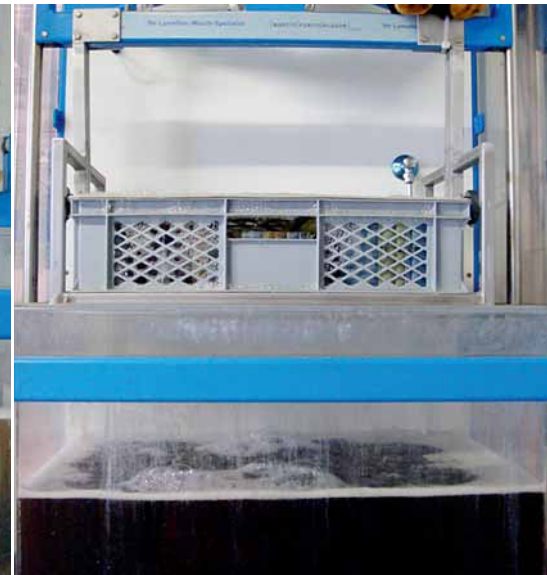


Was vor 10 Jahren noch völlig neu war, hat sich mittlerweile im Markt etabliert: die professionelle Reinigung von Sonnenschutztechnik. Dies ist sicherlich auch ein Verdienst des Verbandes Deutscher Sonnenschutzreiniger e.V. (VDS), der einheitliche Qualitätsstandards in der Sonnenschutzreinigung geschaffen und durch konsequente Öffentlichkeitsarbeit das Thema ins Bewusstsein sowohl von Herstellern und Fachbetrieben als auch von Endkunden gebracht hat. Viele Hersteller empfehlen heute vom VDS geprüfte Methoden für die Reinigung von Sonnenschutzprodukten bereits in ihren Katalogen. Es bestehen zahlreiche Kooperationen zwischen VDS-Fachbetrieben und dem Handwerk, sei es mit Gebäudereinigern, Raumausstattern oder Rolladen- und



Hubmechanisches Waschverfahren: Lamellen in der Vorwäsche.



»Alles muss raus«: Schmutzwasser nach der Hauptwäsche.

Sonnenschutzreinigung – durch Spezialisierung und das richtige Konzept zum Erfolg

Sonnenschutztechnikern. Qualitativ hochwertige und in der Anschaffung auch kostenintensive Anlagen brauchen auch die dementsprechende Pflege, um diese Systeme im Wert zu erhalten und in ihren Funktionen zu unterstützen.

Dabei hat die Vielzahl der Systeme und der Materialien in den vergangenen Jahren enorm zugenommen. Auch vor dem Hintergrund der Energieeffizienz in Gebäuden haben sich die Materialien stark weiterentwickelt. Bei technischen Textilien wie Rollos, Flächenvorhängen, Plissees oder Screenvorhängen spielen Openessfaktor und Absorbtiionswerte heute eine wichtige Rolle, um das Raumklima optimal zu unterstützen. Dementsprechend komplex ist auch die Reinigung dieser Systeme geworden. Hoch-



Gereinigte Lamellen nach dem Waschvorgang.



Gereinigte Lamellen kommen zur Auslieferung.

komplexe Stoffe erfordern mittlerweile auch die entsprechende Spitzentechnologie in der Reinigung. Materialkenntnis und der Einsatz modernster Technik sind daher Voraussetzungen, die der Fachreiniger für Sonnenschutztechnik heute mitbringen muss.

Wie durch Spezialisierung und das richtige Konzept erfolgreich gearbeitet werden kann, zeigt das Beispiel der Firma Martin Farnschläder GmbH aus Muders-

bach im Siegerland. Die Farnschläder GmbH wurde 1991 vom Raumausstattermeister Martin Farnschläder gegründet. Dementsprechend lag der Arbeitsschwerpunkt auch in der klassischen Raumausstattung. Hierzu gehörten unter anderem der Verkauf von Vorhängen und Gardinen. Die Reinigung von Gardinen war zu dieser Zeit eine feste Umsatzgröße des Unternehmens. Dies änderte sich aber zunehmend, da die Gardine immer mehr von der Vertikal-Lamelle abgelöst wurde, besonders im gewerblichen Bereich. »Wir konnten feststellen, dass der Umsatz hinsichtlich der Reini-

Martin Farnschläder: »Wichtig ist die Ausrichtung auf ein Kerngeschäft, also spitz statt breit.«





Lamellen nach dem Klarspülen.

gung wöchentlich weniger wurde«, berichtet uns Martin Farnschläder. Mitte der 90er Jahre gab es dann eine strategische Neuausrichtung des Unternehmens mit langfristigen Folgen: die Einführung der Reinigung von Vertikal-Lamellen. »Damals war mir schon bewusst, dass sich ein Erfolg dieser Dienstleistung nur einstellen kann, wenn es eine klare Werbestrategie gibt, die auch konsequent durchgehalten wird. Wenn Persil keine Werbung mehr macht, wird auch kein Persil mehr verkauft. So einfach ist das«, erläutert Martin Farnschläder. 1996 wurden dann die ersten Fachbetriebe wie Raumausstatter oder Gebäudereiniger in Rheinland-Pfalz, Nordrhein-Westfalen und Hessen angeschrieben und mit Prospekten zur Lamellenreinigung bestückt. Farnschläder setzte also in erster Linie auf die Kooperation mit dem Fachhandel, was sich auch als der richtige Weg herausstellen sollte. Der Standortnachteil innerhalb eines ländlichen Gebiets wurde kompensiert, da die Reinigung ausschließlich über den Versandweg abgewickelt wurde. Der Fachhandel konnte so die Reinigung als Zusatzgeschäft nutzen, die Demontage und Montage selbst ausführen und dadurch auch das Geschäft des Neuverkaufs und der Reparatur- und Wartungsarbeiten von Sonnenschutztechnik ausbauen, da Kundenbindung in

erster Linie durch regelmäßigen Service erfolgt. Diese »Win-Win-Strategie« wurde auch das Erfolgsmodell der Farnschläder GmbH.

Spitz statt breit – die konsequente Ausrichtung auf ein Kerngeschäft

»Gezielte und regelmäßige Werbung bezogen auf den Fachhandel sowie erstklassiger Service in Abwicklung und der Kommunikation mit den jeweiligen Fachbetrieben betrachte ich heute als den Schlüssel unseres Erfolgs. Hinzu kommt die Ausrichtung auf ein Kerngeschäft, also spitz statt breit«, so Martin Farnschläder. »Hierzu gehören spezielle Versandkonditionen für unsere Kooperationspartner, in der Handhabung einfache und bei Bedarf von uns zur Verfügung gestellte Versandtechnik sowie ein spezielles Internetportal nur für den Fachhändler auf unserer Website, über das die gesamte Kommunikation problemlos abgewickelt werden kann.« 2003 erfolgte dann die konsequente Ausrichtung auf die Reinigung von innenliegendem Sonnenschutz als hauptsäch-



Plissees nach dem Waschen in der Trockenanlage.

liches Kerngeschäft. Neben Vertikal-Lamellen reinigt die Farnschläder GmbH heute das gesamte Spektrum des innenliegenden Sonnenschutzes wie Flächenvorhänge, Rollos, Plissees oder Screenvorhänge. Hierbei wird modernste Technik eingesetzt, vom hubmechanischen Waschverfahren bis zur Ultraschalltechnik.

Das Unternehmen ist seit 2003 auch Mitglied im Verband Deutscher Sonnenschutzreiniger, der im gesamten Bundesgebiet einen einheitlichen Qualitätsstandard garantiert, nur geprüfte Mitgliedsbetriebe aufnimmt und als kompetente Partner weiterempfiehlt. ■