



*Vertrouwd schoon!*

# Jaarbericht 2017



# Inhoud

<b>1.</b>	<b>Voorwoord</b>	<b>3</b>
<b>2.</b>	<b>Kwaliteit &amp; Certificering</b>	<b>4</b>
2.1	Terugblik 2016	
2.2	Nieuwe aanpak 2017	
2.3	Cerclean	
<b>3.</b>	<b>Professionele textielservice maakt het verschil</b>	<b>5</b>
<b>4.</b>	<b>Genomineerden NETEX Marketing Jaarprijs 2017</b>	<b>6</b>
4.1	Bubble & Stitch	6
4.2	Kwaliteitsstomerij Caronette	7
4.3	Stomerij Van Kan	8
4.4	Laundry Land	9
4.5	Sonse stoom-Erette	10
<b>5.</b>	<b>NETEX werkprogramma</b>	<b>11</b>
5.1	NETEXCARE	11
5.2	Bosatex	11
5.3	Communicatieplan	13
5.4	Workshops	13
5.5	Kostprijs	13
5.6	TCT Opleidingen	14
<b>6.</b>	<b>Branche Informatie</b>	<b>17</b>
6.1	Branche-enquête	17
	Omzetten, prijzen en marges	17
	Ontwikkeling marktsegmenten	17
	Overig	19
6.2	Bestuur en commissies	20
6.3	Ledenlijst	21



# Voorwoord

## MET NETEX OP WEG NAAR DE TOEKOMST!



Het is goed om bij tijd en wijle terug te kijken. Om met de inzichten die dat oplevert betere toekomstplannen te maken. In dit Jaarbericht kijken we én terug én vooruit. We doen verslag over de activiteiten en ontwikkelingen in 2016. En we informeren over de plannen voor 2017. Plannen die rekening houden met de veranderende wereld waarin we zitten. Plannen die aansluiten op veranderingen en de consument van de toekomst.

### Dynamische wereld

De vele veranderingen zijn herkenbaar en worden binnen NETEX veelvuldig besproken. Tijdens de Workshops en evenementen worden door deskundigen hierover uiteenzettingen gegeven. De consument is mondiger, kritischer, minder loyaal. De moderne mens heeft het druk en vindt het belastend om met de auto in het centrum stoomgoed af te moeten gaan geven. Staat voortdurend met de hele wereld in verbinding via smartphones, tablets en allerlei applicaties. Raakt er aan gewend dat de dienstverlening en service zich aan zijn of haar leefgewoonte en –ritme aanpassen. 24/7 kunnen bestellen en levering op het gewenste moment op de gewenste locatie.

Daarnaast zijn er allerlei andere technische maar ook maatschappelijke ontwikkelingen die veel invloed hebben. Het is niet nieuw maar textielmaterialen veranderen, veel kleding wordt in de huishoudwasmachine gewassen. De komende jaren zullen steeds nieuwe materialen zich aan gaan dienen omdat de katoenproductie de groei van de wereldbevolking niet kan bijbenen. Ook duurzaamheid speelt daarbij een rol, net als digitalisering en online ordering.

### Uitdagingen, kwaliteit en service

Stilstand is achteruitgang. Aanval is de beste verdediging. Een paar gevleugelde kreten die wel op hun plaats zijn. Door scherp te blijven en ontwikkelingen te volgen, kan ingespeeld worden op de veranderingen die zich voltrekken. Door goed op het netvlies te hebben wat de klant wil, kan daarop ingespeeld worden. Met gerichte acties, met nieuwe technieken.

Er liggen uitdagingen genoeg. Met de doorontwikkeling van reinigingstechnieken kan zowel de efficiency als de duurzaamheid

van reinigingsprocessen verbeterd worden. Met nieuwe ICT-oplossingen wordt de dienstverlening flexibeler en kan doelgericht ingespeeld worden op veranderend consumentengedrag en nieuwe klant-/ doelgroepen.

Met al die uitdagingen om ons heen, is het zaak niet te vergeten dat kwaliteit en service de pijlers onder het succes blijven. Als nieuwe online technieken busladingen nieuwe klanten binnen kunnen brengen, dan kunnen een matige kwaliteit en slechte service diezelfde klanten de deur uitjagen.

### NETEX verbindt

Met diverse werkgroepen en commissies zorgt NETEX er voor om op alle vlakken die hierboven beschreven staan, actief te zijn. Met en voor de leden. Binnen RTMG staan technologie en duurzaamheid centraal. PR/MEEZ concentreert zich op de markt, de klant en hoe deze te bereiken.

Kwaliteit en duurzaamheid worden geborgd middels het NETEX-certificatietraject. NETEXCARE borgt dat als het een keer fout gaat, klachten tot volle tevredenheid van partijen opgelost worden. Alle elementen die nodig zijn voor of bijdragen aan succesvol ondernemen en goede textielreiniging komen binnen NETEX samen.

Niet alleen dat, ook de leden zelf komen samen. Om samen activiteiten uit te denken. Kennis en ervaring uit te wisselen. Als je kunt delen, kun je vermenigvuldigen. En dus elkaar en de positie van de sector. Een sector die een nieuwe rol en identiteit moet aannemen. Als dienstverlener die met echt duurzame en moderne technieken de klant volledig kan ontzorgen.

Samen kunnen NETEX en haar leden het verschil maken. Door te delen en daarna te vermenigvuldigen.

### Namens het NETEX bestuur,

**A.F. Goutier,**  
Voorzitter



## 2. Kwaliteit & Certificering

### 2.1 Terugblik 2016

In 2016 hebben de auditoren, Jan Abbink en Leo Wortman, bedrijven bezocht om de gang van zaken door te spreken en leden te informeren over nieuwe ontwikkelingen en aandachtspunten.

Daarnaast werden veel afspraken gemaakt voor certificatie en hercertificatie.

De waardering van leden voor de werkzaamheden van beide auditoren is goed.

De dynamiek neemt echter toe en de gewenste informatie voor leden wordt meer divers en specialistisch. Verschillende ondernemers, veelal NETEX-leden van het eerste uur, willen hun bedrijf graag overdragen en gaan genieten van hun welverdiende pensioen.

Andere bedrijven zien hun omzet en daarmee werkzaamheden toenemen. Hetgeen een druk zet op de beschikbare tijd.

### 2.2 Nieuwe aanpak 2017

Op grond van bovenstaande en het feit dat NETEX de kwartaalgesprekken heeft geïntroduceerd, zullen auditoren niet meer standaard alle leden bezoeken. Tijdens het kwartaalgesprek wordt leden gevraagd of zij bepaalde onderwerpen nader toegelicht willen krijgen.

Zo ja, dan wordt een afspraak ingepland en volgt een bedrijfsbezoek. Afhankelijk van het onderwerp wordt bekeken wie dit bezoek uitvoert. U kunt ook een bezoek bij het secretariaat aanvragen.

Het secretariaat benadert jaarlijks tevens de bedrijven waarvan het Milieu- en Kwaliteitsgarantiecertificaat gaan vervallen. Tevens worden relevante documenten toegestuurd (zoals het Eisenstellend Document). Uiteraard wordt de audit door de auditoren gedaan waarbij in geval van PER een meting gedaan moet worden.



### 2.3 CERCLEAN®

NETEX heeft de beschikking over het CERCLEAN®-programma. Een nieuw kwaliteitsmanagementsysteem dat op ISO 9001 gebaseerd is. Het programma kenmerkt zich doordat middels e-learning bedrijven volledig geïnformeerd worden over het hoe en waarom van kwaliteitsmanagement.

Ook vinden bedrijven hier alle formats en dergelijke die als voorbeeld gebruikt kunnen worden voor de ontwikkeling van het eigen

kwaliteitsmanagementsysteem en het bijbehorende handboek. Na een succesvolle audit ontvangt het bedrijf het internationaal erkende CERCLEAN®-certificaat.





# 3. Professionele textielservice maakt het verschil!

**NETEX**  
KWALITEITSGARANTIE  
TEXTIELREINIGING

## Dienstverlening ontwikkelingen in de stomerij branche

Professionele textielreiniging is bezig zichzelf opnieuw uit te vinden, de richtingen voor toekomstig bestaansrecht worden steeds duidelijker. In lijn met opvattingen van deskundigen en wetenschappers zijn de volgende trends te identificeren wat betreft vernieuwende toekomstbestendige succesformules.

### Generatie XYZ

De lucratieve babyboom generatie (X) die er van origine op zondag altijd netjes bij liep (in de welbekende P-kleding) is vrijwel uit het straatbeeld verdwenen. In de stomerij zijn de hardcore pakkendragers (professionals) nog een 'cash cow', deze verwachten een klassieke dienstverlening voor het reinigen van het kostuum. Met enige regelmaat komen er bizarre proposities over 'thuis stomen' voorbij. Deze zijn tot dusverre nog geen waardig alternatief gebleken en derhalve niet levensvatbaar.

Een heel ander vraagstuk komt bovendrijven als het over generatie Y (geboren vanaf 1982) en Z (vanaf 1992) gaat. Deze digitaal onderlegde generaties maken veelal keuzes op basis van emotie en social proof van anderen in hun omgeving. Dit vergt een andere manier van klanten benadering ten opzichte van de groep babyboomers (die steeds kleiner wordt). Studies tonen aan dat deze generaties aangetrokken worden door producten en services met:

1. Een beter basis aanbod (kwaliteit, frisheid, (online) veiligheid)
2. Hyper-gemak (eenvoud, flexibiliteit, thuisbezorging en digitaal betalen)
3. De beleving (kennisdeling & entertainment evenals (digitale) interactie)

### Marketing tactiek

Op basis van deze drie aspecten weten succesvolle bedrijven de 'jongere' generaties aan zich te binden. Dit gaat zowel via fysieke als digitale kanalen, stomerij bedrijven dienen aanwezig te zijn op alle kanalen die door hun klantengroep worden gebruikt. De eerste beslissing wordt genomen op basis van de keuzemogelijkheden en de shop omgeving.

Op digitale kanalen speelt de internet snelheid en veiligheid tijdens het shoppen ook nog een rol. Als deze aspecten goed zijn geborgd is de basis voor elkaar en vervolgens wordt deze consument geïnspireerd en overgehaald tot (extra) aankopen naarmate het gemak en de beleving sterker wordt ervaren. Ook in de stomerij branche zijn bedrijven hier al volop mee aan het experimenteren. Het kost echter wel de nodige tijd en / of budget om dit tot een succes te maken! Het voordeel van de generatie Y & Z is wel dat als ze eenmaal loyale klanten zijn, zij de ambassadeurs van het stomerij merk worden...

### Kansrijke richtingen

De eerste duidelijke richting voor vernieuwde groei zit hem dus in de jongere generaties die naast hun delicate kostuum ook 'wasbare' artikelen in leveren. Het product 'textielreiniging' heeft net als de wekelijkse boodschappen en schoonmaak in huis een sterke raakvlak met hyper-gemak, als professionele textielreiniger kun je de klant de 'last van het wasgoed uit handen nemen'.

Langs de lijn van beleving kom je al snel uit bij de fashion en andere emotioneel beladen artikelen. Mensen (voornamelijk vrouwen) die in het bijzonder gehecht zijn aan hun favoriete kledingstukken, schoenen, tassen en natuurlijk niet de vergeten de trouwjurk. Voor beide richtingen zien we bij stomerijen in Nederland bijzonder succesvolle concepten ontwikkelen.

Naast B2c markten neemt het aandeel zakelijke dienstverlening steeds verder toe. Hierbij stellen stomerijen zich in toenemende mate op als partner in plaats van leverancier. Zakelijke klanten vragen daarbij ook steeds meer om aantoonbare toegevoegde waarde, iets waarbij certificering een uitkomst kan bieden. Al deze specialisaties hebben in ieder geval één ding met elkaar gemeen, de stomerij eigenaar moet achter de toonbank vandaan, op zoek naar een invulling van kansen!

Van ambacht naar ondernemer. Van afwachtend naar proactief. Van arbeidsintensief naar kapitaal intensief. De technologie is inmiddels voorhanden, net als de eerste succesvolle showcases. Kortom, professionele textielservice maakt het verschil!

## 4. Genomineerden NETEX Marketing Jaar

### 4.1 Bubble & Stitch: Gemakdienst uitgebreid met logistiek van PostNL

Maurits Tiethoff van Bubble & Stitch maakt er geen geheim van: hij wil de Netex Jaarprijs deze keer winnen. Het bedrijf doet voor de derde keer mee. „Persoonlijk ben ik van mening dat wij in de afgelopen jaren enorm zijn gegroeid. Drie jaar geleden zijn wij gestart met een innovatief idee. Ik merk dat de markt, zeker in de afgelopen jaren, sterk is veranderd. Door enerzijds continu te blijven bewegen en te innoveren en anderzijds te blijven investeren, staat er nu een toekomstproof bedrijf. Het winnen van de Netex Jaarprijs zou een kroon op ons werk zijn.”

#### Jong publiek

Bubble & Stitch breidde de dienstverlening flink uit in de afgelopen jaren. Dat deed het bedrijf samen met PostNL. Eerst nog even het concept kort uitleggen: Bubble & Stitch gaat volledig om gemak. Het bedrijf richt zich daarbij op jong, zakelijk publiek. De klant plaatst de order in de zogeheten Droplocker App, brengt zijn kleding naar een kluisje in de buurt van zijn of haar werkgever en krijgt in dezelfde app bericht dat de gereinigde kleding weer klaar ligt in de locker. „Met Bubble & Stitch proberen wij meer te bieden dan een traditionele was- en stomerij-service. Wij richten ons op een jong publiek waar vrije tijd een schaars goed is. Wij proberen die doelgroep van dienst te zijn door het leveren van professioneel gereinigde schone en gerepareerde kleding. Wij zien onze service dan ook meer als een gemakdienst dan een noodzakelijk stomerijbezoek.”

#### Software-integratie

Naast een winkel en veertig servicepunten, heeft het bedrijf sinds 1 februari een ‘on demand’-service met PostNL. Klanten kunnen via de site of de Droplocker App hun order plaatsen die daarna binnen een uur al kan worden afgehaald door het

postbedrijf. Retourneren vindt ‘s avonds plaats. Zo’n service is er niet zomaar. Tiethoff: „We hebben speciaal voor deze service een software-integratie, een API, gemaakt tussen de Droplocker-software en de software van PostNL. De ontwikkeling van die integratie heeft zes maanden geduurd. De integratie zorgt ervoor dat een order die bij Bubble & Stitch wordt geplaatst, direct door PostNL kan worden opgepakt.” Speciaal voor deze service zijn een aantal PostNL-bussen uitgerust met hangsystemen en kledingzakken met barcodes van Bubble & Stitch.

#### Scherp geprijsd

Een gemakdienst, vooral gericht op ‘young professionals’. Dan mag een dienst ook best iets kosten. „Ons uitgangspunt is wel: kwaliteit voor een scherpe prijs. We concurreren niet direct op prijs, maar voor een kwaliteitsstomerij zijn we wel scherp geprijsd. De prijs voor het reinigen van een tweedelig kostuum is bijvoorbeeld zeventien euro. Wassen en strijken van een overhemd kost 2,20. Het idee daarachter is dat een overhemd regelmatig wordt ingeleverd en dat vaste klanten, naast overhemden, ook andere artikelen inleveren.” De on-demand-service kent natuurlijk wel een ander prijskaartje: tot een ordergrootte van vijftig euro kost die service 14,95. Bij orders boven dat bedrag, worden geen haal- en brengkosten in rekening gebracht.

#### Duurzaam logistiek

Behalve dat de samenwerking met PostNL een prima dienst oplevert voor klanten, had Bubble & Stitch nog heel andere argumenten om met het postbedrijf in zee te gaan: MVO. Tiethoff legt dat uit. „De toename van e-commerce brengt een enorme logistieke uitdaging met zich mee. Wij zijn van mening dat het combineren van ritten hierin niet alleen cruciaal, maar ook noodzakelijk is. Daarnaast geloven wij in het principe ‘schoenmaker, blijf bij je leest’.” Om als stomerij een winstgevend logistiek netwerk te onderhouden in een groot gebied binnen beperkte tijdsvakken, is bijna niet mogelijk, zo stelt Bubble & Stitch. „Onze samenwerking met PostNL biedt in onze ogen, een ideale en duurzame oplossing.”





## 4.2 Stomerij Caronette: Klanten zijn ambassadeurs

Een stomerij een suffige winkel? Absoluut niet en zeker niet als je het over Stomerij Caronette in Baarn hebt, daar is Roel van Rixoord heel duidelijk in. „Wij zijn een trendy, vernieuwende winkel die voorbereid is op de toekomst.“ Dat laatste bedoelt Van Rixoord misschien wel heel letterlijk, want de zaak in het centrum van Baarn werd onlangs geheel vernieuwd.

Natuurlijk gaat het om kwaliteit bij Caronette. Het kan niet anders. De stomerij in het hart van Het Gooi heeft niet de minste klanten. Integendeel: Caronette mag diverse omroepuizen waaronder RTL en SBS, artiesten en zelfs het Koninklijk Huis tot haar clientèle rekenen. „Wij streven naar de hoogst haalbare kwaliteit,“ vertelt Van Rixoord.

„Elk kledingstuk wordt apart bekeken, gedetacheerd, gereinigd en geperst. We hebben daarbij altijd persoonlijk klantcontact.“ De tarieven die Caronette rekent, zijn hoger dan gemiddeld, maar zoals vaak blijkt dat klanten graag iets meer betalen als de dienstverlening onberispelijk is. En: klanten zijn dan ook bereid om te reizen. Vanuit de hele regio komen de klanten naar Baarn, speciaal voor Caronette.

### Facebook

Reclame? Nauwelijks. Van Rixoord: „Het gaat bij ons om de kleding en niet om de hoeveelheid reclame.“ Dat heeft Caronette blijkbaar ook niet nodig. Het is een echt familiebedrijf, waarin naast Roel zijn vrouw en dochter meehelpen. „Wij hebben het zes dagen per week druk omdat onze kwaliteit hoog is. Bij ons is mond-op-mond-reclame heel belangrijk. Onze klanten zijn onze ambassadeurs.“

Toch investeert Caronette wel degelijk in diverse soorten promoties: de zaak is sinds kort weer behoorlijk actief op Facebook waarop ook filmpjes te vinden zijn die een goede indruk geven van de werkwijze van Caronette. En: krantenknipsels. Want Caronette doet al jaren mee in de strijd om de titel 'beste stomerij' van Nederland. In 2013 wonnen ze de Netex Marketing Jaarprijs al eens en dat leverde flink wat publiciteit op. In de jaren daarna was Caronette stevast in de top vijf te vinden.



### Nieuwe site

Via Facebook konden klanten de recente verbouwing goed volgen. De zaak die op 27 februari werd heropend, heeft een flinke en vooral erg chique upgrade gekregen. De hele verbouwing duurde twee weken. De winkel werd daarin volledig gerestyled met nieuwe wanden, plafonds en een nieuwe toonbank.

De zaak heeft een flinke en vooral erg chique upgrade gekregen. Strakke lijnen in moderne antraciet kleurstelling: de hele zaak ademt klasse. Wat bleef is de prominente plek voor de kleding: daar gaat het immers om. De volgende stap is een nieuwe website die voor de zomer online moet gaan. Overigens is Caronette nu prima online te vinden, onder meer via de site 'Vorstelijk Baarn'.

### Ouderenbus

Belangrijker is dat Caronette in Baarn is te vinden. „We onderscheiden ons door onze hoge standaard en flexibele, persoonlijke aandacht voor de klant,“ stelt Van Rixoord. Dat is voldoende. Plus: goede service en oog voor behoeften van klanten. Baarn telt een behoorlijk aantal oudere bewoners.

Ook dat is een markt voor de stomerij. Voor die klanten bezorgt Caronette gratis de kleding thuis. Daarnaast is het ook de invulling van MVO: de stomerij ondersteunt al jaren de Ouderenbus in Baarn, een bus die 55-plussers en mensen die slecht ter been zijn naar bestemmingen brengt binnen Baarn, Lage Vuursche en Eembrugge. Waarmee Caronette aantoont aandacht te hebben voor iedere doelgroep in Het Gooi waar het natuurlijk niet alleen draait om Soestdijk en jet-set. Uiteindelijk is elke klant een ambassadeur, dat heeft Van Rixoord heel goed begrepen.



## 4.3 Stomerij Van Kan: Klanten zijn onze ambassadeurs

Kan iemand nog om het bedrijf van Van Kan heen? Het bedrijf in Leidschendam is zo langzamerhand uitgegroeid tot het uithangbord van de branche. De prijzenkast puilt inmiddels uit en ook aan media-aandacht heeft de stomerij bepaald geen gebrek. Toch de beste reclame die je uiteindelijk kan hebben. Het bedrijf werd in 2014 vierde in de European Award of Excellence, won een jaar later de Netex Marketing Jaarprijs en als kers op de taart mag het zich sinds begin vorig jaar hofleverancier noemen. Dat leverde publiciteit op in diverse regionale media, maar ook in het AD, de Telegraaf en zelfs de populaire hitzender Q-Music. Toch stelt Van Kan: „De beste reclame is dat de klanten ons promoten. Door mond-op-mond-reclame krijgen wij veel nieuwe klanten. Die klanten zijn onze ambassadeurs.”

### Eerlijke prijs

Aan klandizie ook geen gebrek in Leidschendam. Van Kan werkt voornamelijk voor particulieren, maar ook in het B2B-segment doet Van Kan goede zaken. Sinds november 2016 reinigt Van Kan alle kleding en witgoed van ambtenaren van de gemeente Leidschendam-Voorburg. Deze opdracht kreeg Van Kan via een aanbesteding. Het geheim achter dit succes? Kwaliteit. Dat klinkt als een cliché, maar Van Kan heeft er een hele filosofie over: „Ons bedrijf rekent een eerlijke prijs voor een goed product. Klanten verwachten dat hun stoomgoed weer helemaal schoon en netjes wordt afgewerkt. Daarbij blijven wij in contact met de klant omtrent de reiniging. Dankzij ons computersysteem kunnen wij klanten benaderen als er vragen zijn en komen

we samen tot oplossingen. Dat resulteert in een grote klanttevredenheid. Als je kwalitatief goed werk aflevert, zijn klanten bereid daar meer voor te betalen.”

### ‘Geloven in’

Dat is één deel van het verhaal. Het andere deel gaat om het vastleggen en handhaven van kwaliteitsdoelstellingen. Daar hanteert Van Kan het B2C naar 3G-Model. Die 3 G’s staan voor gemak, gevoel en ‘geloven in’. Die laatste behoeft wellicht wat toelichting. „Klanten moeten vertrouwen hebben in jouw bedrijf. Dit bouw je op, vooral door mond-op-mond-reclame. Als ze op de site van jouw bedrijf kijken, dan moeten ze direct het gevoel hebben dat het goed is. Daarnaast: ga flexibel om met de klant, geef ze het vertrouwen dat je vakkundig omgaat met hun kleding en textiel. Door het predicaat van hofleverancier wordt dit vertrouwen nog eens vergroot.” Maar: dit heeft allemaal geen enkele waarde als je elkaar niet aanspreekt op de kwaliteit, dus is één van de belangrijkste regels in de kwaliteitsdoelstellingen ‘Durf elkaar te corrigeren!’

### Ontzorgpunten

Van Kan heeft haar dienstverlening flink uitgebreid, bijvoorbeeld in samenwerking met de winkels van Oger. In de winkels worden acties gehouden waarbij de klant een reconditionering van een kostuum krijgt aangeboden. Klanten kunnen Van Kan bereiken via website, Facebook of een app. Meer maatschappelijk georiënteerd zijn de drie ontzorgpunten die Van Kan heeft ingericht, specifiek gericht op zorgklanten. De zorgpunten zijn gevestigd in wijk- en dienstencentra in Leidschendam en Voorburg en de Prinsenhof, een revalidatie-instituut.

Het toont direct aan dat Van Kan maatschappelijk betrokken is. Dat blijkt ook uit het feit dat Ron van Kan de samenwerking heeft gezocht met Bosatex voor bodemsanering. In de jaren zeventig werkte Van Kan met PER en dat is ook in de bodem terechtgekomen. Van Kan nam zijn verantwoordelijkheid: de sanering is in december vorig jaar afgerond. Van Kan is zich bewust van zijn voorbeeldfunctie. „Honderd jaar ervaring, een mooie, transparante werkruimte en winkel, actief op social media. En wij zijn al jarenlang koploper in zorg voor het milieu en besparing op energiekosten.” Die koppositie gaat Van Kan niet snel opgeven.





## 4.4 Laundry Land: Product is onze PR

Een nieuwe naam? Misschien, maar Ed van der Corput is wel een bekende naam in de branche. Al jaren heeft hij met London Dry Cleaning in Nieuw-Vennep een succesvol bedrijf in de textielreiniging en textielbeheer. Daar is drie jaar geleden een zaak aan toegevoegd: Laundry Land in Hoofddorp. Daarmee kreeg de stad weer na ruim jaar een stomerij.

Dat bleef natuurlijk niet onopgemerkt: de lokale pers besteedde er een fraai artikel aan met lovende woorden. Hoofddorp Vandaag schreef na de opening: „Laundry Land is een overzichtelijke winkel. De toonbank staat recht voor de apparatuur en zo kunnen de klanten zien hoe het allemaal in z'n werk gaat.”

Natuurlijk komt Van der Corput aan het woord: „De apparatuur is het neusje van de zalm. We werken met Solvon K4, een nieuw Duits/Amerikaanse product, zonder chloor. Het gaat puur om het milieuaspect, waarom we hebben geïnvesteerd. En wit is wit en zwart is zwart. De prima installaties verzorgen, samen met veel handwerk, een topproduct. We hebben 39 verschillende wasprogramma's met speciale doseringen. Ook regenereren we alles voor hergebruik van het water.”

### Nieuw hotel

Dat is mooi, maar feit is dat de naamsbekendheid van Van der Corput en London Dry Cleaning al begrippen waren in Hoofddorp en omstreken. Vanuit Nieuw-Vennep bedient London Dry Cleaning diverse grote, gerenommeerde hotels waaronder Courtyard, Bastion, Hyatt Place en Grand Plaza.

„Door jarenlang op de markt te zijn in Amsterdam, Haarlemmermeer en omgeving weten de bedrijven en hotels ons te vinden.” Daar steekt het bedrijf dan ook veel energie in. Van der Corput: „Als we een nieuw geopend hotel vinden, dan sturen we schriftelijk aanbiedingen.” Meer hoeft de onderneming eigenlijk niet te doen. Ja: er is een website en het bedrijf onderhoudt Facebook-pagina's, maar dat is het dan. „Ons product heeft zich over de vele jaren wel bewezen. De kwaliteit van dat product is onze PR.”

### Innovaties

Laundry Land onderscheidt zich vooral in kwaliteit, zo stelt Van der Corput zelf. Alles moet in het teken staan van die kwaliteit. „Wij innoveren als dit een bijdrage levert aan de kwaliteit van ons product.”

Of als dit de belasting op de medewerker verlaagt, want ook dat vindt Van der Corput belangrijk. Net als milieutechnische aspecten. Dat zijn allemaal goede redenen om innovaties door te voeren.

Nieuwe diensten zoals online services? Van der Corput: „Daar zijn we wel mee bezig. Het is geen kwestie van niet willen, maar meer dat je hiervoor de goede mensen nodig hebt die dit kunnen invullen.” Anders gezegd: ook bij die nieuwe diensten moet je die kwaliteit kunnen borgen.

### Beoordeling

Laundry Land doet er in elk geval alles aan om zoveel mogelijk klanten naar de winkel aan de Concourslaan te krijgen. Dat doet het bedrijf met diverse kortingsacties. Laundry Land heeft bijvoorbeeld een speciale overhemdendienst. Dat is slim, aangezien de omgeving Hoofddorp bepaald een grootzakelijke omgeving is en bovendien op een steenworp van de Amsterdamse zuid-as.

Hoe krijg je die mensen binnen? Door een zeer aantrekkelijk tarief te bieden. Maar Laundry Land is een stomerij die zich breed op de markt begeeft: senioren krijgen altijd korting.

Zo probeert Laundry Land snel een behoorlijk marktaandeel te krijgen en bewijst het dat het ook in deze tijd zeer goed mogelijk is om een nieuwe stomerij te beginnen. Voldoende voor de Netex Jaarprijs? Van der Corput: „Deze beoordeling laat ik graag aan degene die ons bedrijf kennen.”

**NETEX**  
KWALITEITSGARANTIE  
TEXTIELREINIGING





## 4.5 Sonse Stoom-Erette: Alert op de concurrentie

Chique. Dat is de uitstraling van de Sonse Stoom-Erette. Dat ziet een bezoeker direct, ook op de website die prominent opent met een foto van een strak, driedelig pak. Direct daaronder de pay-off, zoals dat in reclamejargon heet: Kwaliteit is onze garantie. Als je eigenaar René Brus vraagt wat hem onderscheidt van andere stomerijen, dan is kwaliteit het sleutelwoord. Maar: is dat voldoende?

Alle stomerijen leveren immers kwaliteit, of streven daarnaar. De Sonse Stoom-Erette zet echter dat stapje extra voor haar klanten. Die kunnen bij de Stoom-Erette terecht voor vrijwel alle textiel: kleding, suède, gordijnen, vitrage, vloerkleden, dekbedden en bruidsjurken.

Niet alleen in Son, maar ook bij een van de depots waarmee een behoorlijk gebied rondom Eindhoven wordt afgedekt. Daarbij heeft het bedrijf een 24-uurs haal- en brengservice: 's morgens gehaald is 's middags gebracht. Die service gaat ver. Indien gewenst komt Stoom-Erette de gordijnen afhalen en weer ophangen.

### Toevoegingen

Snelle service, maar wel op een kwalitatief hoog niveau. Brus kan het niet vaak genoeg benadrukken. „We besteden extra aandacht aan elk kledingstuk. Daarbij geven we persoonlijk advies aan de klant.“

Dat is intensief, maar het is meteen ook de beste reclame. Alleen als je kwaliteit levert, komen klanten terug. Veel hoeft Brus niet te investeren in marketing: de site is in 2015 vernieuwd en oogt fris en modern. Daarnaast adverteert Stoom-Erette in de lokale pers en onderhoudt het bedrijf een Facebookpagina. Op die manier bereikt Brus zijn doelgroep. Voor het goede begrip: de Stoom-Erette is al lang een bekende naam in Son. Brus nam de zaak in 2015 over van Cees Akkermans die het na liefst 43 jaar voor gezien hield. Brus werkte al twaalf jaar voor Akkermans in de zaak en was dus de logische opvolger. In 'Mooi Son en Breugel' liet Brus in 2015 direct al weten dat de klanten geen grote koerswijzigingen hoefden te verwachten. Wel „toevoegingen op de kwaliteit.“

### Carnaval

Maar hij is natuurlijk niet de enige stomerij in de regio: „We zijn wel zeer alert op de concurrentie.“ Dat geldt dan met name voor de diensten die concurrenten leveren. Brus is namelijk de eerste om te erkennen dat zijn tarieven iets hoger zijn dan bij andere zaken.

„Maar de klant betaalt liever iets meer voor kwaliteit.“ Natuurlijk is de Stoom-Erette is in het bezit van het Netex Kwaliteitscertificaat. Het milieucertificaat prijkt nog niet aan de muur. Toch is Brus wel bezig met de milieutechnische aspecten van zijn bedrijf. „De machines en de persen worden dagelijks gecontroleerd en twee keer per jaar checken we op lektheid. We houden alles bij in logboeken.“

Zoals het hoort. Iets dat ook hoort in Brabant? Carnaval. Dan is de zaak drie dagen gesloten, ook op de zaterdag. Want misschien was dat nog wel de grootste verandering: de verruiming van de openingstijden, inclusief de zaterdag. Verder is het gewoon de kwaliteit die klanten al 45 jaar gewend zijn en daar komen nog wel een flink aantal jaren bij.





## 5. NETEX werkprogramma

**NETEX**  
KWALITEITSGARANTIE  
TEXTIELREINIGING

**NETEX**  
CARE

### 5.1 NETEXCARE

Over heel 2016 nam het aantal Informatieve Beoordelingen met een kleine 20% toe tot, op één na, 300 meldingen. Al deze meldingen werden binnen de termijn van 3 weken gerapporteerd aan de leden. Het overgrote merendeel van de klachten werd in het voordeel van de textielreiniger beslecht. Slechts in 28 gevallen kreeg de consument gelijk. In 12 gevallen kon geen oordeel uitgesproken worden.

Zowel consumenten als textielreinigers kunnen in beroep gaan en een Formele Beoordeling aanvragen. Over heel 2016 werd dat in 14 gevallen gedaan hetgeen beduidend minder is dan in 2015. Beide partijen werden in evenveel gevallen in het gelijk, of dus ongelijk, gesteld. Het aantal dossiers was lager, maar de doorlooptijd er van was langer.

Dit omdat de complexiteit van de dossiers toenam. Onder andere doordat meer nieuwe reinigingsmiddelen worden ingezet waarvoor nog geen testresultaten en/of reinigingsetiketten/

voorschriften beschikbaar zijn.

Dergelijke gevallen vragen bij de Informatieve Beoordeling en zeker bij de Formele Beoordeling om een extra nauwkeurige, zorgvuldige beoordeling. Ook het gegeven dat consumenten steeds mondiger en kritischer worden, draagt hieraan bij.

Tevens valt op dat er in 2016 geen schikking werd getroffen, zulks in tegenstelling tot voorgaande jaren. Gezien het feit dat klachten in sommige gevallen steeds complexer worden, is het positief om te zien dat er desondanks toch een duidelijk oordeel kan worden gegeven.

Conclusie is dat NETEXCARE voorziet in een behoefte. Namelijk een efficiënte, snelle ondersteuning van de leden in de klachtenafhandeling. Daarmee wordt – nog steeds – een doelstelling gerealiseerd die geleid heeft tot het besluit om de samenwerking met de Geschillencommissie Textielreiniging in Den Haag op te zeggen.

### 5.2 BOSATEX

De Stichting Bosatex draait op volle toeren om verontreinigde bedrijventerreinen van textielreinigers, die bij Bosatex aangesloten zijn, gesaneerd te krijgen. In 2016 had de Stichting 130 locaties in behandeling.

Bosatex neemt alle zorg uit handen van de ondernemer. De financiering is zo geregeld dat sanering voor deze ondernemer een haalbare kaart wordt; de kosten zijn dusdanig hoog dat zonder Bosatex het voortbestaan van bedrijven in het gedrang zou zijn gekomen.

De komende jaren blijft de Stichting Bosatex volop actief om voor alle locaties de sanering in goede banen te leiden, inclusief alle onderzoek, extra werk en nazorg. Bosatex onderhoudt ook alle contacten

## B O S A T E X

**bodemsanering textielreiniging**

met betrokken overheden zoals bijvoorbeeld provinciale en gemeentelijke overheden alsmede de omgevingsdiensten.

Daarnaast is Bosatex ook actief richting omwonenden van verontreinigde locaties. Dit is van belang als er bijvoorbeeld onrust ontstaat in een wijk als nieuws over verontreiniging en/of de sanering naar buiten komt.

Daarom wordt door Bosatex regelmatig een bewonersavond georganiseerd om omwonenden over alle ins en outs van de situatie op de hoogte te brengen.

Meer informatie over de Stichting Bosatex en haar activiteiten kunt u terugvinden op de website [www.bosatex.nl](http://www.bosatex.nl)

**NETEX**

KWALITEITSGARANTIE  
TEXTIELREINIGING

**Week van de dekbedden!**





## 5.3 Communicatieplan

In 2016 werd door de PR/MEEZ commissie de eerste actie uitgerold in het kader van de collectieve nationale PR-acties. De zogenaamde “dekbedden-actie”. Leden konden hiervoor promotiematerialen bestellen als een banner en posters. Hiervoor was grote belangstelling.

Uit navraag onder de deelnemende leden bleek dat de actie veel positieve respons opleverde. Veel klanten reageerden positief en brachten ook daadwerkelijk hun dekbedden. De boodschap was voor hen een eyeopener.

Vanwege het succes van deze actie zullen voor 2017 ook nieuwe acties worden uitgewerkt rond een specifiek thema.

Thema's die de PR/MEEZ commissie vaststelt. De PR/MEEZ commissie nodigt daarom ook graag alle leden uit om actief deel te nemen aan vergaderingen. Met uw inbreng kunnen juist die onderwerpen geagendeerd worden waar leden aandacht voor willen vragen. Door hierin gezamenlijk op te trekken, kan met gerichte acties de aandacht voor de sector vergroot worden.

## 5.4 Workshops

In 2016 verzorgde NETEX een tweetal workshops voor haar leden. Bij Laundry On Demand ging het om online dienstverlening en de haal- en brengservice.

Door het de klant mogelijk te maken om op de hem gewenste momenten zaken te doen met de textielreiniger via de smartphone, wordt de toegevoegde waarde van de stomerij veel groter.

Voorbeelden in het buitenland laten zien dat deze vorm van dienstverlening wel degelijk voorziet in een grote behoefte.

De titel van de workshop Innovatie en oplosmiddelen laat weinig aan de verbeelding over. Maar de laatste jaren zijn er de nodige alternatieve oplosmiddelen op de markt gekomen. In opdracht van NETEX voert TKT periodiek het project Solvetex uit om deze middelen met elkaar te vergelijken.

Tijdens deze workshop stonden de oplosmiddelen en hun eigenschappen centraal. Ook werden wet en regelgeving toegelicht en de benchmark Solvetex. Er werd ook stilgestaan bij de benchmark

“milieuimpact” waaruit blijkt, wetenschappelijk onderzocht, dat professioneel reinigen 2 tot 3 keer milieuvriendelijker is dan thuis wassen.

Door de PR/MEEZ- en RTMG-commissies zullen ook voor 2017 de nodige workshops gepland gaan worden. Uiteraard in samenspraak met de leden. Immers, de bedoeling is dat zij nader geïnformeerd worden over onderwerpen die hen aanspreken.



## 5.5 Projecten: kostprijs

NETEX pakt namens de leden diverse, uiteenlopende projecten op. Ook op technisch vlak binnen de commissie RTMG. De uitvoering ligt in de regel bij het Technologisch Kenniscentrum Textielverzorging. Eén van deze projecten die het afgelopen jaar verder werd voorbereid is het kostprijsmodel. In het verleden is een dergelijk model als eens opgesteld om een handvat te bieden bij de bepaling van stuksprizen.

Maar omdat technieken maar vooral ook de vormen van dienstverlening fors zijn veranderd, is een nieuw model noodzakelijk. Een goede kostprijscalculatie staat aan de basis van succesvol ondernemen maar vooral ook het kunnen onderbouwen van investeringsbeslissingen en daarmee de strategie die het bedrijf wil volgen. In 2017 wordt dit project samen met de leden verder uitgewerkt.

## 5.6 TCT Opleidingen

De belangstelling voor opleidingen is de afgelopen jaren weer belangrijk toegenomen. Vooral de vaktechnische cursussen als Textielwarenkennis en Finishen mogen zich in een toenemende belangstelling verheugen.

Het echte vakmanschap blijft aan de basis staan van het succes van een onderneming. Door e-learning zijn de meeste cursussen 24/7 beschikbaar en kunnen mensen in hun eigen tijd en tempo en zo vaak zij willen de leerstof doornemen.

Deze cursussen worden afgesloten met praktijk-/examendagen. Om de theorie nog eens goed door te nemen en vragen te kunnen stellen. Maar ook om vaardigheden te kunnen oefenen. Iets wat zeker bij cursussen als Finishen of Detacheren een vereiste is.

### RoI TCT

Het TrainingCentrum Textielverzorging verzorgt in opdracht van onder andere NETEX de vakopleidingen van de sector. En zorgt er voor dat deze actueel blijven en dat didactische methoden aansluiten op de stand van de techniek.

Door het Internet is in de afgelopen jaren e-learning erg actueel en gangbaar geworden. Om deze reden heeft TCT al enkele jaren geleden het lesmateriaal aangepast, geactualiseerd en via e-learning 24/7 beschikbaar gemaakt.

Naast de inhoud verzorgt TCT ook de organisatie van de cursussen die met een praktijk-/ examendag worden afgerond.

### Meestercertificaat Textielreiniging

Het door TCT aangeboden Meestercertificaat is bij jong en oud populair. Om deze ontwikkeling te stimuleren gaat TCT drie niveaus aanbieden, namelijk;

- Basiskennis (niveau C)
- Basiskennis met verdieping (niveau B)
- kennis op managementniveau (niveau A)

Dit geeft medewerkers ruimte om te groeien in hun kennis en daarmee functie. Het Meestercertificaat Textielreiniging biedt medewerkers de mogelijkheid



zich te ontwikkelen tot “vakmens” binnen textielverzorging en zich persoonlijk te ontwikkelen. Ook leren zij hoe ze bijdragen aan niet alleen het succes van een bedrijf in termen van kwaliteit en dienstverlening maar ook als het gaat om duurzaamheid, veiligheid en efficiency.

### Maatwerk

Op aanvraag kan TCT voor bedrijven een specifiek opleidingsprogramma ontwikkelen. Dit biedt medewerkers ook de ruimte en gelegenheid om tijdens praktijk-/examendagen hun kennis en ervaring met anderen te delen.

Aan het cursusprogramma kunnen specifieke cursussen en trainingen toegevoegd worden. Derhalve kunnen programma's samengesteld worden die goed aansluiten op kennis en ervaring van de medewerkers.

### Online ondersteuning

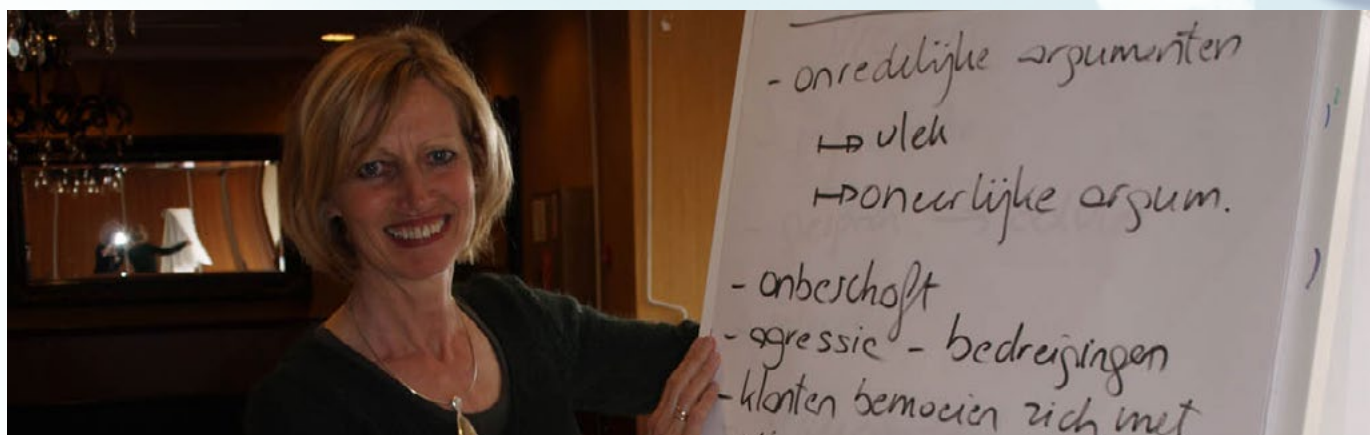
De TCT-modules kunnen ook prima ingezet worden om “training on the job” mogelijk te maken. Daarbij worden cursusmaterialen of specifieke onderdelen hiervan online beschikbaar gesteld tegen vergoeding van een abonnementstarief.

Dit geeft bedrijven extra ondersteuning bij het inwerken van nieuwe medewerkers die hierdoor sneller en zelfstandiger specifieke taken in kunnen vullen.

### Ondersteunende cursussen

Naast specifieke vaktechnische cursussen biedt TCT ook cursussen als BedrijfsHulpVerlening aan. Bedrijven zijn wettelijk verplicht BHV georganiseerd te hebben binnen het bedrijf, al dan niet in samenwerking met andere bedrijven, bijvoorbeeld binnen een winkelcentrum.





Niveau C	Niveau B	Niveau A
Vakinhoudelijke Basiskennis	Professionele Textielreiniging	Management
Algemene procestechniek	Algemene procestechniek	Algemene procestechniek
Textielwarenkennis	Textielwarenkennis	Textielwarenkennis
Detacheren	Detacheren	Detacheren
Persen en Strijken	Persen en Strijken	Persen en Strijken
Klanttevredenheid	Klanttevredenheid	Klanttevredenheid
Machineseiligheid stomerijen	Machineseiligheid stomerijen	Machineseiligheid stomerijen
E-DryClean* niveau C	E-DryClean* niveau C	E-DryClean* niveau C
	E-DryClean* niveau B	E-DryClean* niveau B
		E-DryClean* niveau A
	Care-labelling	Care-labelling
	Cerclean Niveau 1 Kwaliteitsmanagement	Cerclean Niveau 1 Kwaliteitsmanagement
		Praktisch leidinggeven op de werkvloer
	Meestercertificaat	Meestercertificaat

\* E-Dryclean vervangt de traditionele trainingen PER, KWL en Natreiniging; welke module gevolgd wordt is afhankelijk van de reinigingsmethode binnen een bedrijf

**NETEX**

KWALITEITSGARANTIE  
TEXTIELREINIGING





# 6. Branche Informatie

## 6.1 Branche-enquête

Om ons heen horen we weer positieve geluiden. De recessie is voorbij. Er is weer economische groei. Consumenten krijgen meer te besteden. Kortom, de wind lijkt te zijn gedraaid waardoor we meer en meer voor de wind moet kunnen varen. Vraag is natuurlijk of dat zo is, of u dat al merkt aan de kassa? De kwartaalgesprekken leveren een voorzichtig positief geluid op. Hoe uit zich dat in cijfers? NETEX heeft de branche-enquête uitgezet om hier een beter zicht op te krijgen.

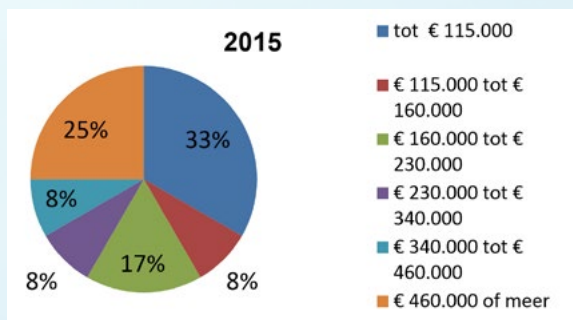
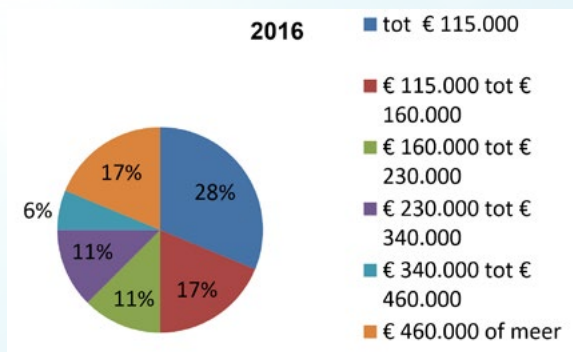
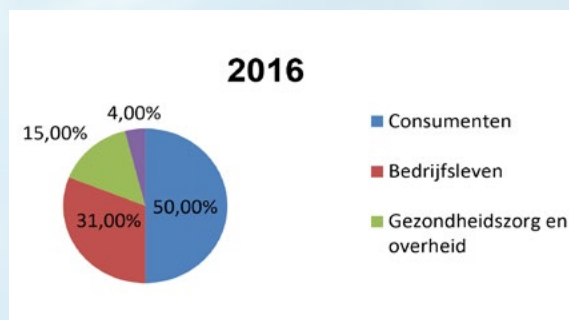
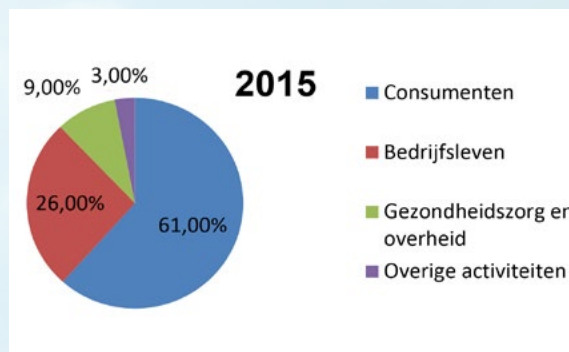
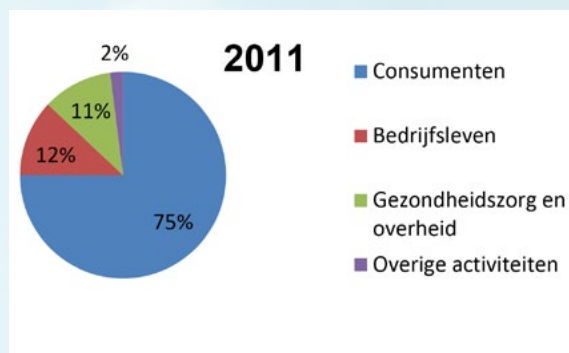
### Omzetten, prijzen en marges

In 2016 heeft een derde van de respondenten de prijs verhoogd boven het gemiddelde inflatiecijfer van 0,3% in 2016. Voor 2017 wordt 1% inflatie verwacht. Tweederde van de respondenten heeft de prijs niet verhoogd. Zowel omzetten en marges staan nog steeds onder druk.

Kijken we naar de omzetklassen, dan concluderen we dat de klasse € 115.000,- licht afneemt. Het aandeel bedrijven met een omzet tot en met € 340.000,- groeit, daarboven nemen de aandelen licht af. Deels wordt de ontwikkeling van verdere schaalvergroting hierin weergegeven.

### Ontwikkeling marktsegmenten

De kwartaalgesprekken leveren een voorzichtig positief geluid op schreven we hierboven. Daarbij hoort de kanttekening dat het beeld van de afgelopen jaren zich voortzet. Consumenten weten minder de weg naar de textielreiner te vinden voor de P-gelabelde kleding. Dit uit zich in de volgende grafieken die meteen ook aantonen dat het zakelijke segment voor de textielreiniging in belang toeneemt. Tweederde van de respondenten geeft aan de omzet in zakelijke segmenten te willen uitbreiden.



### Depots

Het aantal depots is licht gegroeid met 7,4%. Het gemiddeld aantal depots ligt voor de respondenten op 15. Daarbij zien we dat de meeste respondenten 1 tot 10 depots hebben. Op een gedeelte tweede plaats staan respondenten die geen depots hebben en zij met 11 – 25 depots. De gemiddelde korting die wordt verstrekt is ruim 14%. De verwachting is dat het aantal depots de komende jaren blijft groeien. Onder meer door de ontwikkeling die hierna wordt geschetst.

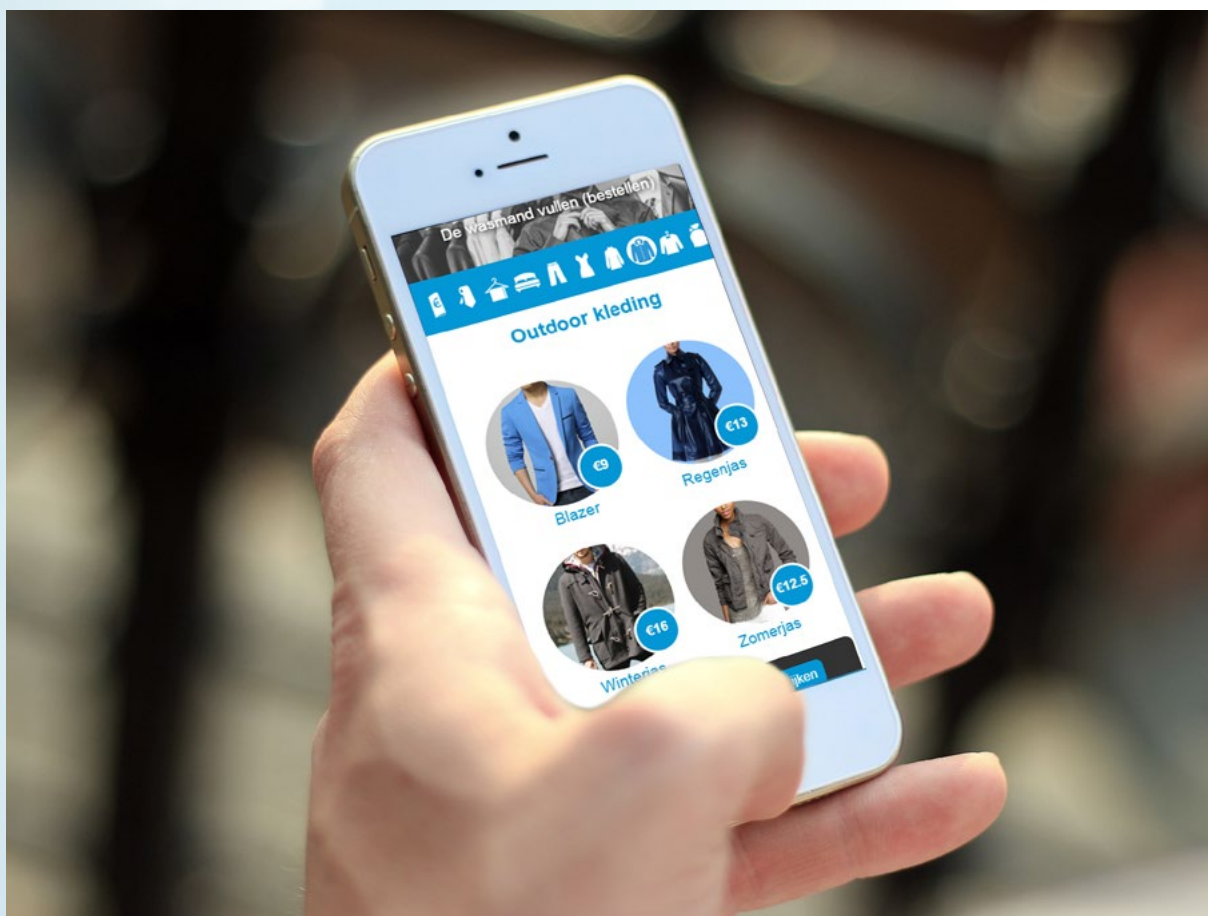
### Openingstijden en locatie

Vrijwel alle respondenten zijn van maandag (95%) tot en met zaterdag (72%) geopend. Op zaterdag is 27% van de respondenten de hele dag geopend. Als locatie geven de meeste respondenten (ruim 44%) de voorkeur aan een winkelcentrum in de

binnenstad gevolgd door een winkelcentrum buiten het centrum en "overig" waarbij overwegend het industrieterrein wordt genoemd. Het aandeel van deze laatste locatie zal de komende tijd naar verwachting gaan groeien. Uit onder meer ook de kwartaalgesprekken blijkt dat meerdere "warme winkels" zich oriënteren op een "centraal bedrijf" met depots.

### Reinigingstechnieken

Ook voor dit onderwerp geldt dat een al langer geleden ingezette trend doorzet. Tweederde van de bedrijven gebruikt in de periode 2017 – 2020 geen PER meer ten gunste van vooral natreiniging en alternatieve oplosmiddelen. Met het toenemend belang van de bedrijvenmarkt is de verwachting dat het aandeel natwas de komende jaren ook zeker zal groeien.







### Dienstverlening

Geen van de respondenten geeft aan de vormen van dienstverlening te willen wijzigen, c.q. uitbreiden dan wel zich verder te specialiseren.

Alle respondenten doen stoom- en wasgoed. De meeste respondenten doen ook overhemdenservice, suède & leer, dekbedservice en tapijtreiniging. Het aandeel respondenten dat ook reconditionering, schadereiniging, kledingreparatie, schoenreparatie en "andere diensten" aanbiedt is ten opzichte van vorige jaren gegroeid. Met name reconditionering en schadereiniging maken een behoorlijke sprong.

### Overig

De meeste respondenten (78%) doen aan reclame waarbij advertenties in huis-aan-huisbladen, sponsoring en reclameposters nog steeds populaire

media zijn. De inzet van social media is echter aan het groeien.

Respondenten geven aan dat zij goed geïnformeerd zijn over onder meer de resultaten van de projecten die RTMG heeft laten uitvoeren.

Het aantal pc's dat ingezet wordt binnen bedrijven ligt gemiddeld op 4. De pc's worden vooral ingezet voor administratie (24%), email/internet (23%) en tekstverwerking (20%). Voor klanten-/relatiebeheer wordt 17% van de computers ingezet, voor de logistiek 11% van de computers.

13% van de computers wordt ingezet als kassa en gebruikt voor calculaties. 8% van de computers wordt gebruikt voor planning en hetzelfde percentage voor het productieproces.

## 6.2 Bestuur en commissies 2017

### Bestuur

Dhr. A.F. Goutier (voorzitter)  
Dhr. A.C. Alblas  
Dhr. M.A.J. Hetem (penningmeester)  
Dhr. R. van Pelt  
Dhr. P.N.M. Wennekes (secretaris)

### PR/MEEZ Commissie

Dhr. J. Abbink  
Dhr. R. van Pelt  
Dhr. A.F. Goutier (voorzitter)  
Dhr. T. Jonkhout  
Dhr. L.P. Wennekes

### RTMG Commissie

Dhr. F. Sijmons  
Dhr. A.C. Alblas (voorzitter)  
Dhr. B. Bielschowsky  
Dhr. J. Meijer  
Dhr. E. Veenstra

### AV Commissie

Dhr. M.A.J. Hetem (voorzitter)  
Dhr. B. Bielschowsky  
Mevr. J. Elzerman  
Dhr. N.C. Pols  
Mevr. M. Peters  
Dhr. P.N.M. Wennekes

### Ereleden

dhr. J.J. Hoek  
dhr. J. van Kuijk

### Deelname van NETEX-leden in overige besturen en commissies

#### Stichting Bosatex

Dhr. A.F. Goutier  
Dhr. J. van Kuijk  
Dhr. M.A.J. Hetem  
Dhr. P.N.M. Wennekes

#### Stichting TKT

Dhr. A.C. Alblas  
Dhr. P.N.M. Wennekes  
Dhr. R.A. Meijer

#### Stichting TCT

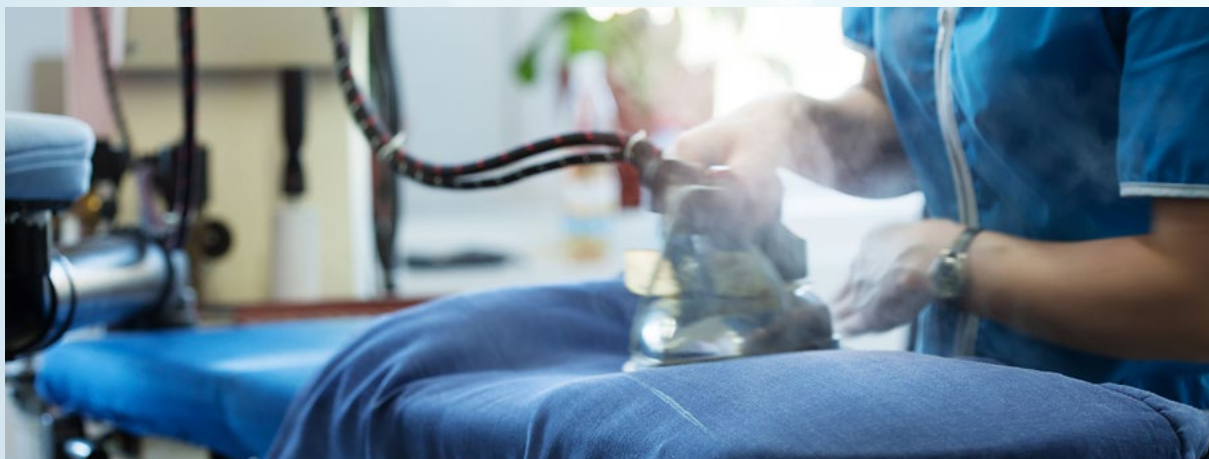
Dhr. B. Bielschowsky  
Dhr. P.N.M. Wennekes  
Dhr. M. Vork  
Dhr. R.A. Meijer

#### Stichting Raad voor Arbeidsverhoudingen voor Linnenverhuur- en wasserijbedrijven en voor Textielreinigingsbedrijven (RALTEX)

Dhr. P.N.M. Wennekes  
M.A.J. Hetem

#### CINET

dhr. A.C. Alblas





## 6.3 Ledenlijst 2017

**NETEX**  
KWALITEITSGARANTIE  
TEXTIELREINIGING

Ambassade Textielreiniging	Loosduinseweg 373c/d	DEN HAAG
Botex Beroepskleding	Heerbaan 9	POSTERHOLT
Buis Delft B.V.	Minervaweg 2	DELFT
Chemische Wasserij A. Helder	Raadhuisstraat 9-11	HOOGEVEEN
Cleanomat Stomen	Slotlaan 283	ZEIST
Coöperatie Stomerij.nl Service Center	Andoorn 58	OLDENZAAL
Cristal Cleaning	Peperbos 37	PRINSENBEEK
DD&A	Visserpad 3A	KROMMENIE
De Roosendaalse Stomerij	President Kennedylaan 152	ROOSENDAAL
De Stomerij ECO Cleaning	Bentinckstraat 59A	PUTTEN
De Stomerij Theresiastraat	Theresiastraat 101	DEN HAAG
Dry Cleaning Center Textielverzorging	Kerketuinenweg 73	DEN HAAG
Dry Cleaning Ocean	Weissenbruchstraat 47	DEN HAAG
Edelstomerij Miedema B.V.	Mercuriusweg 4	LEEUWARDEN
Edelweiss Textielverzorging B.V.	Spaarnestraat 62	DEN HAAG
Emmer Expres Reiniging	Noorderstraat 9	EMMEN
Hendrikse Stomerijen	Rijksstraatweg 109	BAAMBRUGGE
Jacobs Clean V.O.F.	Rietdekkersweg 135	ROTTERDAM
Krom Textielonderhoud B.V.	Badweg 46	GORREDIJK
Kwaliteitsstomerij Caronette	Laanstraat 107	BAARN
Kwaliteitsstomerij Good Clean	Achterstraat 1	LOCHEM
Kwaliteitsstomerij Mengelers B.V.	Langheckweg 12	KERKRADE
Kwaliteitsstomerij Propernette	Brugstraat 10	RAALTE
Loekinette	Nieuwe Ginnekenstraat 26	BREDA
London Dry Cleaning B.V.	Staringstraat 21c	NIEUW VENNEP
Medo Clean B.V.	Dorpsstraat 31	KOUDEKERK A/D RIJN
Model Chemische Reiniging Van Der Wal B.V.	Nieuwe Crooswijkseweg 42-44	ROTTERDAM
Mondial Express	Koninginnelaan 105	APELDOORN
Odinette	Hogestraat 7	DRUTEN
One Day Cleaning B.V.	Vlaardingenweg 737	ARNHEM
Palthe	Roemer Visscherstraat 48	AMSTERDAM
Palthe Stomerij Green Cleaning Veenendaal B.V.	Zandstraat 5	Veenendaal
Pamba Textielreiniging B.V.	Veemarkt 47	AMSTERDAM
Panda stomerij	Bruinings Ingenhoeslaan 24	VOORBURG
Pols Cleaning Shops	Jan v/d Heydenstraat 81	DEN HAAG
Propershop Amsterdam B.V.	Buikslotermeerplein 154	AMSTERDAM
Rentex Floron	Koopman Heeresweg 2	BOLSWARD
Silk and Satin Bruidsmode-reiniging	Pottenbakker 39F	ASSEN
Single Clean 2000 B.V.	M.J. van Olmstraat 16	WINSCHOTEN
Sonse Stoom-Erette	Nieuwstraat 48 B	SON
Stomatiek Dongen	Oude baan 2	DONGEN
Stomerij & Wasserij Meinen BV	Hoofdstraat 26	MEPPEL
Stomerij Air Clean-Texsana	Van Baerlestraat 107	Den HAAG
Stomerij Albert	Kerkallee 1	VELP
Stomerij B&B	Prinses Margrietsingel 50	RIJSWIJK

Stomerij City Cleaning	Baanstraat 11	UTRECHT
Stomerij Clean Inn	De Clomp 32-11	ZEIST
Stomerij Clean Inn V.O.F.	Bunderstraat 78	MEERSSEN
Stomerij De Cirkel V.O.F.	G. van Amstelstraat 118	HILVERSUM
Stomerij de Gagel	Holleweg 105	BERGEN OP ZOOM
Stomerij De Wetering	Weteringpad 92-94	SOEST
Stomerij De Wilde	J. v. Campenlaan 119	HILVERSUM
Stomerij De Zon B.V.	Australieweg 9	HULST
Stomerij Duraco	Ganzenmarkt 12	UTRECHT
Stomerij Etten Leur	Hof van den Houde 47	ETTEN-LEUR
Stomerij Excellent	Oranje Nassauplein 14	EERBEEK
Stomerij Groos	Hoefkade 905	DEN HAAG
Stomerij Hartevelt B.V.	Molensteijn 8	DE MEERN
Stomerij Jeannette	Kastanjelaan 1	LEIDERDORP
Stomerij Koningsplein	Koningsplein 216	TILBURG
Stomerij Moelard	Windmolenbroeksweg 6	ALMELO
Stomerij Mont Blanc	Imkersplaats 9	APELDOORN
Stomerij Nico Pols V.O.F.	Dobbeweg 18	VOORSCHOTEN
Stomerij Pedro	Dorpsstraat 18	ZOETERWOUDE
Stomerij Peeters/Astor V.O.F.	Besterdring 105	TILBURG
Stomerij Primeur	Patijnenburg 8	NAALDWIJK
Stomerij Sassen	Zijlweg 39-43	HAARLEM
Stomerij Suijker v.o.f.	Straatweg 50b	ROTTERDAM
Stomerij Uniek	Oeverkruid 5	RAAMSDONKVEER
Stomerij Van Boordt	Traay 153-F	DRIEBERGEN
Stomerij Van Kan	Prins Frederiklaan 167	LEIDSCHENDAM
Stomerij Wasserij De Jong B.V.	Molenstraat 28	RHENEN
Stomerij Wasserij Peter Korf	Oonksweg 38	BORNE
Stomerij Wasservice Helvoet (WSH)	Noorddijk 3	HELLEVOETSLUIS
Stomerij Westmaas	Paramaribostraat 114	AMSTERDAM
Stomerij Zeelenberg	Nieuwe Binnenweg 279	ROTTERDAM
Stomerij Zeyrek	Gildermeestersplein 302	ARNHEM
Stomerij-Wassalon Ideaal V.O.F.	Ondernemingsweg 124	UITHOORN
Stomerij-Wasserette Clean Center	Ferdinand Bolstraat 7-9	AMSTERDAM
Stoomwasscherij Jan Bos & Zn.	Dommelse Weg 38	VALKENSWAARD
't Stoomhoekje	Kastelenplein 82a	EINDHOVEN
Temponette	Parkweg 85	EDE
Texon Textielreiniging	Molenstraat 43	TILBURG
Textielverzorging Van den Elshout	Scheldestraat 18	OSS
Texsana Textielreiniging	Oostzeekdijk Beneden 233 /235	ROTTERDAM
Topcleaning B.V.	Fahrenheitstraat 50	HARDERWIJK
Topcleaning Kampen	Haatlanderdijk 6a	KAMPEN
V.O.F. Stomerij Fareed	Mient 557	DEN HAAG
Van Beeck Kwaliteitsstomen en -wassen	Kofferen 22	ST. OEDENRODE
Van der Helst Stomerij	Van der Helstplein 13	AMSTERDAM
Van der Krieke Stomerij	Europaboulevard 63	ALKMAAR
Van Hal Stomerij	Slootsekuilen14-16	HELDEN-BERINGE
Veldkamp wassen en stomen	Fred. Hendriklaan 252	DEN HAAG
Wasserij Stomerij De Kim	Pater Ullingstraat 13	BUDEL-SCHOOT
Wasserij/Stomerij Ding	Jan Rooseveltstraat 7	LEIDEN
Wasservice Botlek V.O.F.	Kaaistraat 4	SPIJKENISSE



## Geassocieerde leden 2016

Christeyns  
Dunmatriek  
Kreussler  
Landuwasco  
Miele Nederland BV  
Polymark B.V.  
Van Gansewinkel Nederland BV  
Wasserij Service Delft

Lireweg 12  
Zwanenstraat 2A  
Seoellaan 14  
Bellstraat 10  
De Limiet 2  
Drenthhaven 7  
Leigraaf 55  
Ampereweg 10

NIEUW VENNEP  
FOXHOL  
NIEUW-VENNEP  
VLAARDINGEN  
VIANEN  
NIEUWEGEIN  
TWELLO  
DELFT



**NETEX**

KWALITEITSGARANTIE  
TEXTIELREINIGING

NETEX Postbus 10 4060 GA Ophemert Tel.: 0344 - 650431 Fax: 0344 - 652665 www.NETEX.nl NETEX@NETEX.nl



**Professionele textielverzorging  
maakt het verschil!**

[www.NETEX.nl](http://www.NETEX.nl)