

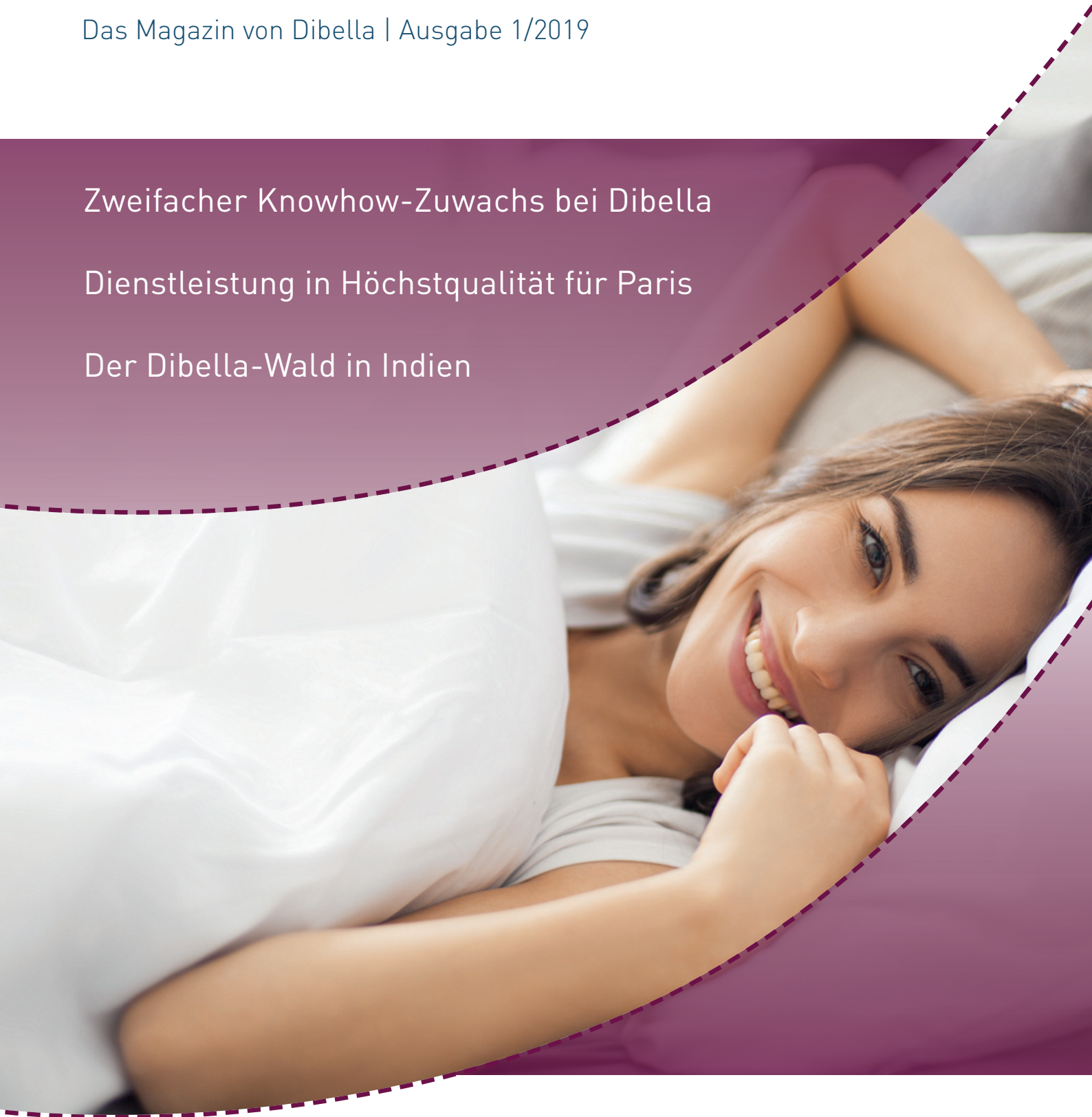
# waschecht

Das Magazin von Dibella | Ausgabe 1/2019

Zweifacher Knowhow-Zuwachs bei Dibella

Dienstleistung in Höchstqualität für Paris

Der Dibella-Wald in Indien



# Grußwort

## Liebe Leserin, lieber Leser,

die Nachfrage an unseren sozial- und umweltverträglich hergestellten Textilien ist auch in den vergangenen Monaten weiter gestiegen. Der große Zuspruch, den unser Dibella+ Sortiment erhält, geht auf unser langjähriges Engagement für Transparenz in der Lieferkette zurück. Durch die Zusammenarbeit mit Herstellern, die nach Global Organic Textile Standard (GOTS), Organic Content Standard (OCS) und nach Fairtrade zertifiziert sind, wird die Herkunft unserer nachhaltigen Textilien nachvollziehbar. Damit Sie sicher gehen können, dass unsere Bio-Baumwolle auch tatsächlich aus ökologischem Anbau stammt, arbeiten wir außerdem seit langem mit der Kooperative Chetna Organics zusammen. Ihr sind tausende Kleinbauern angeschlossen, die ihre Felder nach hohen Umweltstandards bewirtschaften.

Für alle Kunden und Interessenten, die sich mit eigenen Augen von den Herstellbedingungen unseres Dibella+ Sortiments überzeugen wollen, bieten wir auf Wunsch eine Unternehmerreise nach Indien an. Neben den verschiedenen Etappen im Werdegang eines umweltfreundlichen Textils stellen wir auch Schulförderprojekte vor, die wir vor einiger Zeit gemeinsam mit Kunden ins Leben gerufen haben. Wir betrachten unser Engagement als wichtigen Teil unserer Gesellschaftsverantwortung und ernten bereits die Früchte unserer Unterstützung: Die Schulabbrecherquote ist von fünfzig auf unter fünf Prozent gesunken. Dabei wollen wir es jedoch nicht belassen, weshalb wir alle interessierten Kunden dabei unterstützen, Corporate Social Responsibility (CSR) mit eigenen, wegweisenden Projekten erlebbar zu machen.

Für viele unserer Kunden ist der Tourismus eine wichtige Geschäftsgrundlage. Das gilt insbesondere für Paris. Nach den Terroranschlägen im Jahr 2016 hat sich die Branche erholt und vermeldete 33,8 Millionen Besucher in den Hotels der Stadt. Von dieser positiven Entwicklung profitiert die Equip'Hotel, auf der wir im letzten Winter zum dritten Mal ausstellten. Und auch die Blanchisserie de Paris hat dank der steigenden Touristenzahlen so viel zu tun wie nie zuvor. In einem Interview hat uns Inhaber Cyrill Coria die Gründe für das Wachstum seines Unternehmens erläutert. Auch hierzulande ist die Reisefreude ungebremst. Um der Hotelbranche auch im Hinblick auf die Textilien Abwechslung bieten zu können, entwickeln wir unser Sortiment stetig weiter. Mit „Skagen“ stellen wir unsere jüngste Bettwäsche in einem preislich attraktiven Mischgewebe vor. Sie erhalten diese Wäsche, die sich in einer ansprechenden Melange-Optik präsentiert, auf Wunsch auch mit Made-in-Green-Label. Lassen Sie sich von dieser Innovation und vielen weiteren Themen überraschen.

Viel Freude beim  
Lesen wünscht Ihnen



Ralf Hellmann  
Geschäftsführer Dibella



# Inhalt

- 4 Dibella News**  
Frankreichs Gefühl für Textilien  
Der neue Katalog kommt
- 5 Ein Wald für besseres Klima**
- 6 Wertschöpfungskette**  
Auf Tuchfühlung in Indien | Mit einer Reise zu den Ursprüngen löst Dibella das Versprechen einer transparenten Lieferkette ein
- 8 Trends & Innovationen**  
Für Groß und Klein | Dibella hat sich auf die Bedürfnisse der Textilservice-Branche eingestellt
- 9 Normen & Standards**  
Vorausblickend zertifiziert | Umweltmanagement-System hilft, die Nachhaltigkeit im Unternehmen stetig zu verbessern
- 10 Dibella inside**  
Technisch gut beraten | Unsere neuen Experten
- 12 Aus der Praxis**  
Große Chance für Spezialisten | Seit 2011 revolutioniert die Blanchisserie de Paris den französischen Mietservice-Markt
- 14 Moment mal**  
Schwer beladen  
Auf die Matte gelegt
- 15 Zum Schluss**  
Skagen – farbstabiler Blickfang fürs Hotelbett  
Vorschau auf die nächste Ausgabe

# Impressum

**waschecht** ist das Magazin von Dibella, das den verschiedensten Themen von Objekt-textilien für den Textilservice gewidmet ist.

**Herausgeber**  
und verantwortlich für den Inhalt:  
Dibella GmbH  
Hamalandstr. 111  
D-46399 Bocholt

**Redaktion**  
Michaela Gnass, Jennifer Nietsch,  
Ralf Hellmann, Sabine Anton-Katzenbach  
(Textilberatung Hamburg)

**Layout, Satz**  
Sabine Faust (FaustDesign, Hattingen)

**Produktion**  
Gedruckt bei Druckerei Busch, Bocholt, auf FSC-zertifiziertem Recycling-Papier (Circle Silk Premium White)

**Urheberrecht**  
Alle Inhalte sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte sind vorbehalten. Reproduktionen, gleich welcher Art, oder Erfassungen in Datenbanken sowie Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers.



**5**  
Auf einer Brachfläche in Tamil Nadu legt Dibella einen Wald für Klima- und Umweltschutz an.



**6**  
Im Dezember 2018 verfolgt ein achtköpfiges Team nachhaltige Dibella-Textilien in Indien.



**12**  
Die Blanchisserie des Paris bietet Hoteltexilien im Mietservice.

**Kontakt**  
redaktion@dibella.de

**Bezugspreis**  
10 € pro Ausgabe

**Bildnachweis**  
Titel: Maksym Povoziuk/Fotolia, S. 2, 4: Dibella, S. 5: Googlemaps (li.), Dibella (re.), S. 6/7: Dibella, S. 8: European Hotels & Chains Report 2017, S. 9: Florida Chuck/Shutterstock, S. 10: Dibella, S. 12-13: Blanchisserie de Paris, S. 14: www.lifehack.org/351993/sleeping-with-weighted-blankets-helps-insomnia-and-anxiety-study-finds (oben), baranq/Shutterstock (unten), S. 15, 16: Dibella



# Frankreichs Gefühl für Textilien

## In Frankreichs Hotellerie haben besondere Textilien Gewicht.

Textilien haben in der französischen Hotellerie schon immer einen hohen Stellenwert. Für Dibella zählt das Land des „Savoir-vivre“

daher zu einem der größten Absatzmärkte – und zu einem wichtigen Messe-Standort. So präsentierte sich das Unternehmen be-

reits mehrmals auf der alle zwei Jahre veranstalteten Equip'Hotel in Paris und war auch im Herbst 2018 wieder dabei. Von dem Ergebnis war die Mannschaft begeistert: Während der fünftägigen Messe hatten das französische Vertriebsteam von Eric Lesage und Christophe Lepage sowie die aus Deutschland angereiste Verstärkung alle Hände voll zu tun. Kein Wunder angesichts der 113.000 Fachbesucher aus der gastgebenden Branche! Deren Interesse galt übrigens vor allem den über 500 g/m<sup>2</sup> schweren Frottierqualitäten sowie der 150 g/m<sup>2</sup> leichten Bettwäsche-Linie „Lüneburg“. Dank der beständigen Aufklärungsarbeit des französischen Vertriebsbüros nahmen außerdem die Anfragen nach verantwortungsbewusst hergestellten Textilien aus dem Dibella+ Sortiment deutlich zu. Nachhaltigkeit ist eben doch grenzenlos!



Christoph Lepage, Eric Lesage und Ralf Hellmann (v.l.n.r.) präsentierten Dibella anlässlich einer erfolgreichen Equip'Hotel 2018.

# Der neue Katalog kommt

## Dibella bringt im Frühjahr die neue Generation des Produktkatalogs heraus.

Getreu dem Motto „Alles neu macht der Mai“ kommt die aktuelle Broschüre von Dibella in einem frischen Design, einem kompakten Format und einer neu entwickelten Darstellung. So ist die Lieferkette vom Feld bis zum fertigen Textil veranschaulicht. Außerdem bietet

der Katalog eine Siegelübersicht der von Dibella ausgewählten nachhaltigen Zertifizierungen und Initiativen. Die Übersicht dient einer schnellen Orientierung: Sie ist nach den konventionellen Hoteltextilien und den



korrespondierenden Dibella+ Qualitäten sortiert. Außerdem hat sich das Unternehmen eine weitere Besonderheit einfallen lassen: Den Katalog gibt es über einen QR Code zum Download.

# Ein Wald für besseres Klima

## Im indischen Nachikuppam (Tamil Nadu) entsteht auf Initiative von Dibella ein neues Waldstück.

Im Dezember 2018 stehen die Teilnehmer der Dibella Unternehmerreise auf einer Brachfläche und heben Pflanzlöcher aus. Danach set-



Auf einer Brachfläche im Bundesstaat Tamil Nadu legt Dibella einen Wald für Klima- und Umweltschutz an.

zen sie junge Bäume ein, schaufeln die Löcher wieder zu und blicken zufrieden auf das Werk, das in wenigen Jahren zu einem Wald heranwachsen soll.

Die von Dibella ins Leben gerufene Pflanz-Initiative dient der Kompensation von Kohlendioxid (CO<sub>2</sub>)-Emissionen. „Bäume sind beim Abbau des schädlichen Klimagases besonders effektiv. Daher lag die Idee nahe, mit einem Wald für den Klima- und Umweltschutz einzutreten“, führt Geschäftsführer Ralf Hellmann aus. „Dass wir uns für einen indischen Standort entschieden haben, lag in der Natur der Sache: Die Bio-Baumwoll-Farmer berichten uns immer wieder von enormen Niederschlägen und Überflutungen ihrer Felder. Der Klimawandel ist auch in Indien angekommen.“



Klaus Baur setzt seinen eigenen Baum im neu entstehenden Dibella-Wald.

Dibella hat eine Brachfläche von 10 Hektar aufbereiten lassen, auf der insgesamt 11.000 Bäume Platz finden können. 2.000 Pflanzen hat das Unternehmen bereits für den eigenen CO<sub>2</sub>-Ausgleich gepflanzt, weitere 2.000 wurden bis jetzt von Kunden und Partnern gesponsort. „Da wir auch anderen die Möglichkeit geben wollen, beim Klimaschutz

schnell und unbürokratisch handeln zu können, haben wir das Projekt bewusst für die Beteiligung Dritter offengehalten.“ Noch ist ausreichend Platz für ein eigenes Waldstück. Dessen zukünftige Bewohner stehen schon in den Startlöchern: In dem Jung-Wald sind schon Affen, Schlangen und Pfauen gesichtet worden.

# Auf Tuchführung in Indien

Mit einer Reise zu den Ursprüngen löst Dibella das Versprechen einer transparenten Lieferkette ein.



Im Dezember 2018 beginnt für ein achtköpfiges Team die Verfolgungsreise der nachhaltigen Dibella-Textilien in Indien.

Transparenz in der Lieferkette ist bei Dibella mehr als ein Statement. Sie ist eine Grundeinstellung, die das Unternehmen für seine Kunden im wahrsten Sinne des Wortes erlebbar macht – und zwar im Rahmen einer Unternehmerreise. Diese führt die Teilnehmer nach Indien und auf die Spuren der fairgehandelten Bio-Baumwolle vom Feld bis zum fertigen Textil.

Gleichzeitig haben Dibella+ Kunden, die sich über die GoodTextiles Stiftung mit nachhaltigen Projekten in Indien engagieren, die Möglichkeit, diese vor Ort zu besichtigen und bei Bedarf weitere Maßnahmen zu planen.

## BEGINN EINER VERFOLGUNGSGREISE

Nach der ersten, erfolgreichen Unternehmerreise im Winter 2017 – der klassischen Baumwollernetzeit

in Indien – war es zur klassischen Baumwollernetzeit im Dezember 2018 wieder so weit. Eine achtköpfige Gruppe bestieg das Flugzeug Richtung Bangalore. An Bord waren Salesianer Miettex, die zum Servitex-Verbund gehörende Wäscherei Hesse, TUTAKA (eine Plattform für nachhaltiges Gastgebertum) und Dibella. Sie sollten auf eine Reise gehen, deren einzigartigen Eindrücke für ewig im Gedächtnis bleibt. Bereits die erste Station in Vishakhapatnam brachte die Reisenden aus Europa angesichts der Geräuschkulisse und Buntheit des rechts und links der Straßen stattfindenden Lebens zum Staunen. Gleich am nächsten Tag ging es damit weiter, denn die Gruppe führte ihre Reise in einer fünfstündigen Zugfahrt bis nach Ambodala im Bundesstaat Odisha und von dort mit dem Jeep nach Bandhpari fort.

## LERN-FÖRDERUNG AUF INDISCH

Dort fördert die GoodTextiles Stiftung die Kasturba Gandhi Balika Vidyalaya School und hat durch unterschiedliche Maßnahmen die Situation der Schüler und Lehrer maßgeblich verbessert. Dementsprechend überwältigend war der Empfang, den die Schule ihren Gästen bereitete. Neben einer Führung und einer Tanzdarbietung wurde der Reisegruppe eine besondere Ehre zuteil: Eine Teilnehmerin durfte den neuen Mädchen-Schlafraum offiziell einweihen. Er steht Schülerinnen mit einem zu weiten Heimweg für die Übernachtung zur Verfügung und wurde kürzlich fertiggestellt. Außerdem bietet er ein Novum: Dank der Spende eines von Dibellas indischen Herstellpartnern ist er erstmals mit Matratzen bestückt, so dass die Mädchen nicht mehr auf dem rohen Bett schlafen müssen.

## FORSCHEN FÜR BIO-BAUERN

Die nächste Etappe führte nach Bandhpari in eine von der Chetna Organic-Kooperative geleitete Versuchsfarm. Dort werden verschiedenste Bio-Baumwoll- und Gemüsesaaten im Feldversuch auf Widerstandsfähigkeit gegenüber Trockenheit und Überflutung getestet. Die besten und für die jeweiligen Regionen geeigneten Saaten werden dann an die Bio-Baumwoll-Farmer weitergereicht, um ihnen eine auskömmliche Lebensgrundlage zu garantieren. Mit Schulungen erweitert die Kooperative außerdem den Wirkungsgrad der Bauern – beispielsweise um eine erfolgreiche Nutztierhaltung.

## VON HAND GEPFLÜCKT

Schon einen Tag später konnte die Unternehmersgruppe dann die Früchte ernten, die unter der Fürsorge von Chetna Organic für Dibella gesät werden. Im Dorf Lebed, das bereits seit dem Jahr 2007 eine nachhaltige Landwirtschaft betreibt, war die Bio-Baumwolle reif und die Ernte in vollem Gang. Unter Anleitung der erfahrenen Farmer-Frauen konnten sich die Gäste in der Kunst des Handpflückens versuchen. Für ein ebenso einmaliges

Erlebnis sorgte dann auch Dibella bei der am späten Nachmittag zu Ehren der Reisegruppe einberufenen Versammlung der Dorfgemeinschaft. Ralf Hellmann hatte einen aus der Bio-Baumwolle des Dorfes hergestellten Kopfkissenbezug und ein Handtuch im Gepäck und löste damit bei den Dorfbewohnern helle Begeisterung aus. Denn es war das erste Mal in ihrem Leben, dass sie das Ergebnis ihrer Hände Arbeit zu sehen bekamen.

## UNTERSTÜTZUNG, DIE ANKOMMT

Die nächste Station war Madingpada im Bundesstaat Odisha. Hier engagieren sich Dibella, Salesianer Miettex und der mit Dibella+ Textilien ausgestattete Hotel-Kunde Rogner Bad Blumau in Österreich, ein langjähriger Mietwäsche Kunde von Salesianer Miettex, über die GoodTextiles Stiftung mit einem Schul-Entwicklungsprojekt in der Seva Ashram School. Die Reisegruppe konnte sich vor Ort ein Bild von dem maroden Gebäude, den Klassenzimmern, in denen es an notwendigster Ausstattung wie Tischen und Bänken fehlt, sowie mangelnder Sanitäreinrichtungen ein Bild machen. Dank der zugesagten Unterstützung der drei Sponsoren werden



Die Seva Ashram School freut sich über die wertvolle Unterstützung von Salesianer Miettex und dem Hotel Rogner Bad Blumau.



Die letzte Station der Unternehmerreise führte zu einem vollstufigen, GOTS-zertifizierten Hersteller.

in den nächsten Monaten umfangreiche Renovierungsarbeiten ergriffen, die zu deutlichen Verbesserungen des Lernumfelds führen. Dafür ernteten die Unterstützer von den Lehrern und Schülern eine riesige Welle der Dankbarkeit.

## DAS ERZEUGNIS ZUM SCHLUSS

Um den weiteren Weg der handgepflückten Bio-Baumwolle aus Lebed nachzuverfolgen, ging es in Begleitung von Dibella India (Bangalore) zu einem GOTS-zertifizierten Hersteller, bei dem das Unternehmen seine nachhaltigen Textilien unter strengen ökologischen und sozialen Vorgaben weben, ausrüsten und konfektionieren lässt. Den Abschluss der Reise markierte dann eine Fahrt ins Grüne. Sie führte zum Dibella Forest in Nachikuppam und einem Treffen mit Familie Baireshan, die sich um das jüngste Nachhaltigkeitsprojekt des Unternehmens – einen neu entstehenden Wald – kümmert.

Mit der siebentägigen Unternehmerreise löst Dibella das Versprechen einer nachvollziehbaren, transparenten Lieferkette vom Baumwollfeld bis zum Konfektionsbetrieb ein. Interessenten sind jederzeit willkommen – die nächste Indien-Tour ist bereits in Planung.

# Für Groß und Klein

## Dibella hat sich in jeder Hinsicht auf die Bedürfnisse der Textilservice-Branche eingestellt.

In jüngster Vergangenheit hat die europäische Textilservice-Branche weitgreifende Veränderungen erfahren. Einerseits ist es zu einer Konzentration von Großbetrieben gekommen. Dem 2016 erschienenen Marktreport „Textile Services in Europe“ (3e Consultants) zufolge gibt es in Europa zwei Unternehmen, die 70 Waschbetriebe kontrollieren. Hinzu kommen 13 Textilservice-Anbieter mit bis zu 10 Wäschereien. Andererseits gibt es in Europa viele „kleinere“ Textildienstleister, deren wöchentliche Tonnage die Marke von 15 Tonnen nicht überschreitet.

### KONZENTRATION IM HOTELMARKT

Eine vergleichbare Entwicklung findet auf dem Hotelsektor statt. Auch hier schreitet die Marktkonzentration fort. So liegt der Übernachtungsmarkt in Spanien und Frankreich in hohem Maße in den Händen

von Hotelketten. Deren Marktanteil beträgt in Spanien 34 und im Nachbarland 21 Prozent. In Deutschland liegt der Prozentsatz bei knapp zehn Prozent\*. Die Segmentierung des Hotel-Marktes hat direkte Folgen auf den Textilservice. Hotelketten stellen ihre Häuser üblicherweise an allen Standorten mit einem einheitlichen Textilsortiment aus und erwarten „Service aus einer Hand“. Im Gegensatz dazu betrachten regionale, inhabergeführte Hotels die Textilien als ein Differenzierungsmerkmal und setzen von ihren Mietservice-Partnern ein vielfältiges Angebot voraus.

### VIEL, SOFORT UND SICHER

Dibella hat sich auf die sehr unterschiedlichen Anforderungen der Branche eingestellt. Das Produktsortiment und die „weichen“ Service-Faktoren erfüllen in jeder Hinsicht die Erwartungen der Kunden.

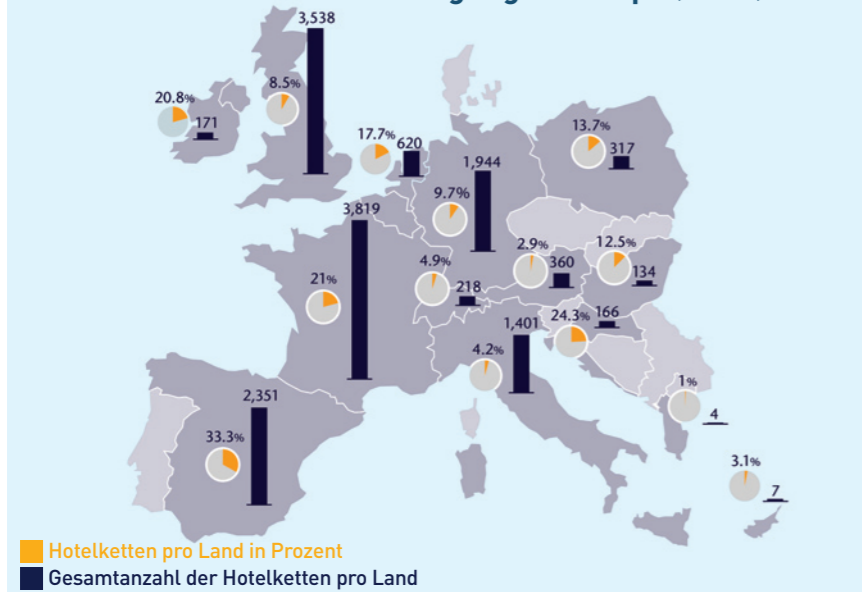
„Aufgrund der hohen Zimmerzahl von Kettenhotels brauchen Großwäschereien die Gewissheit, dass die Textilien bei uns auf Lager liegen und größere Mengen sofort abrufbar sind“, berichtet Simon Bartholomes, der bei Dibella für den Einkauf zuständig ist. „Daher bevorzugen wir unser Sortiment und garantieren dadurch eine schnelle Lieferverfügbarkeit.“ Auch in puncto Textil-Qualität hat sich Dibella auf die Erwartungen der europaweit tätigen Textilservice-Gruppen eingestellt: Bett-, Frottier- und Tischwäsche sind langlebig, robust und können an die individuellen Ansprüche der Wäscherei-Betriebe angepasst werden. Vor allem aber ist die Ware sofort einsetzbar, so dass Zeit und Kosten für das Einwaschen entfallen. Um die Kriterien sicherzustellen, unterliegt jede Ware strengen Qualitätsprüfungen.

### FLEXIBEL, VIELFÄLTIG, SCHNELL

„Textilservice-Betriebe mit mittelständischen Hotel-Kunden müssen sich ebenfalls auf unsere Lagerbevorratung und die Langlebigkeit der Ware verlassen können. Sie erwarten von uns aber auch ein vielfältiges Sortiment, das den Unterschied vom Wettbewerb sichtbar macht. Hier können wir vor allem mit unserem Dibella+ Sortiment punkten“, ergänzt Bartholomes. „Darüber hinaus bringen wir eine hohe Flexibilität mit, die von unseren Kunden in diesem Segment besonders geschätzt wird.“

\* Horwarth HTL: European Chains & Hotel Report 2019

### Hotelketten-Durchdringung in Europa (2017)



# Vorausblickend zertifiziert

## Das Umweltmanagement-System hilft Dibella, die Nachhaltigkeit im Unternehmen stetig zu verbessern.



Dibella bezieht Erwartungen und Bedürfnisse aller „Stakeholder“ in das nach der jüngsten Norm zertifizierte Umweltmanagement ein.

Die Revision der ISO 14001 im September 2015 stellt deutlich umfangreichere Anforderungen an ein Umweltmanagementsystem, denn die überarbeitete Norm will zu einer fortlaufenden Verbesserung der Umwelleistung einer Organisation beitragen. Sie fordert daher nicht nur eine stärkere Berücksichtigung der internen und externen Wechselwirkungen und Beziehungen aller interessierten Parteien. Sie verlangt außerdem, dass Erwartungen und Bedürfnisse aller „Stakeholder“ in das Umweltmanagement einbe-

zogen werden. Kurzum: Die Norm legt fest, dass Unternehmen über den eigenen Tellerrand hinaus schauen und Strukturen außerhalb des eigenen Betriebs in den Umweltschutz einbeziehen. Diese müssen definiert und im Hinblick auf ihre Risiken und Chancen bewertet, gesteuert und gelenkt werden.

### ÖKOLOGISCHER WEITBLICK

Was abstrakt klingt, hat konkrete Auswirkungen auf die Umweltpolitik eines Unternehmens. Sofern relevant, müssen alle ausgelagerten

Prozesse in die Umweltbewertung einbezogen werden. Hierzu können beispielsweise die Produktentwicklung, Rohstoffgewinnung und Produktion sowie die Verwendung und Entsorgung zählen. Damit greift die aktuelle Norm den Gedanken der transparenten Lieferkette auf und fordert für den gesamten Lebenszyklus eines Produkts die Abschätzung wesentlicher Umweltaspekte. Doch damit nicht genug: Zu den ausgelagerten Prozessen, die in eine ökologische Bewertung eingehen können, zählen beispielsweise auch durch externe geleistete Beratungen oder Dienstleistungen, zugekaufte Waren oder aus dem Unternehmen ausgegliederte (outsourcete) Vorgänge.

### MANAGEMENTSYSTEM IDENTIFIZIERT STELLSCHRAUBEN

„Die überarbeitete Version der ISO 14001 fokussiert sich wesentlich stärker auf Nachhaltigkeit. Daher haben wir uns bei Dibella von vorneherein entschlossen, die aktuelle Norm-Version als Basis für unser am 26. Februar 2016 zertifiziertes Umweltmanagement-System zu nehmen“, berichtet Ralf Hellmann. „Diese Entscheidung hat sich ausgezahlt. Wir können ökologische Schwachstellen leichter erkennen, diesen entgegenwirken und uns so im Hinblick auf unser Nachhaltigkeitsengagement weiter verbessern.“

# Technisch gut beraten

## Dibella baut das textil- und wäschereitechnische Prozess-Knowhow im Unternehmen weiter aus.

Wer die Textilservice-Branche lange und gut kennt, weiß, wie sehr sie Veränderungen unterworfen ist. Wäscherei-Prozesse werden immer anspruchsvoller, während gleichzeitig die Langlebigkeit und die ressourcenschonende Pflege von Textilien in den Vordergrund rücken. Um diese Anforderungen miteinander in Einklang zu bringen, ist ein enormes Wissen aus der wäschereitechnischen und der textilen Welt notwendig. Zwei neue Team-Mitglieder von Dibella bringen genau dieses mit: Martijn Witteveen, der sich um die Produktentwick-

lung und technische Kundenberatung kümmert, und Stefanie Leibold. Die ausgewiesene Waschmittelexpertin und Vertriebsfrau aus Leidenschaft hat im Januar 2019 die Nachfolge von Wilfried Schmidt angetreten.

### FACHMANN MIT TECHNISCHEM DURCHBLICK

Der studierte Textiltechnologe Martijn Witteveen beschäftigt sich seit mehr als fünfundzwanzig Jahren mit der Entwicklung leasinggeeigneter Objekttextilien – und bringt sein einmaliges Knowhow seit Januar 2019

bei Dibella ein. Sein Aufgabengebiet ist vielfältig. So wird er die Entwicklung neuer, industriell waschbarer Produkte und die Optimierung bestehender Prozesse über die gesamte Fertigungskette begleiten. Darüber hinaus berät und unterstützt er die Textilservice-Kunden von Dibella vor Ort. „Seit Jahren ist in der Wäscherei-Branche der Einzug neuer Verfahren, aber ein Rückzug der Waschmittel-Techniker festzustellen. Gleichzeitig geht aufgrund des anhaltenden Fachkräftemangels in der Branche das Fachwissen zurück. Diese Ent-

## Unsere neuen Experten

Nach dem Studium der Textiltechnologie an der Saxion Universität in Enschede hat es den Niederländer direkt in die Wäscherei-Branche verschlagen. Seine ersten Sporen verdiente er sich in der „Trockenwäscherei“ – also in einer auf Textilvermietung spezialisierten Dachorganisation, die Textilien bei Partnerunternehmen waschen lässt. Zur Jahrtausende wechselte er in die Textilproduktion nach Dänemark, wo er fast zwanzig Jahre die Entwicklung von leasinggeeigneten Objekttextilien und deren technische Spezifikationen vorantrieb. Seit Januar 2019 ist der besonnene und sympathische Fachmann für Dibella tätig.

Martijn Witteveen



Stefanie Leibold



Die Diplom-Ingenieurin Stefanie Leibold hat an der Fachhochschule Ostwestfalen-Lippe in Lemgo Technologie der Kosmetika und Waschmittel studiert. Schon während ihrer Ausbildung stand für sie der Weg in die Fachrichtung „Waschmittel“ fest. Das Metier „Waschen von Textilien“ hat sie bis heute nicht losgelassen. Nachdem sie als Product Managerin für ein Schweizer Handelsunternehmen im Bereich „Surfactants & Hair Care“ tätig war, wechselte sie 2010 zu einem Hersteller für Industrielwaschmittel und übernahm dort die Leitung des Servicelabors Textilanalyse. Seit Januar 2019 ist sie in den Vertrieb zurückgekehrt und bei Dibella als Sales Managerin für Süddeutschland und die Schweiz verantwortlich.

wicklungen zwingen die Betriebe, mit ihren waschtechnischen Fragestellungen alleine fertig zu werden“, beschreibt Martijn Witteveen seine Beobachtungen. Als ausgewiesener Experte wird er Dibella-Kunden auf Wunsch zukünftig als Sparringspartner zur Seite stehen und sie fachlich unterstützen und beraten. „Martijn ist für diese Aufgabe genau der Richtige“, begründet Geschäftsführer Ralf Hellmann den Schritt. „Er kennt den Textilservice und die Prozesse, aber auch die Trends und deren Folgeerscheinungen aus dem Effeff.“

### MITTEL UND WEGE GEGEN STAUBTROCKENE WÄSCHE

Als ein Beispiel seines Wirkungskreises nennt Martijn Witteveen die zunehmende Überrocknung von Textilien in der Mangel: „Sie ist eine direkte Folge der aufgekommenen Niedrigtemperatur-Waschverfahren. Diese arbeiten im letzten Spülbad mit warmem Wasser, wodurch die Wäsche an der Umgebungsluft, vor allem aber in den Warenspeichern unter der Decke schneller trocknet und dadurch weniger Energie beim Mangeln braucht“, erklärt der Niederländer. „Auf das schnellere Trocknungsverhalten müssen die Mangelprozesse abgestimmt werden. Andernfalls wird die Ware überrocknet, was wiederum zu stärkerem Krumpf, Faserschädigungen, einer erhöhten Flusenbildung und einem frühzeitigen Ausfall der Textilien führt.“ Bei seinen Beratungsgesprächen passt der Experte die Prozesse an und gibt den Wäschereien hilfreiche Tipps – etwa, wenn sämtliche Warenqualitäten mit einer einzigen Maschineneinstellung gemangelt werden. „Die Einsatzdauer von Textilien lässt sich deutlich verlängern,

wenn die Mangelprogramme an die unterschiedlichen Textilqualitäten angepasst und am Warenauslauf Temperatursensoren für die Trocknungskontrolle und -steuerung angebracht werden“, sagt Martijn Witteveen. „So behält eine Bettwäsche ihre Maße, ihre Weichheit, ihre Langlebigkeit und ihre Wirtschaftlichkeit.“

### EINE AUSGEBILDETE WASCHMITTELTECHNOLOGIN

Mit der Diplom-Ingenieurin Stefanie Leibold hat Dibella seit Anfang des Jahres auch im Hinblick auf waschmittelspezifische Fragestellungen große Kompetenz im Haus. Die Fachfrau, die als Nachfolgerin von Wilfried Schmidt den Vertrieb in Süddeutschland und der Schweiz übernimmt, bringt ein großes chemisches Fachwissen in Verbindung mit Anwenderexpertise und Textilkunde mit. Ihr Knowhow hat sie während und nach dem Studium in der Waschmittel-Industrie erworben. Das Interesse am Fachgebiet bestand aber schon weitaus länger, denn schon in der Schule war Chemie eines ihrer Lieblingsfächer. „Ein Schülerpraktikum bei einem Produzenten professioneller Waschmittel für den industriellen Gebrauch hat mich in meiner Wahl bestätigt und auf die Textilservice-Branche aufmerksam gemacht“, berichtet Stefanie Leibold. „Daher stand auch meine Studienrichtung früh fest.“ Sie ging an die Fachhochschule Lippe in Lemgo, wo sie „Technologie der Kosmetika und Waschmittel“ studierte. „Während es meine Kommilitonen später in die scheinbar schillernde Kosmetikbranche zog, faszinierten mich Tenside, Waschprozesse und Textilien weitaus mehr. Ich fand es spannender, mögliche Einflussfaktoren

von Krähenfüßen auf Bettlaken zu ergründen, anstelle Rezepturen für Anti-Faltencremes zu entwickeln. Zumal unser Professor uns den Leitsatz predigte, dass gegen Falten nur ein Mittel effektiv hilft, nämlich jedes Jahr ein Kilo zuzunehmen.“

### DER KUNDE IM FOKUS

Beruflich verband Stefanie Leibold das waschmitteltechnische Interesse mit ihrer zweiten Leidenschaft, dem Kontakt und Austausch mit Menschen. Nach der ersten Station im Vertrieb eines Schweizer Handelsunternehmens ging sie im Jahr 2010 zu dem Betrieb zurück, in dem sie ihr Schülerpraktikum absolviert hatte – und übernahm die Leitung des Servicelabors Textilanalyse sowie die Assistenzstelle in der Forschungs- und Entwicklungsabteilung des Unternehmens. Ihr Aufgabengebiet war vielfältig und reichte von der Schadensfallanalyse über die Betreuung von Forschungsprojekten bis zur Anpassung von Waschprozessen, die sie bei Kunden unter Praxisbedingungen testete. Besonders lagen ihr jedoch die von ihr durchgeführten Waschtechnikseminare am Herzen. „Der direkte Erfahrungsaustausch mit den Textilservice-Betrieben war eine Win-Win-Situation für beide Seiten. Durch den tiefen Einblick, den ich in die Branche gewonnen habe, konnten wir das Schulungsangebot immer weiter verfeinern und Aufklärung leisten, wo sie gebraucht wurde.“ Den persönlichen Kontakt hat die Ingenieurin immer sehr geschätzt, weshalb sie in den Vertrieb zurückgekehrt ist. Bei Dibella will sie ihren Kunden über den reinen Vertrieb hinaus mit Rat und Tat bei Fragestellungen zur Aufbereitung der Ware zur Seite stehen.

# Große Chance für Spezialisten

## Seit 2011 revolutioniert die Blanchisserie de Paris den französischen Mietservice-Markt.

Das zentralistische Strukturprinzip in Frankreich spiegelt sich auch im Textilservice nieder: Einige wenige Gruppen beliefern die Grand Nation mit Berufskleidung und Hygieneartikeln sowie mit Hotel-Textilien für Hotellerie und Gastronomie. Daraus ergibt sich für kleine Anbieter die Chance, mit einem sehr individuell ausgerichteten Sortiment und einem kundenindividuellen Service

ein attraktiver Marktteilnehmer zu sein. Cyrill Coria hat diese Chance erkannt und sie mit großer Leidenschaft für Details erfolgreich umgesetzt. Im Jahr 2011 gründete er im Pariser Bezirk Ivry sur Seine sein Mietservice-Unternehmen „Lineo Service“, das charmante 4- und 5-Sterne-Hotels und Brasserien der Hauptstadt mit Bett-, Tisch- und Frottierwäsche versorgt. Kurz da-

rauf benannte er sein Unternehmen in Blanchisserie de Paris um und zog aufgrund des rasanten Wachstums mit seiner Wäscherei ins südlich der Metropole gelegene Chilly Mazarin. Der enorme Erfolg, den das Unternehmen mit seinem maßgeschneiderten Dienstleistungsangebot hat, bringt auch diesen Betrieb allmählich an seine Kapazitätsgrenzen. Daher denkt der Inhaber schon über einen Neubau nach. Er soll Frankreichs größten, modernsten, umweltfreundlichsten Textilservice 4.0 beheimaten.

Die Blanchisserie de Paris betrachtet den Textilservice vor allem als eine Dienstleistung, für die ein Kunde ein Höchstmaß an Qualität verlangen darf.



Cyrill Coria gründete im Jahr 2011 die Blanchisserie de Paris.

Die Blanchisserie des Paris beliefert charmante 4- und 5-Sterne-Hotels und Brasserien von Frankreichs Metropolregion mit Hoteltextilien im Mietservice.

**waschecht:** Sie sind ein relativer Newcomer im Wäschereimarkt. Was war Ihre Motivation?

**Cyrill Coria:** Paris ist weltweit eines der führenden Touristen-Ziele mit einem dementsprechend großen gastronomischen Angebot und einer Vielzahl an Unterkünften, die einen großen Bedarf an einer textilen Versorgung haben. Gleichzeitig wollen gerade die familiengeführten, kleineren 4- und 5-Sterne-Hotels und Brasserien keine Standard-Wäsche, sondern suchen für ihre Gäste ausgewählte Textilien in Bio-Qualität. Die gab es bis Anfang der 2010er Jahre nicht im Mietservice. In diesem Segment sahen wir unsere Chance – und stiegen in den Markt ein.

**waschecht:** Die Blanchisserie de Paris wächst mit einer unglaublichen Geschwindigkeit. Was ist – neben Ihrem Textilsortiment in Bio-Qualität – Ihr Erfolgsgeheimnis?

**Cyrill Coria:** Wir betrachten den Textilservice vor allem als eine Dienstleistung, für die ein Kunde ein Höchstmaß an Qualität verlangen darf. Wir haben uns daher auf einen optimalen Service spezialisiert und sind als mittelständisches, dynamisches Unternehmen in der Lage, ihn mit großer Motivation umzusetzen. Unsere Herangehensweise, die den Kunden und seine Anforderungen in den Mittelpunkt stellt, hat sich in der Pariser Gastro- und Hotelszene herumgesprochen. Daher treten immer

neue Hotel-Inhaber und Brasserie-Chefs an uns heran, weil sie für ihre Textilversorgung einen qualitäts- und serviceorientierten Partner suchen. Die Größe des Marktes kommt uns dabei zusätzlich zugute.

**waschecht:** Welchen Leistungsumfang bieten Sie Ihren Kunden?

**Cyrill Coria:** Die Blanchisserie de Paris steht für ein an die Bedürfnisse jedes Kunden angepasstes Angebots. Dazu zählen ein kundenspezifisches Textilsortiment und deren maßgeschneiderte und umweltverantwortliche Aufbereitung. Hinzu kommt eine Anlieferung der Wäsche in den Nachtstunden sowie ein mit dem Kunden vereinbarter Lieferrhythmus, der bis zu sechs Mal pro Woche betragen kann. Außerdem haben wir eine sogenannte „Notfall-Nummer“ eingerichtet, die jeder Kunde bei Problemen oder Rückfragen anrufen kann. Dabei belassen wir es aber nicht: Wir setzen uns anschließend mit dem Kunden in Verbindung gehen jedem Fall nach.

**waschecht:** Ein auf den Kunden zugeschnittener Service verursacht Kosten.

**Cyrill Coria:** Das stimmt. Aber unsere Preise sind wettbewerbsfähig, denn wir kommen mit einer geringeren Marge als Konzerne aus. Außerdem ist unser Kostenapparat kleiner: Wir haben weder eine Hauptverwaltung noch Vertriebsmitarbeiter, vor allem aber keine

Aktionäre. Daher haben wir marktgerechte Preise und können über unser Angebot – sei es noch so aggressiv – selbst entscheiden.

**waschecht:** Kommt die Blanchisserie de Paris tatsächlich ohne weitere Vertriebsmitarbeiter aus?

**Cyrill Coria:** Für die Neukundengewinnung reicht unsere hohe Reputation. Es hat sich herumgesprochen, dass für die Kunden durch unseren wettbewerbsfähigen Preis und eine wirkliche Service-Leistung eine Win-Win-Situation entsteht. Daher kommen die Kunden aus der familiengeführten, gehobenen Hotellerie und Brasserie-Chefs von selbst auf uns zu. Unser Plan, im Großraum Paris zum führenden Mietservice-Anbieter für Hoteltextilien zu werden, geht allmählich auf.

**waschecht:** Der deutsche und der französische Textilservice-Markt haben eigene Spielregeln. Was könnten die beiden Länder Ihrer Meinung nach voneinander lernen?

**Cyrill Coria:** In Frankreich hören wir unseren Kunden zu und erarbeiten für sie flexible Lösungen. Deutsche Mietservice-Unternehmen folgen hingegen einer stringenten Linie. Andererseits haben sie ein ausgeprägtes Umweltbewusstsein und eine vorbildliche Unternehmenskultur. Beide Seiten sollten sich im Hinblick auf einen zukunftsgerichteten, ganzheitlichen Denkansatz von diesen Prinzipien inspirieren lassen.

# Schwer beladen

## Forscher haben herausgefunden, dass Gewichtsdecken Wunder für das Wohlbefinden vollbringen.

Das Plumeau (Plümo) und die Steppdecke scheinen Auslaufmodelle zu sein. Jüngsten Forschungen zufolge fehlt ihnen etwas, das zu einem guten Schlaf dazugehört: Gewicht, viel Gewicht. Ganz neu ist diese Erkenntnis nicht, denn im therapeutischen Bereich werden Kinder und Erwachsene mit Schlafstörungen, Angsterkrankungen oder Autismus mit schweren Bettdecken behandelt. Dem Onlineportal Lifehack.org zufolge entspannt der Druck das Nervensystem. Die Produktion von Serotonin wird ange-regt, die Stimmung hellt dadurch auf. Und mit der Zeit wandelt sich Serotonin in Melatonin um, was den Körper zum Schlafen veranlasst.

Doch damit nicht genug: Durch die als „Deep Pressure Touch Stimulation“ (DPTS) bezeichnete Behandlung lässt sich auch Stress lindern, sie soll außerdem Menschen mit Alzheimer, Restless Leg Syndrom oder Tourette helfen können.

### JE SCHWERER DESTO MEHR GEWICHT

Wer von Gewichts- oder Schwere-decken spricht, meint das ernst. Etwa 10 Prozent vom eigenen Körpergewicht soll sie wiegen, wenn sie das Standardmaß 135 x 200 cm hat. Übergroße Decken (155 x 220 cm) bringen sogar 2 kg mehr auf die Waage. Um die notwendige (Bett)Schwere zu erreichen, werden

### Empfehlungen für die Auswahl einer Gewichtsdecke

Körpergewicht in kg	Deckengewicht in kg
ca. 13 – 18	ca. 2,3
ca. 18 – 31	ca. 3,2
ca. 31 – 41	ca. 4,5
ca. 41 – 68	ca. 6,8
ca. 68 – 91	ca. 9,1
91 +	ca. 11,3

die Decken mit kleinen Plastikku-geln oder Glasperlen gefüllt. Sie sind über die Decke verteilt in ver-schiedene Bereiche eingenäht, da-mit sie sich wie eine „Umarmung“ um den gesamten Körper legen. Doch auch wenn das Gefühl noch so schön ist, bleibt zu hoffen, dass Ho-tels nicht auf den neuen Trend auf-springen. Sonst müssten House-keeper und Wäschereimitarbeiter fortan Bodybuilder-Qualität mit-bringen.

# Auf die Matte gelegt

## Die Sensor-Matte „Sleep“ überwacht die Qualität der Nachtruhe.

Smarte Funktionen haben nun auch die Bettwaren erfasst. Die ersten, auf digitale Gesundheit speziali-sierten Unternehmen entwickeln

sogenannte Schlafracker. Sie be-stehen beispielsweise aus einem Schlafsensor und einer Schlafsen-sor-Matte, die mit Luft befüllt und

unter die Matratze geschoben wird. Von dort synchronisiert sie sich au-tomatisch über WLAN mit dem Smartphone (das System ist mit iOS und Android-Systemen kompati-bel). Begibt man sich zur Ruhe, be-ginnt die Überwachung durch den digitalen Wächter. Er analysiert die Schlafdauer, -tiefe und -regelmä-ßigkeit – und soll sogar Schnarchen detektieren. Auf der dazugehörigen App lässt sich am nächsten Morgen die Qualität des Schlafs ablesen.

Dank Schlafsensor-Matte lässt sich die Schlafqualität am nächsten Morgen auf dem Smartphone überprüfen.



# Farbstabiler Blickfang fürs Hotelbett

Neben der unifarbigen Hotelbettwä-sche im Streifen-Dessin erfreut sich eine glatte, satinähnliche Wäsche in der Branche zunehmender Belieb-heit – schlichte Textilien liegen im Trend. Für alle, die Geschmack an einer dezenten Optik gefunden ha-ben, bietet Dibella nun noch mehr Auswahl. „Skagen“ wird dank seiner dezenten Struktur und Melange-Tö-nen in frischen Farben zum High-light im Hotelzimmer. Aufgrund der Herstellung bietet „Skagen“ gleich-zeitig ideale Voraussetzungen für den Textilservice:

1) Die Melange-Gewebe sind beson-

ders farbstabil, denn die Farbgebung wird bereits in der Spinnerei durch Beigabe spindüsengefärbter Fa-sern erzeugt. Dadurch entsteht ein Mischgewebe mit melierter Farbwir-kung, die unempfindlicher gegen-über „Alter“ ist und im Textilservice das Arbeiten aus dem Pool vereinfacht.

2) Die melierte „Skagen“ hat einen deutlich günstigeren Preis als ver-gleichbare, vollgefärbte Qualitäten. Produziert aus einem Mischgewebe mit jeweils 50 Prozent Baumwolle und Polyester, ist „Skagen“ in den Tö-nen Blau, Grün und Grau erhältlich.

3) Auf Wunsch kann „Skagen“ mit ei-nem „Made in Green“-Label verse-hen werden.

Mit dem „Made in Green“ Label er-halten Dibella Kunden schadstoffge-prüfte Textilien nach STANDARD 100 by OEKO-TEX, die in nachhaltigen, STeP-zertifizierten Betrieben herge-stellt werden, d.h.

✓ Umweltbewusste Produktions-stätte  
✓ Gute Arbeitsbedingungen und si-echere Arbeitsplätze  
Gerne unterstützen wir Sie mit ge-zielten Marketingmaßnahmen bei der Produkteinführung bei Ihren Kunden.



### SKAGEN

- Leinwandbindige Bettwäsche
- Melange-Optik
- 50% Baumwolle/50% Polyester
- Gewicht ca. 145 g/m<sup>2</sup>
- Farben: blau-, grün-, graumeliert

# Vorschau

**Ausgabe 2/2019 erscheint im Herbst 2019 und wird dem Thema „Nachhaltige Werte – messbare Ergebnisse“ gewidmet sein.**

Folgende Themen sind in der nächsten Ausgabe geplant:

- Dibella Private Partnership Project
- Dibella Impact Report
- Dibellas Marketing-Abteilung





Dibella GmbH  
 Hamalandstraße 111  
 D-46399 Bocholt

Telefon: +49 (0)2871 2198 0  
 Telefax: +49 (0)2871 2198 20  
 E-Mail: info@dibella.de

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