kontakt zu den Kunden (Einzelnennung)

***Erfolgreiche Unternehmen sind qualitätsintensiv und kümmern sich mit vielen Dienstleistungen um die Kunden!***

- ▶ Die **Mitarbeiter** sollen zu **verlässlich** und **ordentlich** sein. Allerdings sind die Eigenschaften der Mitarbeiter nur sekundär wichtig, denn für die Unternehmen zählt nur das Ergebnis, welches geliefert wird.
- ▶ Im **Jahr 2020** wird vor allem die **Dienstleistung der „Mietwäsche“** wichtig sein, sowie auch die Materialien der Mietkleidung / Mietwäsche

*Frage: Wie wird sich die Ausgabebereitschaft für Dienstleistungen in der Textilpflegebranche Ihrer Meinung nach verändern und warum?*

- ▶ **3 von 5** Befragten sind der Meinung, dass die **Ausgabebereitschaft** für Dienstleistungen in der Textilpflegebranche **gleich bleiben wird**.
- ▶ **Eine** Person ist der Meinung, dass die **Ausgabebereitschaft** für Dienstleistungen in der Textilpflegebranche **sinken wird**.
- ▶ Eine weitere Person ist der Meinung, dass es zu schwer ist eine Prognose über die Ausgabebereitschaft zu stellen.

## DIE STRUKTURDATEN

		%
GESCHLECHT	männlich	40,0
	weiblich	60,0
ALTER	bis 30 Jahre	--
	31 bis 50 Jahre	80,0
	51 Jahre und älter	20,0
BILDUNG	Pflichtschule	--
	Berufs-/ Fachschule	--
	Matura	60,0
	Universität / FH	40,0
STIMMUNG WÄHREND DES GESPRÄCHS	positiv	80,0
	neutral	20,0
	negativ	--
TONFALL WÄHREND DES GESPRÄCHS	positiv	60,0
	neutral	40,0
	negativ	--
INTERESSE AM GESPRÄCH	stark	40,0
	neutral	60,0
	wenig	--

- ▶ **Durchschnittlich** dauerte ein Gespräch **13 Minuten**  
(Gespräche von 10 bis 15 Minuten)
- ▶ **4 von 5** Befragten können ein Unternehmen, mit welchem sie zusammenarbeiten, nennen (*Brolli und Salesianer Miettex*).

## SICHTWEISE: EXPERTEN /DIE LANDESINNUNGSMEISTER

Grundgesamtheit sind 6 Gespräche mit den Landesinnungsmeistern (-stellvertreter) österreichweit

Frage: Was fällt Ihnen spontan ein, wenn Sie an Ihre Branche, die Branche der Textilpfleger, denken?

- ▶ Die Experten nennen **spontan** folgendes, wenn sie an ihre Branche denken:
  - Hygiene (3 Nennungen)
  - Qualität / qualitativ hochwertige Reinigung (2 Nennungen)
  - immer mehr Gewinnrückgänge (Einzelnennung)

**Hygiene, Qualität und Wirtschaftlichkeit sind das Dreieck der Branche!**

Frage: Wo, in welchen Bereichen, sehen Sie Chancen / Herausforderungen für die Zukunft im Bereich der Textilpflegebranche?

- ▶ In folgenden Bereichen sehen die Experten **Chancen** für die Zukunft:
  - Reinigung und Wäscherei - räumlich getrennt
  - die **längere Textilwerterhaltung** durch professionelle Reinigung
  - in der **Qualität der Reinigung** / Qualität wird immer mehr geschätzt
  - die Zielgruppe der jungen Leute besitzt starkes Potential

**Die Chancen liegen im Bereich Spezialisierung, Werterhaltung, Qualität und neuen Zielgruppen.**

- ▶ **Herausforderungen** für die gesamte Branche sind:
  - der **Trend zum (billigen) Neukauf** / bei billigen Textilien zahlt sich professionelle Reinigung nicht aus
  - „Bekleidungs Vorschriften“ im Rückzug / vermehrt „legere“ **Kleidung, die pflegeleicht ist**

Fragen: Welche Zielgruppe gehört derzeit zu Ihren Hauptkunden?  
Was ist Ihr besonderes Angebot für Ihre Hauptkunden?

- ▶ Die genannten **Hauptkunden** sind **Privatkunden** (der Altersgruppe 45 Jahre und älter), sowie **Businesskunden**.
- ▶ Als besonderes Extra wird von Abhol- und Lieferservice, über Näh- und Änderungsdienstleistungen, bis hin zur Expresslieferung ohne Preisauflschläge, viel für die Hauptzielgruppen geboten.

### ***Bequemlichkeit bestimmt das Angebot!***

Frage: Welche Dienstleistungen im Bereich der Textilpflege wird/werden Ihrer Meinung nach in den kommenden Jahren besonders gefragt und warum?

- ▶ Als **künftig besonders gefragte Dienstleistungen** werden folgende genannt:  
(alles Einzelnennungen)
  - Bügeln von Hemden
  - ein Rundumservice / Komplettanbieter
  - Reinigung von Businessmode
  - Reinigung von Heimtextilien

Diese genannten Dienstleistungen werden laut den Experten sowohl bei den Endkunden, also auch bei den Unternehmen weiterhin Anklang finden.

***Nichts „Neues“ - so die Vermutung wenn es um Dienstleistungen geht.***

Frage: Wohin geht Ihrer Meinung nach die Materialreise? Welche Materialien / Textilien werden in Zukunft die Branche nachhaltig beeinflussen?

- ▶ Die Experten sind der Ansicht, dass die **Materialreise** sich sowohl für die Endkunden, als auch für die Unternehmen in folgende Richtung entwickeln wird:
  - es wird immer mehr **Mischgewebe** geben (3 Nennungen)
  - **Kunstfaser** ist und bleibt gefragt (2 Nennungen)
  - reine **Baumwolltextilien** werden gefragt sein (2 Nennungen)
  - viele moderne **Hightech-Fasern** (2 Nennungen)

**Es gibt mehrere Materialwege – Natur und Hightech gehört auf alle Fälle dazu!**

Frage: Wo sehen Sie für sich und Ihr Unternehmen Kooperationspartner?

- ▶ Folgende mögliche **Kooperationspartner** werden genannt:
  - Übernahmestellen (3 Nennungen)
  - **Hotels** (2 Nennungen)
  - **Textilhändler** (2 Nennungen)

**Kooperationspartner sind Schnittstellen und Auftraggeber.**

Frage: Wird die Anzahl der Kunden in den nächsten drei Jahren steigen, sinken oder gleichbleiben?

- ▶ **3 von 5** Antwortenden sehen ein Gleichbleiben der Kundenanzahl, aber auch ein Steigen und Sinken bestimmt die Expertenmeinung

Fragen: Beschreiben Sie bitte kurz- was macht ein erfolgreiches Unternehmen in der Textilpflegebranche im Jahr 2020? Welche Eigenschaften haben die Mitarbeiter des Unternehmens?

- ▶ Ein **erfolgreiches Unternehmen** in der Branche im Jahr 2020 setzt auf:  
(alles Einzelnennungen)
  - Höflichkeit
  - Pünktlichkeit / rasche Leistungen
  - Zuverlässigkeit
  - Flexibilität
  - Servicequalität
  - und geht mit der Zeit / ist trendig

**Erfolg =Mensch**

Frage: Wie wird sich der Umsatz Ihres Unternehmens in den nächsten drei Jahren entwickeln?

- ▶ **4 von 5** Antwortenden sind der Meinung, dass der **Umsatz** ihres Unternehmens **gleich bleiben** wird
- ▶ Eine antwortende Person ist der Meinung, dass der Umsatz sinken wird

**Das Gleichbleiben (Umsatzbetrachtung) ist die Erwartung in Zukunft!**

Frage: Wie wird sich der Gewinn Ihres Unternehmens in den nächsten drei Jahren entwickeln?

- ▶ **3 von 5** Antwortenden sind der Meinung, dass der **Gewinn** ihres Unternehmens **gleich bleiben** wird
- ▶ **Je eine** andere Expertenmeinung ist, dass der Gewinn **steigen** bzw. **senken** wird

## STRUKTURDATEN

		%
<b>GESCHLECHT</b>	männlich	83,4
	weiblich	16,6
<b>ALTER</b>	bis 30 Jahre	--
	31 bis 50 Jahre	33,3
	51 Jahre und älter	66,7
<b>BILDUNG</b>	Pflichtschule	--
	Berufs-/ Fachschule	--
	Matura	100,0
	Universität / FH	--
<b>STIMMUNG WÄHREND DES GESPRÄCHS</b>	positiv	66,7
	neutral	33,3
	negativ	--
<b>TONFALL WÄHREND DES GESPRÄCHS</b>	positiv	66,7
	neutral	33,3
	negativ	--
<b>INTERESSE AM GESPRÄCH</b>	stark	66,7
	neutral	33,3
	wenig	--

- **Experten haben viel zu erzählen! Durchschnittlich** dauerte ein Gespräch **20 Minuten** (*Gespräche von 10 bis 35 Minuten*) - mit Abstand die längsten Gespräche!