



Norge-Textilreinigung, Boxberg

„Die Kunden wollen heute eine günstige und schnelle Textilpflege“

Seit über 45 Jahren ist die Norge-Textilreinigung in Boxberg eine feste Größe in der Textilpflege. Das Team um Inhaber Martin Schwind bearbeitet in dem Zentralbetrieb täglich 1.000 bis 1.500 Teile, dazu kommen noch ca. 200 Hemden. Rund 170 Annahmestellen zählt das Unternehmen. Neben moderner Technik setzt Martin Schwind auf regelmäßige Fort- und Weiterbildungsangebote für seine Mitarbeiter und auf ein komplettes Pflegeangebot.

Die Norge-Textilreinigung in Boxberg ist eine Institution: Im Laufe der 45-jährigen Unternehmensgeschichte hat sich der Betrieb als der führende Dienstleister in der Textilpflegebranche in der Region etabliert. „Unser Einzugsbereich reicht von Würzburg bis Stuttgart und von Aschaffenburg bis Crailsheim“, berichtet Martin Schwind, geschäftsführender Gesellschafter des Unternehmens. Vor 15 Jahren hatte Martin Schwind seinen Zen-



Martin Schwind, geschäftsführender Gesellschafter der Norge-Textilreinigung: „Man muss seinen Kunden ein umfassendes Pflegeangebot unterbreiten können und man muss vor allem auf ihre Wünsche eingehen“.

tralbetrieb im fränkischen Boxberg-Windischbuch neu eröffnet. Seitdem ist das Unternehmen stetig gewachsen. Heute zählt es 170 Annahmestellen, darunter acht eigene Filialen. Über 50 Mitarbeiter inklusive des Personals in den eigenen Filialen beschäftigt die Norge-Textilreinigung zur Zeit, acht sind es im Zentralbetrieb. Täglich werden 1.000 bis 1.500 Teile vom Norge-Team bearbeitet, das heißt gereinigt, dann zum Teil vorgetoppt oder endgefinisht. Dazu kommen noch zwischen 150 bis 200 Hemden, außerdem noch einmal rund 250 Hemden, die extern von Kooperationspartnern übernommen werden.

Alle eingehenden Kleidungsstücke aus den Annahmestellen und den Filialen kommen im Zentralbetrieb in einem ersten Arbeitsschritt in die so genannte Warenschau. Mitarbeiter prüfen die Teile, sortieren sie, hier findet auch die Vordetachur statt. Mittels eines Barcode-Systems werden die Teile erfasst. Anschließend geht es zu den Reinigungsmaschinen beziehungsweise in die Nassreinigung. Danach werden alle Teile „getoppt“ oder „gepuppt“. Nächste Station ist die



Erster Arbeitsschritt im Zentralbetrieb ist die Erfassung der Teile mittels eines Barcode-Systems.



Nach dem Erfassen und der Sortierung findet die Vordetachur statt.



Im Norge-Zentralbetrieb werden zwei Per-Maschinen von Multitex eingesetzt.

Endkontrolle und die Verpackung. Bevor die Kleidungsstücke den Zentralbetrieb verlassen, druckt das System einen Lieferschein inklusive der Rechnung aus. Nur die Ware für die eigenen acht Filialen gelangt im vorgetoppten Zustand in die Läden und wird dort endgebügelt. Die Filialen werden am Tag zweimal angefahren, mittags und nach Ladenschluss. Dadurch kann den Kunden ein 24-Stunden-Service nach dem Motto: „Heute gebracht, morgen gemacht“ garantiert werden. „Das Endbügeln in den Filialen macht uns nicht nur schneller, außerdem werden so Transportverknitterungen vermieden“, berichtet Martin Schwind. Drei firmeneigene Lie-

ferfahrzeuge sorgen für die zuverlässige Logistik von und zu den Annahmestellen und den Filialen.

Zwei Per-Reinigungsmaschinen von Multitex mit Kapazitäten von jeweils 30 Kilogramm stehen im Norge-Zentralbetrieb. Ergänzt wird die Reinigungstechnik mit einer KWL-Maschine (15 Kilogramm), außerdem gibt es noch die Nassreinigung. In die KWL-Technik hat Schwind unter anderem investiert, weil er auch Kollegenbetriebe in der Nachbarschaft bedient, die keine eigenen KWL-Reinigungsmaschinen mehr betreiben. Seit 2005 ist die Nassreinigung in einem neuen Anbau untergebracht. Schwind setzt dabei auf das

Lagoon-System von Electrolux, die drei Waschschleudermaschinen besitzen Kapazitäten mit 7, 15 und 25 Kilogramm. „Mit dieser Technikausstattung für Lösemittel und Nassreinigung sind wir für alle Anforderungen gerüstet“, meint Schwind. „Wir sind Dienstleister, unser Leistungsangebot kann wie bei einem Baukastensystem speziell auf die Bedürfnisse unserer Kunden zugeschnitten werden.“

Das umfangreiche Pflegeangebot der Norge Textilreinigung umfasst sämtliche Textilien: Wäsche, Oberbekleidung sowie Heimtextilien. Zusätzlich werden auch Leder-, Pelz-, Teppich- und Matratzenreinigung angeboten.

Die meisten Teile im Zentralbetrieb werden im Lösemittel Per gereinigt (Anteil rund 70 Prozent), 20 Prozent der Teile gehen in die Nassreinigung und zehn Prozent in die KWL-Maschine. „Wir sind hier in einem eher ländlichen Gebiet, die Textilien treffen hier häufig stärker verschmutzt ein“, erklärt Schwind. „Dafür ist Per das beste Lösemittel. Es bedeutet einfach weniger Aufwand sowohl bei der Vor- als auch Nachdetachur.“

Martin Schwind hat den Zentralbetrieb in Boxberg im Jahr 1994 eröffnet. „Um damals trotz hoher Umweltauflagen wirtschaftlich zu bleiben, entschlossen wir uns zur Zentralisierung des Reinigungs- ▶

betriebs“, erinnert sich Schwind. Es wurde in die Produktionshalle und neue Technik investiert. Bis dahin betrieb das Unternehmen noch heiße Läden. Den Schritt in die Selbstständigkeit hatte Martin Schwind bereits in jungen Jahren gewagt. Nach Abschluss der Ausbildung zum Textilreiniger übernahm er 1987 von seinem Onkel die Norge-Reinigung in Bad Mergentheim und war bereits mit 23 Jahren stolzer Besitzer eines gut eingeführten Reinigungsgeschäftes. Im Jahr 1989 übernahm er als alleiniger Gesellschafter die Norge-Textilreinigungs GmbH.

Die moderne Technikausstattung des Betriebes sichert einen effizienten und reibungslosen Produktionsablauf. Großen Wert legt Schwind aber auch auf die regelmäßige Weiter- und Fortbildung seiner Mitarbeiter. Sie besuchen Verkaufsschulungen in den Hohensteiner Instituten oder bei der regionalen Industrie- und Handelskammer. Außerdem holt sich Schwind Spezialisten ins Haus. Diesen bieten unter anderem Bügelseminare an. „Bei der letzten Veranstaltung haben 30 Mitarbeiter teilgenommen“, berichtet Schwind. „Alle meine Mitarbeiter sollen ein gemeinsames Level besitzen, dadurch kann ich von ihnen auch ein bestimmtes Leistungsniveau fordern.“

Mindestens acht Mal im Jahr fährt Martin Schwind Werbeaktionen. In diesen Zeiträumen sind bestimmte Teile wie Mäntel, Pullis, Wohntextilien oder Gartenpolster für den Kunden besonders preiswert. Beworben werden diese Aktionen unter anderem mit Mailings, die Schwind parallel dazu startet. Dazu lässt er Postkarten drucken, die er an seine Kunden verschickt. Außerdem werben Plakate in allen

Werbe-Aktionen der Norge-Reinigung



Annahmestellen für die Aktionen. „Die Karten bekommt der Kunde mit in seine Tüte oder sie werden auf die Verpackungsfolie geklebt“, erläutert Schwind. Wichtig sei, dass man mit der Werbung aktiv umgeht und sie nicht einfach nur auf den Tresen auslegt. „Dann bleibt sie wochenlang liegen, ohne dass ein einziger Kunde sich dafür interessiert.“

Die unterschiedlichen Themen wiederholt Schwind jedes Jahr. Natürlich fliegt auch mal eine Aktion heraus, wenn der Geschäftsführer mit der Resonanz nicht zufrieden ist. Er greift auch auf Themen der Branchenkampagne zurück, die der Deutsche Textilreinigungs-Verband initiiert und verantwortet und der dabei von den Firmen Multimatic Ilsa Deutschland, Büfa, Seitz und Kreuzler unterstützt wird. Vier Kampagnen werden im Jahr veranstaltet, ein Rhythmus, den der Norge-Geschäftsführer aber für zu gering erachtet. „Solche Werbeaktionen müssen nach meiner Ansicht regelmäßig stattfinden, um eine Wirkung zu erreichen“, meint Schwind. Seine Aktionsthemen überlegt er sich selbst. Eine Werbeagentur hilft ihm, die Themen aufzubereiten. Die Norge-Textilreinigung be-

Hintergrund: Das Norge Franchisesystem

In den 1960er Jahren wurde das Norge Franchise-Konzept (Maschinen und Ladenkonzept) in den USA erfunden. Später kam es auch nach Deutschland. Zeitweise gab es hierzulande 1.200 Norge-Reinigungen. Im Jahr 1978 kam die Insolvenz des Franchisegebers. Die Norge-Lizenznehmer konnten unter dem Norge-Namen weiterarbeiten oder firmierten sich um.



Finishbereich im Norge-Zentralbetrieb: Nur die Teile für die Annahmestellen werden „endgefinishet“, die Kleidung für die Filialen wird nur vorgetoppt.



Insgesamt drei Lieferfahrzeuge sorgen für die Logistik zu den Annahmestellen und den Filialen.



Der Nassreinigungsbereich in der Norge-Textilreinigung.



Der Zentralbetrieb bearbeitet täglich bis zu 200 Hemden.



Nach der Endkontrolle und dem Verpacken der Kleidung werden die Teile ausgelesen.



Insgesamt acht eigene Filialen zählt die Norge-Textilreinigung.

dient hauptsächlich eine reifere Klientel, die Altersgruppe ab circa 40 Jahre aufwärts stellt die meisten Kunden. „Bei unseren Umfragen stellen wir immer wieder fest, dass zum Beispiel beim

Hemd erst die über 40-jährigen Männer zu uns kommen“, berichtet Schwind. Vorher würden die Hemden noch immer von der Mutter oder der Oma gewaschen und gebügelt. Um auch jüngere

potentielle Kunden anzusprechen, hat Martin Schwind aktuell eine Jeanshosen-Aktion initiiert. Grundsätzlich wollen seine Kunden heute „eine schnelle und günstige Textilpflege“, betont er.

Sein Erfolgsrezept: „Man muss seinen Kunden ein umfassendes Pflegeangebot unterbreiten können, und man muss vor allem auf ihre Wünsche eingehen.“

us