

Spezialreinigung für Teppich und Leder

Die Teppich- und auch die Lederreinigung werden als ergänzende Dienstleistungen im Produktportfolio vieler Textilpflegebetriebe angeboten. Dabei fungieren die Betriebe oft als Annahmestellen, die eigentliche Pflege wird extern geleistet. Trotzdem hat sich der Textilreiniger als klassischer Ansprechpartner der Kunden für diese Dienstleistungen profiliert. Die Reinigung von Teppichen und auch von Leder sind komplexe Leistungen, die neben dem Einsatz von Technik jede Menge Handarbeit und Handwerk bedeuten. Viele Teppichreinigungen bieten zusätzlich auch noch die Reparatur und die Restauration hochwertiger Teppiche an. In diesem Spezial hat WRP den Teppich- und Lederspezialisten einmal über die Schulter geschaut.

Teppichreinigung Runte, Bruchköbel

Konsequente Serviceorientierung bei der Teppichreinigung

Mit einem kostenfreien Homeservice steigert die Teppichreinigung Runte, Bruchköbel, nicht nur die Servicequalität in der Teppichreinigungsbranche sondern erleichtert gleichzeitig die Zusammenarbeit mit den Textilreinigungen. Teppichreinigung wird als ergänzende Dienstleistung in den Leistungsportfolios von Textilreinigungsbetrieben angeboten. So hat sich der Textilreiniger als klassischer Ansprechpartner für diese Dienstleistung profiliert. „In dieser Kooperation zwischen Textilreiniger und Teppichwäscher steckt allerdings wesentlich mehr Potential als bisher genutzt wird. Gleichzeitig ist die Zusammenarbeit relativ problembehaftet“, erklärt Thomas Runte, Junior-Chef Teppichreinigung Runte. „Die Reinigung von Teppichen ist eine komplexe Leistung, die dem Absatz an der Ladentheke teilweise nicht gerecht wird.“ Für einen hohen Absatz und eine hohe Servicequalität müssen verschiedene Kriterien erfüllt werden, die durch die ver-

schiedenen Qualitätsdimensionen des Dienstleistungsmarketing abgesteckt sind:

- Sachliche und personelle Ausstattung
- Einhaltung des Leistungsversprechens (Zuverlässigkeit)
- Leistungswillen des Anbieters
- Leistungskompetenz
- Bereitschaft auf individuelle Kundenwünsche einzugehen
- Kommunikation

Während die sachliche und personelle Ausstattung sowie die Zuverlässigkeit durch den Teppichreiniger gegeben sein muss und absolut unabdingbar ist, können sich im Absatz durch die Textilreinigung Diskrepanzen ergeben, die die durch den Kunden wahrgenommene Servicequalität beeinflussen. Gleichzeitig erfährt die Textilreinigung eine zusätzliche Belastung, die sich auf die Liquidität, die Ka-

pazität und teilweise auf das Image auswirken kann.

Um die Ist-Situation beziehungsweise die Erfahrungen mit der Teppichwäsche im indirekten Vertrieb über Annahmestellen zu erfassen, führte Runte eine Umfrage durch, an denen Textilreinigungen, Endkunden und Servicefahrer teilnahmen. Dabei konnten mehrere Problematiken in der Zusammenarbeit mit Textilreinigungen und Wäschereien beim Ladenverkauf festgestellt werden.

Ein Problem liegt zum Beispiel darin, dass der Verkauf und die Prozessabwicklung bei der Teppichreinigung das Tagesgeschäft der Angestellten stört. So werden Ladner und Reiniger, die keinen Bezug zu Teppichen haben, besonders bei komplizierten Fällen in ihrer Tätigkeit unterbrochen und können auch aufgrund der mangelnden Erfahrung nicht sicher und glaubwürdig genug gegenüber dem Kunden auftreten. Gleichzei-



Die Servicefahrer der Teppichreinigung Runte leisten umfangreiche Beratung vor Ort. Dadurch können sie den Bedarf des Kunden eingehend ermitteln und passende Zusatzleistungen anbieten und verkaufen.

tig kann auf Sonderwünsche des Kunden nicht genügend eingegangen werden. Außerdem benötigen die teilweise sehr großen Teppiche viel Platz in den Geschäften. Ein weiteres, großes Problem liegt darin, dass viele Endkunden ihre Teppiche lange Zeiträume bei der Textilreinigung liegen lassen, bevor sie sie abholen. So muss der Textilreiniger für die Dienstleistung in Vorlage treten, was sich negativ auf seine Liquidität auswirkt.

Ein zentrales Problem jedoch ist die asymmetrische Informationsverteilung zwischen Endkunden und Teppichreiniger. Daraus ergeben sich Nachteile für den Erstellungsprozess der Dienstleistung sowie nachteilige Auswirkungen auf die vom Kunden wahrgenommene Qualität. Zum einen entsteht ein langer Kommunikationsweg vom Kunden bis zum Produktionsleiter in der Teppichwäscherei. Wesentliche Informationen zum Beispiel über Teppichart, Mängel und Verschmutzungen werden im ungünstigsten Fall über vier Stellen übertragen: So erklärt der Kunde sein Anliegen der Ladnerin, diese gibt die Information weiter an die Führungskraft, die dem Servicefahrer berichtet. Schon der erste Schritt in dieser Kette kann Problem behaftet sein: Zum Beispiel wenn die Ladnerin, die sonst keinen Bezug zu Teppichen hat, den Kunden nicht ausreichend berät. Dadurch ist auf Seiten des Kunden eine zu hohe und nicht erfüllbare Erwartungshaltung möglich, die in einer enttäuschten Haltung über das Reinigungsergebnis enden kann. Durch diesen Umstand können auch vermeidbare Reklamationen entstehen. Zum anderen kann weder die Textil- noch die Teppichreinigung optimal auf individuelle Kundenwünsche eingehen. „In letzter Zeit konnten wir eine Steigerung in der Nachfrage nach Wäsche von exotischer oder ausgefallener Ware, wie zum Bei-



Maschinelle Wäsche der Teppiche in der Teppichreinigung Runte.

spiel Designerteppichen, feststellen“, sagt Senior-Chef Harald Runte. „Viele Textilreinigungen sind bei diesen Stücken mit der geänderten Anforderung an die Beratung überfordert. Im schlimmsten Fall kann sich dies nachteilig auf das Image der Textilreinigung auswirken.“

Durch den Homeservice kann die Teppichreinigung Runte diese Probleme dem Textilreiniger komplett ersparen. „Es ist für den Textilreiniger nicht zwingend, Zusatzprodukte wie zum Beispiel Heimtextilien oder Teppiche selbst zu reinigen oder dies dem Kunden zu suggerieren“, erklärt Thomas Runte. „Auch oder gerade durch die Einschaltung eines Spezialisten kann sich der Textilreiniger als Kompetenznetzwerker und somit als erster Ansprechpartner bei Textilreinigung aller Art profilieren.“

In diesem System agieren die Partnerunternehmen als Vermittler. Der Endkunde erteilt im Textilreinigungsunternehmen den Auftrag für eine Teppichreinigung und hinterlässt seine Adresse. Die Ladnerin teilt diese der Firma Runte mit, woraufhin sich die Teppichreinigung mit dem Kunden zwecks Terminabsprache in Verbindung setzt. Die Teppichreinigung rechnet direkt mit dem Endkunden ab und der Vermittler erhält eine Provision aus jedem Auftrag.

Neben den oben genannten Vorteilen für die Textilreinigungen

leistungen werden durch die Servicefahrer teilweise 20-mal mehr verkauft. „Das sind eindeutige Zahlen. Dieses Umsatzplus wirkt sich natürlich auch auf die Provisionen für die Partnerunternehmen aus. Die Kunden freuen sich über den hohen Service und die Partnerunternehmen über die Provisionschecks“, ergänzt Thomas Runte.

Für diesen Verkaufserfolg werden die Servicefahrer ständig unter Einbeziehung von Verkaufstrainern geschult. Durch die intensive Beratung am Objekt durch geschultes Personal kann die Teppichreinigung Runte eine für diese immaterielle Dienstleistung absolut wichtige Glaubwürdigkeit erreichen und eine realistische Erwartungshaltung beim Kunden schaffen. ■

ergeben sich aber noch weitere nützliche Aspekte aus dem Homeservice. Zum einen können die Textilreinigungen auch Kunden mit größeren Teppichen erreichen. So wurde in Befragungen festgestellt, dass viele Kunden oft von einem Auftrag absehen, weil sie den Aufwand mit ihren großen Teppichen scheuen. Durch den kostenfreien Homeservice kann hier die Hemmschwelle deutlich herabgesetzt werden. Zum anderen kann das Potential, welches in jedem Auftrag steckt, durch Up- und Cross-Selling wesentlich besser ausgeschöpft werden. So können Mehrwertdienste durch den Servicefahrer wesentlich effektiver als an der Ladentheke verkauft werden. „Durch die umfangreiche Beratung vor Ort können unsere Mitarbeiter den Bedarf des Kunden eingehend ermitteln und passende Zusatzleistungen anbieten und verkaufen. Auf diese Art erreichen wir eine Win-Win-Situation für Endkunden und Textilreinigung“, erklärt Thomas Runte. Dabei erstreckt sich das Angebot von Anti-Rutsch-Unterlagen über Mottenschutzrüstungen bis hin zu Teppichreparaturen. In diesem Bereich konnte eine signifikante Steigerung gegenüber der Annahme über Textilreinigungen festgestellt werden. So konnte zum Beispiel im Jahr 2007 bei circa 35 Prozent der Wollteppiche eine Mottenschutzrüstung verkauft werden (im Vergleich circa 0,9 Prozent bei Verkauf über Textilreinigungen). Auch andere Zusatz-