



NETEX

KWALITEITSGARANTIE
TEXTIELREINIGING

Inhoud

- **1. Voorwoord**
- **2. Dienstverlening en markttrends**
 - 2.1 Veranderende marktwensen en digitale service
- **3. Dry cleaning 4.0**
 - 3.1 Laundry On Demand
 - 3.2 Data2Move Laundry
- **4. Kwaliteit & Certificering**
 - 4.1 Nieuwe aanpak 2018 inclusief CERCLEAN
 - 4.2 Interviews met
 - 4.2.1 Cerclean Internationaal-auditor Wim Wim Meijer
 - 4.2.2 Doorwinterde auditor Leo Wortman
- **5. Bedrijfsprofielen**
 - 5.1 Stomerij Zevenbergen
 - 5.2 Stomerij Jacobsclean
 - 5.3 Stomerij De Zon B.V.
 - 5.4 Propershops Amsterdam B.V.
- **6. NETEX werkprogramma**
 - 6.1 NETEXCARE
 - 6.2 Bosatex
 - 6.3 Communicatieplan
 - 6.4 Workshops
 - 6.5 TCT Opleidingen
- **7. Branche Informatie**
 - 7.1 Branche-enquête
 - 7.1.1 Omzetten, prijzen en marges
 - 7.1.2 Ontwikkeling marktsegmenten
 - 7.1.3 Overig
 - 7.2 Bestuur en commissies
 - 7.3 Ledenlijst

NETEX
Postbus 10
4060 GA Ophemert
T: 0344 650 420
E: netex@netex.nl
I: www.netex.nl

© NETEX 2018, Niets uit deze uitgave mag overgenomen worden zonder schriftelijke toestemming van het bestuur.

1. Voorwoord

Professioneel ondernemen!

Soms is het goed om even terug te kijken. Naar wat is geweest, naar waar we vandaan komen, en wat er allemaal gebeurd is. Hoe de wereld veranderd is. Het is bijna niet meer voor te stellen dat we geen televisie, computer en smartphone hadden. Dat letterlijk en figuurlijk de wereld onder handbereik is gekomen, door het internet. Door steeds goedkoper wordende vliegvluchten. We krijgen meer informatie. Hebben meer keuzemogelijkheden. En zijn sneller gaan leven, omdat we meer willen doen in de schaarse tijd die we hebben. Of meer moeten doen, omdat bijvoorbeeld meer zorgtaken hierom vragen. Die veranderende levensstijl brengt nieuwe behoeftes. We stellen andere eisen aan leveranciers. Openstellingstijden zijn verruimd, soms tot 24/7.

Golfbewegingen

In de stroom van nieuwe ontwikkelingen is het wel eens lastig om vast te stellen wat nu echt een blijvende trend is. Welke app of gadget ons leven echt gaat veranderen. En zoals altijd, op een actie komt een reactie. Webwinkels breiden hun marktaandeel nog steeds uit, maar tegelijkertijd openen zij ook echte winkels omdat de consument producten wil zien en voelen. Jaren geleden leefden we misschien te veel met het idee dat de wereld, onze planeet alles aankon. Duurzaamheid wordt in alle opzichten steeds belangrijker.

Met al die veranderingen om ons heen en rekening houdende met de golfbewegingen moeten we koers bepalen. Dat vraagt deels ook om schaalvergroting en meer intensieve samenwerking. Als individuele ondernemers. En als concullega's.



Netex Voorzitter A. F. Goutier

Grotere diversiteit

De tijd dat één concept model kon staan voor alle bedrijven, ligt ver achter ons. Vakmanschap, locatie en service waren de sleutels voor succes. Dat was destijds voldoende om een goede boterham te verdienen. Die vlieger gaat niet meer op. Daar waar de stomerij voorheen een begrip, een vanzelfsprekendheid was, moeten nu klanten en marktsegmenten actiever benaderd worden. En langs verschillende wegen.

Meer communicatiemogelijkheden vragen om slimme keuzes. En dat begint bij het vaststellen wie jouw klant nu eigenlijk is en welke diensten hij of zij nodig heeft. Dit maakt dat er niet meer één bedrijfsmodel is. Iedere ondernemer zal moeten bepalen welk model het meest geschikt is. Dit proces voltrekt zich al enige jaren en betreft een veranderingsproces dat voorlopig nog niet afgerond is.

Een mix van...

Het vakmanschap en de service van de gespecialiseerde stomerij blijven belangrijke uitgangspunten voor succes. Ambachtelijke producten en diensten staan sowieso meer in de belangstelling. Duurzaamheid net zo. Consumenten worden ook op dit punt steeds kritischer. Deze kernwaarden kunnen juist extra worden geprofileerd.

Om die kernwaarden heen kan iedere ondernemer een eigen schil bouwen. Met een nadruk op speciale klantenvoordelen in dienstverlening, veelal met moderne communicatiemiddelen als social media en apps.

Niet alleen bedrijfskenmerken zullen veranderen. Ook de ondernemer zelf verandert. De nieuwe generatie heeft nieuwe ideeën, mede gevormd tijdens en door opleidingen. Deze generatie moet na studies het vak textielreiniger nog eigen maken. Ook hierdoor verandert het landschap. En kunnen NETEX en haar leden een stap maken richting de toekomst. Er is weer volop perspectief met meer professionaliteit op alle vlakken.

**Namens het NETEX bestuur,
A.F. Goutier**

NETEX
KWALITEITSGARANTIE
TEXTIELREINIGING

2. Dienstverlening en markttrends

2.1 Veranderende marktwensen en digitale service

Ook in het afgelopen jaar zijn er vele belangrijke ontwikkelingen binnen textielverzorging en de periferie aan de orde. Ontwikkelingen die in meer of mindere mate invloed hebben op de sector en het bedrijf. Het is zaak ontwikkelingen in het vizier te hebben. Immers, als kijkt men naar de toekomst en de richting die men wilt gaan volgen. Welke ontwikkelingen of trends zijn de moeite waard om te volgen? We geven een kort overzicht.

Algemeen

Diverse maatschappelijke en economische ontwikkelingen hebben, zeker op langere termijn, hun invloed. De Nederlandse bevolking wordt ouder. De moderne ouderen van vandaag zijn zelfstandiger en welgestelder. Ze zijn actiever en reizen ook meer. Worden ze hulpbehoevend, dan worden ze langer in de thuisomgeving verzorgd. In de zorg-/verpleeghuizen is door personeelstekort de werkdruk enorm. Mantelzorgers vangen, naast hun andere verplichtingen, deze zorgbehoefte op. Daarnaast wordt geprobeerd om met ICT-toepassingen de medische zorg efficiënter te maken; patiënten leren omgaan met tablets, smartphones en apps.

De moderne jongeren leven deels in een virtuele wereld die beheerst wordt door social media en apps. Traditionele media als televisie, radio en krant worden steeds minder gebruikt. En vervangen door applicaties die precies dat brengen waar belangstelling voor is. Traditionele advertenties of reclameblaadjes bereiken die moderne jongeren niet. Een post op Instagram of Facebook, een tweet op Twitter of met een vlogkanaal lukt dat wel! Die jongere groeit ook op met Internet en het feit dat zowat alles thuis bezorgd kan worden. Ook is hij opgegroeid met de wasmachine. En kleding die zich makkelijker thuis laat wassen en daarbij soms nog eens erg goedkoop is....

Textiel en materialen

De diversiteit aan materialen neemt hand over hand toe. Schaarste van grondstoffen, maar ook duurzaamheid stimuleren deze ontwikkeling. Traditionele katoenteelt legt een zware claim op het milieu, alleen al vanwege het watergebruik. De productie kan de groei van de wereldbevolking ook niet bijbenen. Bio-of eco-katoen wordt steeds belangrijker. Net als alternatieve grondstoffen. Die al dan niet samen verwerkt worden tot een vezel en textiel. De nadruk ligt ook meer en meer op herbruikbaarheid en het terug winnen van die grondstoffen; circulariteit wordt steeds belangrijker. Ook het materiaal om textiel af te werken, te finishen, verandert voortdurend.

Nieuwe coatings worden bedacht om het textiel een andere uitstraling te geven qua vorm en/of uitstraling. Nieuwe of juist oude verfsoorten en technieken dienen zich aan. Zo is Indigo ineens populair bij ontwerpers die "Perfect Imperfection" als trend zien zitten. Een erg oude verfsoort die veel gradaties van diepblauw toont en naden en vegen laat zien als spoor van het maakproces.

Smart textiles of Intelligent textiles zijn er al in diverse vormen en voor diverse toepassingen. Steeds meer zal textiel voorzien worden van extra functies die ondersteuning bieden in het dagelijkse leven. Bijvoorbeeld het monitoren van lichaamsfuncties. Of de autorisatie van mensen regelen als het gaat om de toegang tot bepaalde ruimtes. Zeker ook werkkleding zal steeds meer functies krijgen om veiligheid en effectiviteit van medewerkers te verbeteren.

Op uw kompas varen!

We hebben hier erg kort enkele ontwikkelingen geschetst. Aan de hand waarvan u uw koers uit kunt gaan zetten. Er zijn tal van koersen te varen richting succes, als u de keuzes maakt die bij u en uw bedrijf passen én daarop uw processen afstemt. Het vinden van de juiste mix waarmee u uw klanten bedient is cruciaal. Vakmanschap en goed advies blijven een pijler, zeker in bedrijven waar persoonlijk klantencontact cruciaal is. Service kan op verschillende manieren ingevuld worden. Door servicepunten op de juiste plekken in te richten. Of door middels apps en een goede logistiek de klant super van dienst te zijn zonder dat hij van huis hoeft. Een klant die u met een mix van boodschappen en misschien wel een app kunt overtuigen van uw toegevoegde waarde. Gemak, ontzorging, vrije tijd.

Duurzaamheid omdat professioneel reinigen nu eenmaal tot drie keer toe duurzamer is dan de huishoudwasmachine. En nog duurzamer als we de "plastic soup" meenemen, veroorzaakt door de enorme hoeveelheid synthetische vezels die mensen thuis bij elke wasbeurt lozen in het milieu, en het feit dat u het stoomgoed ophaalt en bezorgt met een elektrische auto. Vakmanschap en goede informatie: verwachtingen managen.

Kortom, de massaliteit van ontwikkelingen kan overweldigend zijn en daarmee ook een verlamdend effect hebben. Maar als u die ontwikkelingen rustig op u in laat werken, zult u zien dat die massaliteit u juist ook een veelvoud aan aanknopingspunten en marktkansen oplevert, die u verzilverd als u uw klant op de juiste manier weet te bereiken met de voor hem juiste boodschap!

3. Dry Cleaning 4.0

3.1 Laundry on Demand - de digitale revolutie in textielreiniging



Er is onmiskenbaar een digitale revolutie gaande in de wereld van professionele textielverzorging. Zowel internationaal als in Nederland zijn tal van nieuwe concepten gelanceerd die middels een app op de smartphone een online wasservice aanbieden aan de particulier aan huis. Grootste verschil met een traditionele stomerijformule is de focus op de gehele wasmand in plaats van enkel de delicate P-kleding waardoor de marktpotentie enorm wordt verruimd.

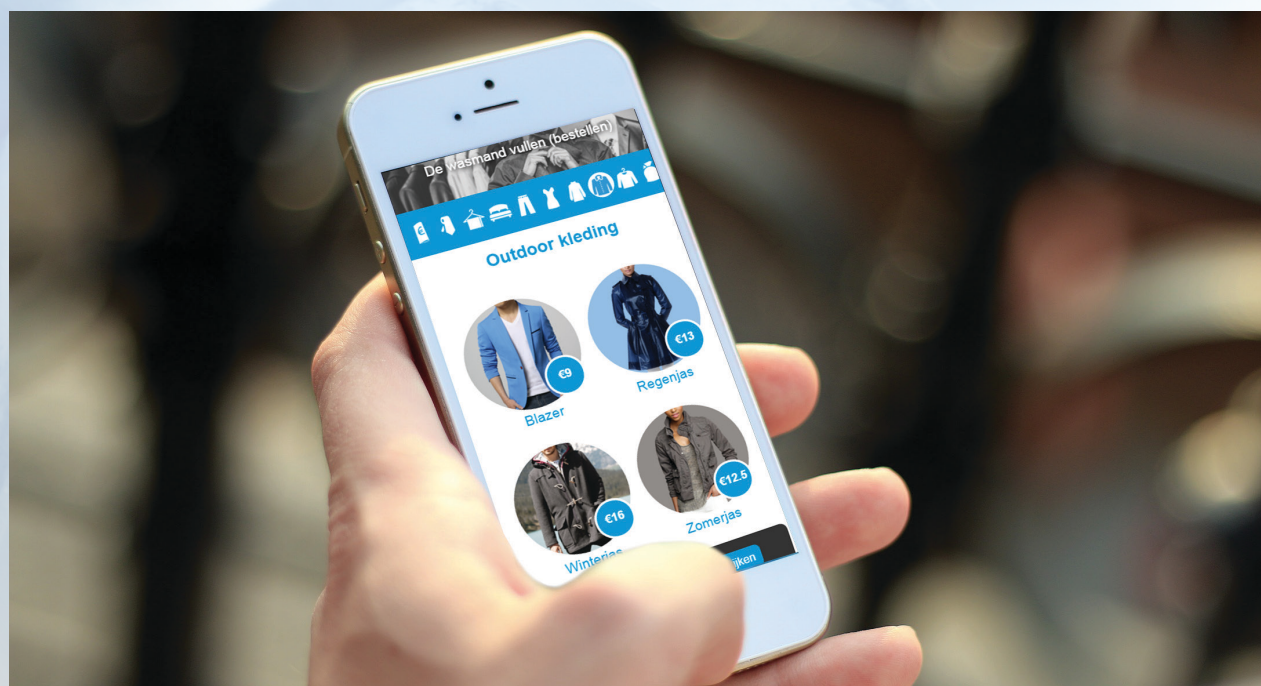
Niets is zo moeilijk als patronen doorbreken en de consument te overtuigen om (vastgeroeste) gewoontes te veranderen, zeker in een land waar wasgoed (zowel B2B als B2C) slechts voor 3-5% bij de professionele textielverzorger (wasserij of stomerij) uitkomt. Laundry on Demand gaat de uitdaging aan om die gewoontes te veranderen! De consument wordt via een landelijke digitale weg bekend met de kwaliteit en het gemak van professionele textielverzorging. NETEX is voornemens de bedrijven te ondersteunen met het certificeringsprogramma en zo het landelijke keurmerk meer onder de aandacht van de moderne particulier te brengen.

TexOnline

Texon Stomerij & Wasserij uit Tilburg heeft ongeveer een jaar geleden Texonline gelanceerd met een regionale on-demand haal- en brengservice in Tilburg en omstreken. De app Texonline biedt tijdsvakken van één tot twee uur en de klant kan bestellingen plaatsen tussen zeven uur 's ochtends en acht uur 's avonds. Vervolgens komt een vriendelijke chauffeur van Texonline met een nette, elektrische bedrijfsauto het textiel ophalen. Naast het bouwen van de app (wat niet over één nacht ijs ging) heeft Texon een leuk marketingplan in elkaar gezet met hulp van marketingstudenten. Door middel van sprekende beelden worden potentiële klanten over de app geïnformeerd. Overigens biedt Texon ook dienstverlening aan bedrijven en weet men raad met kledingreparatie en schoenenherstel. Een mooi initiatief. Deze app kan mogelijk ook worden gebruikt door partners in andere regio's.

Mr. Timesaver

Mr. Timesaver betreft het platform voor on demand bezorgservices in Den Haag en omstreken. Dit platform is volledig gericht op maximaal gemak en het creëren van vrije tijd voor klanten. Het platform besteedt het werk uit aan een kwaliteitsstomerij uit Den Haag en biedt zeer brede tijdsvensters tussen zeven uur 's ochtends en middernacht. Zo zijn er inmiddels vele voorbeelden van vooruitstrevend digitaal ondernemerschap.



3.2 Data2Move Laundry: Branche-initiatief voor optimaal datagebruik in textielverzorging

**DATA
2
MOVE**

LAUNDRY

Begin juli is TKT namens NETEX, FTN en CI-NET in de Data2Move-community gestapt (met zo'n 50 bedrijven uit verschillende branches) welke is opgezet door de TU/Eindhoven. Het initiatief heeft als doel om kansen voor optimaal gebruik van data in professionele textielverzorging te identificeren en implementeren. Door gebruik te maken van deze community krijgen NETEX-leden de mogelijkheid om een case of suggestie in te brengen en deze te laten uitwerken door studenten of Phd'ers.

Datamanagement lijkt voor sommige stomerij-bedrijven ver van de dagelijkse realiteit maar ongemerkt zit vrijwel ieder bedrijf op een schat aan data. Dit gevoel geldt voor een groot deel van het MKB-segment in Nederland. Onderzoek vanuit de KvK wijst uit dat bijna de helft van het MKB (44%) kansen ziet in (big) data-management maar dat de toepassing ervan uitblijft. Het ontbreekt ondernemers aan tijd, kennis en geld om zich in de data te verdiepen.

Het belang van data

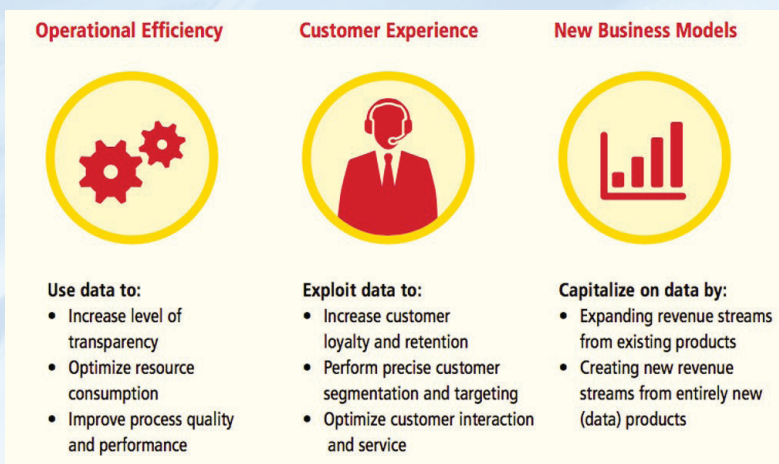
Hoe meer je weet over een bepaalde situatie of klant, hoe betrouwbaarder je nieuwe inzichten, kennis en voorspellingen kan doen over de toekomst. Hoofdzakelijk zijn er drie focusgebieden gedefinieerd om met data de dienstverlening te optimaliseren: procesefficiëntie, klantervaring en het ontwikkelen van nieuwe businessmodellen.

Stomerijen verzamelen meer data dan u misschien verwacht. Door gebruik te maken van POS-systeem (Point-Of-Sale), zoals SPOT worden procesgegevens en klantgegevens opgeslagen die een stomerij kan gebruiken om nieu-

we inzichten op te doen.

Zo kan een klant bijvoorbeeld automatisch herinnerd worden aan het feit dat het weer tijd is om het dekbed of de zomerjas te reinigen. Daarnaast kan software bijhouden hoe productief een reinigingsbedrijf is, waar in- en uitgaande goederen zich bevinden, terugbellen zoeken onthouden en facturering automatisch verwerken en uitsturen. Daarnaast worden er in toenemende mate externe databases gebruikt om het proces te optimaliseren. Hierbij kan bijvoorbeeld gedacht worden aan Google Maps of Waze om de logistiek te optimaliseren of het gebruik van de KvK Bedrijvenradar om nieuwe potentiële zakelijke klanten te vinden.

Dit is niet de enige bron voor data, er zijn vandaag de dag aardig wat stomerijen die middels digitale marketingkanalen (website, webshop, app, social media, Google Search, Google AdWords en Google Analytics) bruikbare data verzamelen. Met deze data worden belangrijke inzichten over klanten opgedaan en deze worden vervolgens gebruikt om nieuwe klanten met hetzelfde profiel gericht te benaderen op social media zoals Facebook. Sprekende voorbeelden zijn onder andere terug te zien in de markt voor reiniging van trouwjurken. Deze ontwikkeling staat echter nog maar in de kinderschoenen. Met de komst van Laundry on Demand zullen er nog veel ontwikkelingen in datagedreven marketing volgen.



4. Kwaliteit en certificering

4.1 Nieuwe aanpak 2018 inclusief CERCLEAN

NETEX
KWALITEITSGARANTIE
TEXTIELREINIGING

Nieuwe aanpak

Met de introductie van het programma "Schooner Produceren", dat in samenwerking met de overheid werd ontwikkeld, én vervolgens de opzet en uitwerking van het NETEX Milieucertificaat, laat NETEX al zo'n twintig jaar zien dat het zelfreinigend vermogen van de branche enorm groot is.

Door een actieve aanpak van NETEX en haar leden is een volstrekt veilige en duurzame werkmethode gerealiseerd. Toeleveranciers ontwikkelde inmiddels de "zesde generatie machines" en alternatieve reinigingsmethoden deden hun intrede. Een TNO kwaliteit studie kon vervolgens vaststellen dat professionele textielreiniging zo'n 2 tot 3 keer milieuvriendelijker is dan de huishoudwasmachine.

Met het NETEX Kwaliteitsgarantiecertificaat dat later geïntroduceerd werd, werd opnieuw een belangrijke stap gezet. Dit traject en bijbehorende audits stelt onder andere eisen aan arbeidsomstandigheden, de inrichting van de werkplek, het onderhoud van machines en instructies van medewerkers. Ook daarmee onderscheidt de branche zich positief! Het resultaat is navenant. Professionele textielreiniging maakt het verschil en is verreweg de meest duurzame en kwalitatief beste reinigingsmethode.

Veranderingen

Het is al vaker gezegd en geschreven. De wereld is veranderd. De techniek is veranderd. De consument is veranderd. Het textiel dat hij draagt is veranderd. En de veranderingen gaan in een steeds sneller tempo door.

Met het omarmen van deze vele veranderingen en nieuwe klanten, met meer omzet en nieuwe technieken is het belangrijk om het bedrijf goed op het spoor te houden. Om het bedrijf zo efficiënt mogelijk te laten draaien en klanten maximaal tevreden te stellen. Goede kennis van het eigen bedrijf is een must. Net als volledige beheersing van de processen. Goed getraind personeel en kwaliteitsmanagement.

Een goed kwaliteitsmanagementsysteem dat goed is ingebed in de dagelijkse praktijk, is de investering meer dan waard!

Omdat de sector en onze markt verandert, moet kwaliteitsmanagement mee veranderen. Meer inspelen op deze veranderingen. Rekening houden met nieuwe klantgroepen uit ook andere marktsegmenten, die hele andere eisen stellen dan de consument. Goed kwaliteitsmanagement betekent dat u hiervan op de hoogte bent en blijft. Dat u op de juiste "KPI's" kunt sturen en, waar nodig, kunt bijsturen.

Om deze reden wordt vanaf april 2018 Cerclean® het gecertificeerde kwaliteitsmanagementsysteem dat ook internationaal erkend is. Naast de bekende, vertrouwde eisen zijn binnen Cerclean® ISO 9001-eisen opgenomen. Waardoor het NETEX kwaliteitsmanagementsysteem zonder al te veel extra inspanning, extra gewicht krijgt.

Voor bedrijven die niet thuis zijn in kwaliteitsmanagement biedt Cerclean® een e-learning-programma dat iedereen begeleidt met het stap voor stap kennis maken met kwaliteitsmanagement en het opzetten van een kwaliteitsmanagementsysteem. Achtergrondinformatie en overzichtelijke formats bieden de helpende hand! En, er is altijd een brachedeskundige die uw actuele vragen kan beantwoorden en u met een goede advisering van dienst kan zijn.



4.2.1 Wim Meijer;

“Onderscheid in de markt en bedrijfsvoordeel grote plus!”

Jarenlang was hij een vertrouwd gezicht in Apeldoorn waar hij zijn bedrijf had. Daarna leerde collega reinigers hem kennen als hun vaste aanspreekpunt en auditor; vooral in het Noorden en Oosten. Hij bezocht jaarlijks de bedrijven in zijn regio. Om nieuwste ontwikkelingen door te spreken en toe te lichten. En om adviezen te geven. Niet alleen om een audit succesvol af te kunnen ronden. Maar gewoon om de bedrijfsvoering te verbeteren. Na dit jaren intensief gedaan te hebben, trad Wim terug als auditor om het wat rustiger aan te kunnen gaan doen.

Indirect voordeel

Een kwaliteitsmanagementsysteem levert direct financieel niets op aldus Wim. Je moet investeren, het meeste in tijd. En daar staat niet meteen iets tegenover. De kassa loopt niet voller. Maar door een kwaliteitsmanagementsysteem ga je bepaalde routines in het dagelijkse of wekelijkse werk opnemen, als vanzelfsprekendheid.

Per week vragen die routines misschien een kwartiertje werk. Een fractie van de totale arbeidsweek. Maar doordat voortdurend alles geregistreerd en nagekeken wordt, vallen afwijkingen meteen op, waardoor meteen actie ondernomen kan worden. Regelmatig de filters schoonmaken betekent dat de machine effectief en probleemloos blijft werken. Daardoor levert een kwaliteitsmanagementsysteem indirect wel voordelen op.

Meerdere wegen...

Natuurlijk zijn er meerdere wegen die naar Rome leiden. Een kwaliteitsmanagementsysteem is niet per se het ultieme middel. Maar het brengt wel structuur en discipline binnen een bedrijf. Er treedt geen verslapping op. Je wordt voortdurend gestimuleerd om duurzaam en veilig te werken.

De vraag is of bedrijven, ondernemers die discipline uit zichzelf op kunnen brengen?

Of dat de dagelijkse waan van de dag zorgt voor allerlei afleidingen, waardoor zaken blijven liggen. Op zijn beloop gelaten worden. En dus het zicht op de bedrijfsvoering vertroebeld raakt.

Onderscheidend vermogen

Een bedrijf dat de zaakjes op orde heeft, kan zich onderscheiden in de markt. De winkel kent geen stof en rommel en er hangen geen rare luchtjes. Daardoor voelt de klant zich snel op zijn/haar gemak, heeft vertrouwen dat het met de kwaliteit goed zit. De aandacht is meer op het product, dienstverlening en service gericht. Kortom, de klantbeleving is positief. En dat is het uitgangspunt voor een duurzame relatie. Continue monitoring, optimalisering van bedrijfsprocessen en het verbeteren van het kwaliteitsniveau zorgen ervoor dat dat uitgangspunt niet op de achtergrond verdwijnt. Want zoals bekend is, een klant winnen is één ding, maar een klant houden een ander ding.

Stilstand is achteruitgang

Met alle veranderingen en ontwikkelingen is het noodzakelijk dat ook de sector zich blijft ontwikkelen. En dus ook de kwaliteitssystemen die er zijn. Verdere professionalisering is nodig om het onderscheid te kunnen blijven maken. Bedrijven moeten zich blijven ontwikkelen om de concurrentie het hoofd te kunnen bieden. En om de steeds kritischer wordende klant tevreden te stellen. Dus ook in kwaliteitsmanagement moet een stap gezet worden. Met de introductie van Cerclean® heeft Wim er vertrouwen in dat deze stap gezet kan worden. Cerclean® stelt extra eisen. Maar juist nu is dat nodig. De basisvoorwaarden zijn met het NETEX Milieu- en Kwaliteitsgarantiecertificaat wel ingevuld. Nu is het tijd voor een plus, voor extra toegevoegde waarde. Ook hygiëenmanagement zal steeds belangrijker worden; de toename van besmettingsrisico's zal meer en meer om een basisplan voor hygiëne vragen.

Cerclean® maakt dit mogelijk. En kan bedrijven vooruit helpen. Zeker ook omdat goed geïnformeerde auditoren met veel vakkennis hen daarbij goed kunnen begeleiden.



Wim Meijer
Netex Auditor

4.2.2 Leo Wortman; “Kleine moeite, groot gemak!”

Leo Wortman is een bekend gezicht in de textielreinigers-wereld. Na verkoop van zijn bedrijf is hij volop actief gebleven binnen de branche. Enerzijds verricht hij hand- en spandiensten bij zijn voormalige bedrijf. Anderzijds zet hij zich actief in binnen NETEX. In de rol van auditor heeft hij ondertussen talloze bezoeken afgelegd voor audits, hercertificaties en/of deskundige adviezen.

Stap voor stap verbetering

Om audits goed te kunnen doen is ervaring en actuele vakkennis een must. Regelmatig bezoekt Leo daarom ook workshops en beurzen. Op deze manier kan hij de ondernemers die hij bezoekt voorzien van adviezen en ze zo helpen om hun bedrijf weer een stapje verder te brengen. Iets waar het bij certificatie en kwaliteitsmanagement helemaal om draait. Steeds weer stap voor stap het proces verbeteren en daarmee de efficiency.

Met KPI's meer grip

Dat certificatie en een kwaliteitsmanagementsysteem dat daaraan ten grondslag ligt, bedrijven allerlei voordelen brengt is nogal duidelijk volgens Leo. Tenminste, als kwaliteitsmanagement serieus wordt opgepakt en onderdeel is van de dagelijkse of wekelijkse routine. Door allerlei zaken structureel bij te houden, vallen afwijkingen meteen op. Kan een foutsituatie meteen gecorrigeerd worden. Dat voorkomt gedoe door uitval, extra kosten, textiel dat niet schoon is etcetera. Als je de goede KPI's vaststelt en die monitort, voorkom je dit en hou je grip op zaken.

Organiseren

Maar, zoals gezegd, dan moet kwaliteitsmanagement ingebed zijn in het bedrijf. En moet het niet zo zijn dat van audit naar audit gerend wordt om het certificaat maar te halen. Dat levert, behalve het certificaat, niet veel meer op dan onnodige onrust, omdat op het laatste moment alles in orde gemaakt

moet worden en achterstallig onderhoud en achterstallige (VOS-)administratie weggewerkt moeten worden. Op die manier is certificatie en kwaliteitsmanagement een investering die gewoon (te) weinig oplevert.

Direct voordeel

Het goed regelen van allerlei zaken levert het bedrijf directe voordelen op. Maar helpt ook om te voldoen aan allerlei wettelijke verplichtingen die ook in het certificatietraject verankerd zijn. Voorbeeld hiervan is de VOS-administratie die feitelijk altijd up to date moet zijn want een toezichthouder kan hier altijd om vragen tijdens een inspectiebezoek. Is de administratie bijgehouden, dan kan deze zo getoond worden. Hetgeen weer een plusje oplevert bij de toezichthouder. En tegelijkertijd geeft het het bedrijf inzicht en kan, in geval van afwijkingen, direct ingegrepen worden.

Meten is weten

Het opzetten van een kwaliteitsmanagementsysteem vraagt tijd en aandacht. Als het eenmaal geïntegreerd is in de normale bedrijfsvoering, zijn allerlei bedrijfsprocessen in beeld en kunnen KPI's gevolgd worden. Daarnaast wordt het inzicht in processen vergroot en komen mogelijke verbeterpunten in beeld. Meten is weten. En kennis is geld waard! Dat maakt een kwaliteitsmanagementsysteem al snel rendabel!

*Leo Wortman, Netex Auditor en cursusleider:
tijdens cursus Persen & Strijken*



5. Bedrijfsprofielen

NETEX
KWALITEITSGARANTIE
TEXTIELREINIGING

5.1 Stomerij Zevenbergen blijft uitbreiden



Al ruim 35 jaar timmert Stomerij Zevenbergen aan de weg. In die tijd is het bedrijf van stomerijwinkel in Oosterhout uitgegroeid tot een productiebedrijf in Zevenbergen met 48 medewerkers. Directeur Cees de Reus: "Als alles reilt en zeilt, zoek ik naar manieren om verder te groeien. Om het bedrijf nog gezonder maken." Recent werd er uitgebreid met een nieuwe dienst. En nog mooier: de volgende generatie staat al klaar.



Het overhemd wordt keurig afgewerkt

In 1999 liet De Reus het winkelconcept los en begon de opmars van zijn productiebedrijf. Ongeveer tegelijkertijd werd Stomerij.nl opgericht. De Reus: "Als lid van die coöperatie hebben we een enorme groei doorgemaakt met afgiftepunten in heel veel supermarkten en kiosken zoals Primera." Die groei is een constante en dat betekent dat De Reus blijft zoeken naar nieuwe bedrijfsmodellen. Met Stomerij Zevenbergen bedient hij de zakelijke en consumentenmarkt op het vlak van stomen en wassen. Met Totaal Textielservice richt hij zich specifiek op de zakelijke markt met een veel breder diensten- en productenpakket, waaronder verkoop van bedrijfskleding en schoonloopmatten.

Persoonsgebonden was

Iets wat het bedrijf in Zevenbergen nog niet deed was persoonsgebonden goed, maar dat is veranderd met de recente overname van een bedrijf in Roosendaal.

"Met 't Washuis richten we ons op zorginstellingen. Wij denken dat dit een heel belangrijke dienstverlening gaat worden in de toekomst, zeker met de toenemende vergrijzing. Zo groeien we dus niet alleen in volumes, maar ook in typen dienstverlening. We worden minder afhankelijk van één tak."

Milieuvriendelijk

De Reus heeft een duidelijke visie op de branche. "Je moet of heel groot zijn of je blijft heel klein en specialistisch. Je zult jezelf hoe dan ook moeten onderscheiden van de rest. Wij zoeken het in grote volumes, risicospreiding en het snel inspelen op nieuwe ontwikkelingen. Zo waren we met Stomerij.nl de eerste grote stomerij in Nederland die met 100% biologisch afbreekbare reinigingsmiddelen werkt."

Verjonging

Stomerij Zevenbergen draait prima. Zo goed dat ook de nieuwe generatie klaar staat om het stokje over te nemen. De dochter van De Reus, Denise, draait al een tijdje mee in het bedrijf. Eerst als vakantiewerker, inmiddels voor het 'echte', zoals ze zelf zegt. "Verjonging in de branche is nodig," stelt de Reus. "De branche was enorm aan het vergrijzen. Nu zie je gelukkig dat de jeugd wel weer interesse krijgt in dit vak, omdat ze zien dat er met dit type bedrijf een goede boterham valt te verdienen. Ze zien weer toekomst. Sterker: ze gaan steeds meer de kar trekken. Dat is prima: die generatie heeft een heel andere kijk op de branche dan wij. Ik ben dus heel blij dat Denise dit wil gaan doen. Maar: als ze over een paar jaar zegt dat ze toch liever iets anders wil gaan doen, dan is het even goede vrienden."



De nieuwe generatie staat klaar: Denise de Reus

5.2 Rotterdamse marketing bij JacobsClean: 'We leveren gewoon goed werk'

NETEX
KWALITEITSGARANTIE
TEXTIELREINIGING



De deur staat op een kier, ondanks het feit dat de temperatuur buiten net onder het vriespunt ligt. Die openstaande deur is misschien wel de beste reclame die Martin Jacobs kan maken voor zijn stomerij in Rotterdam. De klanten weten hem te vinden en ze waarderen het werk dat hij en zijn vrouw doen. Volgens Jacobs zelf is dat ook de enige manier om als stomerij te overleven.

Overleven. Dat klinkt zwaar. Maar Jacobs reageert zoals veel Rotterdammers: het is aanpoten. De mouwen opstropen en gewoon je werk doen. Jacobs steekt ook niet onder stoelen of banken dat het af en toe gewoon moeilijk is. „We hebben allemaal te maken met ups en downs. Maar we hebben wel gemerkt dat het al een tijdje op een laag vuurtje staat.” Niet dat Jacobs klaagt, dat zit niet in zijn aard. „De klanten kennen onze service. We doen bijvoorbeeld al jaren de reiniging voor een aantal zorginstellingen. Dat houd je niet vol als je geen goed werk aflevert.”

AOW

Veel bedrijven zetten dan volledig in op allerlei acties en marketing. Martin en Elisabeth Jacobs zijn daarin veel meer bescheiden, om verschillende redenen. De belangrijkste is misschien wel dat het echtpaar de pensioengerechtigde leeftijd heeft bereikt. „Mijn AOW komt al binnen,” lacht Martin. Het wordt dus echt tijd om aan een overdracht van de zaak te gaan denken, al wil Martin daar nog niet veel over kwijt. Voorlopig staat hij nog in zijn stomerij, samen met zijn vrouw, zoals ze dat al sinds 1984 doen toen ze de zaak zelf overnamen. Overigens was dat geen echte keus: „De zaak was net geopend. Toen heette het nog Texclean. Het liep niet lekker, de kosten waren te hoog. Ik kreeg de keus: overnemen of de keien op. Die keus had ik snel gemaakt.”



Martin Jacobs

Advertenties

Wat maakt JacobsClean bijzonder? Martin wuift de vraag direct weg. „We zijn helemaal niet bijzonder. We leveren gewoon goed werk, in een dagservice, ook op de depots. Dat is misschien wel bijzonder: veel bedrijven hebben geen dagservice op de depots.” Martin neemt het vak zeer serieus. Dat blijkt ook uit de diverse Netex-uitingen in de zaak. JacobsClean reinigt met KWL en heeft de zaken netjes op orde. Op de toonbank prijken de Netex-certificaten én een nominatie voor de marketingjaarprijs. Misschien is het meer klantenbinding, dan echt marketing.

„We hebben het allemaal wel gedaan, maar we waren altijd een beetje teleurgesteld in het resultaat. Zo'n paginagrote advertentie in een krant kost een vermogen, zonder dat het veel oplevert. We hebben ook acties gedaan zoals drie halen, twee betalen en kortingen. Weet je: mensen hebben het of niet. Daar verander je met acties eigenlijk niets aan.”



Stomerij JacobsClean

5.3 Groei door gastronomie in Zeeland bij De Zon

NETEX
KWALITEITSGARANTIE
TEXTIELREINIGING



Wie Zeeuws-Vlaanderen zegt, zegt al snel culinair genieten. Dit deel van Nederland, grenzend aan België, is toch Bourgondischer ingesteld dan veel andere delen van Nederland. Het levert ook stomerij en wasserij De Zon in Hulst een goed belegde boterham op.

Wat direct opvalt bij De Zon is het pand. Dat oogt nog nieuw en dat klopt. Ooit zat het bedrijf in Terneuzen, totdat Laurens Diehl hier noodgedwongen moest vertrekken vanwege bodemsanering. In Hulst kreeg hij gelegenheid om een nieuw bedrijf op te bouwen. „We zagen de stomerijomzet dalen, dus hebben we direct de kans gegrepen om meer business-to-business in te zetten.” De omzetzijding in de stomerij is overigens goed verklaarbaar. Het is het bekende verhaal van goedkopere kleding die sneller wordt vervangen en daardoor is er dus minder vraag naar stomerijdiensten. Diehl heeft dat strategisch opgevangen door het bedrijf op een andere manier in te richten.

Gesteven servetten

De keus om te mikken op de horeca en recreatie is een heel bewuste geweest, vertelt Diehl.



Laurens Diehl

„Gastronomie is heel groot in Zeeland. Misschien komt dat ook door het Belgische achterland: Belgen willen echt nog een gedekte tafel met een goede kwaliteit linnen. Dat zien we ook in Zeeland. Die beleving in een restaurant is heel belangrijk. Wij zitten in het hogere segment, de betere restaurants die echt iets over hebben voor die beleving en bijvoorbeeld mooi gesteven servetten op tafel willen hebben.”

Sexy vak

De Zon merkte dat veel horecaondernemers in Zeeland toch ontevreden waren over de service van wasserijen. „Daar zijn wij op ingesprongen. Juist omdat wij uit de stomerijwereld komen, zijn wij misschien ambachtelijker ingesteld. We doen ook geen bulktextiel. Klanten komen bij ons vanwege de service en niet omdat we de goedkoopste zijn. We zijn goed in wat we doen. Dan komt het erop aan of je iets wordt gegund, zeker in de horeca. Al die restaurants kennen elkaar. Als jij goed werk aflevert, dan gaat die gunfactor spelen. We hebben nu eenmaal niet het meest sexy vak. Het is gewoon een kwestie van een goed product.”



De horeca in Zeeland floreert: de machine wordt veelvuldig gebruikt

Volle hotels

De Zon blinkt volgens Diehl uit in servicegerichtheid. „We denken mee met de restaurants. Rond de feestdagen, bijvoorbeeld. Dan schalen wij al op en denken mee in de planning. Dat vinden ze fijn, omdat ze al genoeg aan hun hoofd hebben tijdens die dagen. Je wilt dan geen zorgen hebben over de schone was.” Dat maakt het verschil, al werkt de economie in Zeeland op dit moment ook erg mee. „Natuurlijk hebben wij het ook moeilijk gehad, maar in zo'n crisis leer je wel weer schakelen en dat het allemaal niet vanzelfsprekend is. Het gaat nu top: de hotels zitten ramvol, restaurants doen het goed. Dat merken wij ook. Het is de kunst om mee te kunnen groeien.” Maar of er al ruimte is voor een nieuwe uitbreiding, daar waagt Diehl geen voorspelling over te doen.

5.4 Propershop verheugt zich op goede toekomst in populair Amsterdam-Noord



Amsterdam-Noord wordt de place to be. Zeker nu de Noord/Zuidlijn klaar is, merkt het stadsdeel dat meer mensen hier willen wonen. Rob Raadsheer van de Propershop ziet de toekomst met veel vertrouwen tegemoet. Het winkelcentrum wordt opgeknapt en er komen nog 35.000 woningen bij. De Propershop is er klaar voor.

Rob Raadsheer laat een oud boekje zien. Het papier is vergeeld, een aantal pagina's laten los. 'Modelwasscherij De Lelie over het IJ', staat op de voorkant. Hier is het allemaal begonnen voor Raadsheer. „Ik ben er geboren, boven de wasserij,“ vertelt hij op weg naar de bovenverdieping. Hij wijst op de oude tegeltjes die gezamenlijk een voorstelling vormen van De Lelie. De tegels zijn nog afkomstig uit de oorspronkelijke wasserij. Het zijn deze tegels en de oude foto's die aan de tijd herinneren, de Propershop zelf is een moderne stomerij waarin de afgelopen jaren flink is geïnvesteerd.

Contact

De huidige shop in Amsterdam was de eerste Propershop die in 1970 werd geopend. De Lelie hield in dat jaar op te bestaan. „Mijn vader begon hier toen deze stomerij en hij had vanaf het begin de 1 uurservice.



Propershop is na de verbouwing een echte publiekstrekker geworden

Dat werd een 2 uurservice vanwege de drukte. Dat doen we nog steeds, ook op zaterdag. Tot 15.30 kunnen klanten hier hun textiel inleveren.” Via de uitgiftemachine voorin de winkel kan de klant zijn kleding dag en nacht ophalen, maar het brengen gaat altijd via de handen van Raadsheer. „Als mensen het komen brengen, dan wil ik contact hebben. Je moet zien wat je binnenkrijgt, dan kun je ook afspraken maken met de klant.”

Liftschacht

Bovendien vindt Raadsheer het belangrijk dat mensen zien hoe de stomerij echt werkt. „Sommige mensen denken echt dat het een kwestie van stomen is en klaar. Zo is het niet. Hier in de winkel zien ze wat er allemaal gebeurt: reinigen, strijken, persen, zelfs reparatie, noem maar op. Dan krijgen ze pas een idee wat een stomerij is en doet.” De Propershop heeft daarbij een serieuze publiekstrekker midden in de zaak: de feitelijke stomerij bevindt zich op de eerste verdieping. De kleding valt op een rail in een soort liftschacht naar beneden als de klant het in de winkel komt halen. Deze constructie is bedacht toen de zaak in 2013 werd verbouwd. Toen werd de bovenverdieping geplaatst met het ingenieuze transportsysteem.



Rob Raadsheer

Gebakjes

Die verbouwing had behoorlijk voeten in de aarde. Neem dat gerust letterlijk, want er was liefst 35.000 ton aan beton nodig om die verdieping te maken. „De vloer moest het schokken van de machines wel kunnen opvangen, anders stonden de gebakjes bij de buurman in de vitrines te schudden.” Na de verbouwing ontstond een mooie ruimte. „Ik ben hier meer als thuis, dus ik wilde die ruimte. In de winkel hebben we nu ook de mogelijkheid om bijvoorbeeld beenmode te verkopen. Iedereen zei dat ik dat niet moest doen, maar het is heel gemakkelijke handel. Mensen staan toch al bij je in de zaak en dan nemen ze heel snel toch een paar sokken of panty's mee. Dat was een prima beslissing.”

NETEX
KWALITEITSGARANTIE
TEXTIELREINIGING

6. NETEX werkprogramma

6.1 NETEXCARE

Zo'n zes jaar geleden nam NETEX afscheid van de Geschillencommissie Textielreiniging. Klachtenbehandeling was – gemiddeld genomen – veel te traag en te duur. Dus werd NETEXCARE als, vanaf dag één succesvol alternatief geïntroduceerd. Ook in 2017 werden weer een kleine 300 klachten behandeld; slechts in 19 gevallen werd een tweede fase (Formele beoordeling) aangevraagd. Een klinkend succes voor klantgerichte service.

Snelheid troef

Dat betekent dat in 93% van de gevallen de eerste fase volstaat om met een klant binnen maximaal twee weken tot oplossing van de klacht te komen. Dat is een goed resultaat! Vaak is die snelheid en voortvarendheid van belang om een klacht tot tevredenheid af te handelen. Een klacht afhouden of hierover in discussie gaan draagt in de regel niet positief hieraan bij. Ook niet aan het imago van de textielreiniger. Met een steeds mondiger wordende consument wordt goed klachtenmanagement een steeds grotere uitdaging.



Heldere verwachtingen wekken

Vakmanschap en kwaliteit worden automatisch, als vanzelfsprekend verwacht door de klant. Die er geen enkel begrip voor heeft als in zijn beleving een artikel er na de reiniging slechter uitziet dan voor de reiniging. Bijvoorbeeld omdat slijtage en weersinvloeden zichtbaar worden.

Als het artikel de reiniging niet goed heeft doorstaan, zal dat begrip van die klant nog minder zijn. Hij brengt het juist weg omdat hij het zelf niet mag of durft te reinigen. Met als resultaat toch een beschadigd artikel. Daar speelt het vakmanschap een grote rol. Belangrijk is dat de klant weet wat hij wel en wat hij niet mag verwachten. Of een reiniging wel of geen risico's met zich brengt en, zo ja, welke risico's. Beoordeling van de reinigingsvoorschriften, het etiket, is stap één. Maar een eigen beoordeling van het materiaal, de verontreiniging én de reinigingsmethode stap twee. Dat is juist die stap waarvoor de consument naar de professionele reiniger gaat.

Verwachting overtreffen

Goede, effectieve klachtenbehandeling kan zéér positief uitwerken op de klanttevredenheid. Als er niets aan de hand is als de klant zijn kleding op komt halen, zal de vlag niet snel uitgehangen worden. De klant krijgt wat hij verwachtte en waarvoor hij bij u kwam. Bij een klacht kunt u de verwachtingen van die klant overtreffen. En zijn/ haar eventuele teleurstelling en ontevredenheid wegnemen. Door samen met de klant tot een oplossing te komen; zijn/haar probleem ook het uwe te maken. Wat niet wil zeggen dat u de klant altijd gelijk moet geven. Aan de toonbank tot een oplossing proberen te komen en in overleg vervolgstappen af te spreken én te zetten, is het juiste vertrekpunt voor een tevreden klant en herkansing voor een volgende reinigingsbehandeling.

6.2 BOSATEX

NETEX
KWALITEITSGARANTIE
TEXTIELREINIGING

BOSATEX

bodemsanering textielreiniging

De Stichting Bosatex is binnen Nederland een uniek voorbeeld van een privaat initiatief en samenwerking met de overheid. Om textielreinigers te helpen bij het saneren van historisch verontreinigde bodem, is Bosatex opgezet. Niet alleen begeleidt Bosatex het onderzoek en de hele sanering, maar wordt ook voorzien in een financieringsregeling zodat bedrijven kunnen blijven voortbestaan. Immers, het saneren van een 30 tot 50 jaar oude verontreiniging kan enorm in de papieren lopen.

Met deze unieke operatie dient Bosatex nog steeds als voorbeeld en heeft de stichting volop bijgedragen aan een goed imago van de sector. Meer informatie is te vinden op www.bosatex.nl.

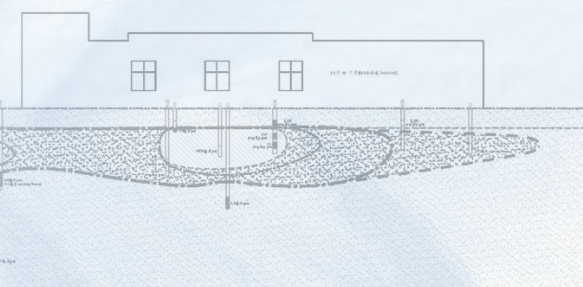
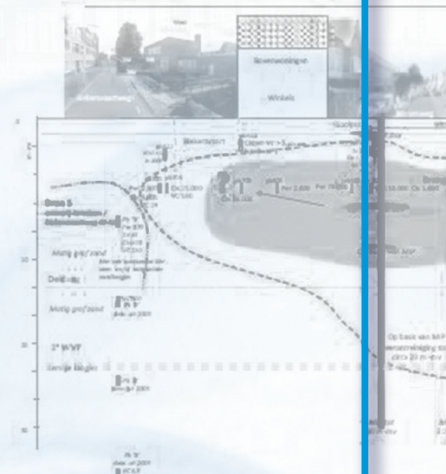
Verkoop van uw pluim

Bosatex presenteerde vorig jaar tijdens het Laundry Experience Event 2017 in Helmond het boek "Verkoop uw pluim!". Dit ter gelegenheid van de afronding van de eerste fase waarin meer dan 300 locaties volledig gedocumenteerd, onderzocht én/of gesaneerd werden. Een beperkt aantal locaties moet nog gesaneerd worden.

Kenniscentrum

Bosatex heeft zich ontwikkeld tot het kenniscentrum als het gaat om bodemsanering binnen de textielreiniging. De stichting kent naast een aantal vaste, gespecialiseerde medewerkers een heel netwerk aan deskundigen. Bosatex onderhoudt alle contacten met belanghebbenden en overige stakeholders. Dat kunnen bijvoorbeeld ook bewoners zijn die in de buurt van een locatie wonen.

Met informatieavonden en bewoners-bijeenkomsten informeert Bosatex deze groep. Duidelijke en praktische informatie over achtergrond, aanpak en de effecten die dat (tijdelijk) bij de werkzaamheden op de omgeving heeft.



6.3 Communicatieplan 2018

NETEX
KWALITEITSGARANTIE
TEXTIELREINIGING

Convenience en gemak

Om deze generatie de stomerij in te krijgen, vraagt om een andere aanpak vanuit de sector. Vandaar dat NETEX diverse initiatieven ondersteunt zoals bijvoorbeeld Laundry On Demand. De klant vraag vooral convenience en gemak. Kleding en textiel zorgeloos schoon weer kant en klaar in de kast. De hoogste kwaliteit tegen een aantrekkelijke prijs.

24/7 online

In 2018 zal ook veel aandacht besteed worden aan nieuwe ontwikkelingen binnen de branche waarbij met name "digitale klantbediening" een grote rol speelt. Vakmanschap, kwaliteit en service blijven een eerste vereiste voor een tevreden klant en een succesvol bedrijf. De nieuwe klant van vandaag is heel anders opgegroeid en kent een totaal ander leven dan zijn ouders en grootouders. Staat totaal anders in de wereld en communiceert op hele andere manieren. Smartphones, I-pads, social media en apps zijn de manieren om met andere in verbinding te zijn. 24/7.

Maximale duurzaamheid

Professionele textielreiniging is maar liefst twee tot drie keer milieuvriendelijker dan de huishoudwasmachine thuis. Uw kleding blijft beduidend mooier en gaat veel langer mee. Kortom, u bent verzekerd van het beste resultaat voor u zelf en voor het milieu.

PR-acties

Eén van de succesvolle acties in dit verband was de "dekbeddenactie" die afgelopen jaar voor de tweede keer uitgerold werd. Leden reageerden enthousiast en merkten dat klanten daadwerkelijk "productie" kwamen brengen. Daar waar de omzet uit kleding onder druk blijft staan, zorgen dit soort acties voor compensatie. Dus ook dit jaar worden er dergelijke acties georganiseerd.



6.4 Workshops

Afgelopen jaar stonden twee thema's centraal, namelijk Digitale Marketing en Data 2 Move. Digitalisering is actueel en is dé weg om de jonge, moderne, multimediale consument te bereiken. Interactief werden kennis en ervaring uitgewisseld en werden praktische tips gegevens om dit in de dagelijkse praktijk ook te realiseren.

In 2018 zijn ook diverse workshops gepland. Om te beginnen tijdens de Workshopdag 2018 al een tweetal. Een workshop "Uw keuze in oplosmiddelen & natreiniging" en een workshop "Digitalisering & Laundry On Demand". Andere actuele workshops in 2018 zijn "Kostprijs", het nieuwe calculatietool als centraal thema alsmede de aangepaste RI&E en Arbocatalogus.

Ook omtrent Cerclean®, het nieuwe kwaliteitsmanagementprogramma van NETEX, wordt een workshop ingepland. Het continu verbeteren van bedrijfsresultaten staat daarbij centraal.



6.5 TCT Opleidingen; “Masters in PTC”

TCT verzorgt al jaren de vakopleidingen van en voor de branche, inmiddels grotendeels via Internet en e-learning. Een eigentijdse leermethode die cursisten meer flexibiliteit en vrijheid geeft. Maar de branche is in beweging. Nieuwe ontwikkelingen dienen zich aan. Nieuwe oplosmiddelen, nieuwe machines, nieuwe werkmethoden. Meer kwaliteitsbesef. Schaalvergroting. Digitalisering. En, zeker zo belangrijk, een nieuwe generatie textielreinigers die aan het instromen is. TCT speelt hierop in en zorgt er voor dat het opleidingsprogramma aansluit op deze ontwikkelingen en de opleidingsbehoefte van bedrijven.

Business as usual

Natuurlijk blijft TCT haar kerntaak uitvoeren, namelijk het verzorgen van trainingen. De diverse vakopleidingen blijven onverminderd in de belangstelling staan. De e-learningtrainingen worden doorgaans afgerond met een praktijkdag. Met meerdere collegae wordt de theorie aan de hand van de praktijk doorgenomen. Dit levert meer inzicht en vaardigheid. Maar ook de mogelijkheid om met medecursisten kennis en ervaringen uit te wisselen met gelijkgestemden. Kortom; maximaal gemak, minimale kosten en vaak met inzet van een aantrekkelijke verletkostenregeling.

Het Meestercertificaat Textielreiniging “Master in PTC” kent grote belangstelling. Al meerdere jongere textielreinigers behaalden het Meestercertificaat; daarmee laten zij zien alle aspecten van het vak te beheersen. Zodat de kernwaarde van textielreiniging bewaakt wordt, namelijk het leveren van optimale kwaliteit. Omdat onder meer diverse procestechnieken, machineveiligheid maar ook managementaspecten aan bod komen, nemen efficiency én veiligheid toe!

Wettelijk kaders en eisen

TCT biedt naast de echte vaktechnische opleidingen ook trainingen die bedrijven helpen te voldoen aan wettelijke eisen. Voor textielreiniging is dit met name de BHV-training. Ook hiervoor geldt dat deze op verschillende manieren aangeboden wordt. Op verzoek kan een speciale training georganiseerd worden voor een groep bedrijven met extra aandacht voor specifieke onderwerpen die aan de stomerij gerelateerd zijn.

Maar ook het individueel volgen van een training op een locatie dicht bij het bedrijf is een optie. Overigens geldt voor alle trainingen en cursussen dat TCT maatwerk biedt.

Op naar 2020

Speerpunt binnen TCT blijft het bevorderen van kennisoverdracht en professionaliteit binnen de branche. Dus de vakcursussen worden continu up to date gehouden. Daarnaast worden nieuwe trainingen samengesteld die inspelen op de nieuwe manier van zakendoen en moderne bedrijfsvoering. Vooral gaat het hier om de digitale media en communicatietechnieken als social media maar ook apps voor klantbediening.

Kwaliteitsbeheersing wordt steeds belangrijker. Vooral omdat de zakelijke markt steeds belangrijker wordt voor de sector. Deze markt stelt andere eisen, maar moet zelf ook voldoen aan wettelijke eisen, op het vlak van hygiëne maar ook Arbo en veiligheid. Goed kwaliteitsmanagement helpt u om hier zicht op te krijgen, zodat u het textiel kunt reinigen volgens geldende wettelijke eisen of richtlijnen en daarmee uw klanten kunt helpen!

TCT heeft ook e-learningmodules voor kwaliteits- en hygiënemanagement. Naast de grondbeginselen van kwaliteitsmanagement worden alle deelprocessen binnen textielreiniging behandeld. En kan stap voor stap een eigen kwaliteitsmanagementsysteem ontwikkeld worden. Allerlei formats die als voorbeeld dienen kunnen aangepast worden naar het eigen bedrijf. Omdat steeds deelprocessen centraal staan kunnen ook medewerkers, die (mede-)verantwoordelijk voor zo'n proces zijn, zo'n onderdeel doorspitten en kennis opdoen. Of zelfs dit deel van het kwaliteitsmanagementsysteem opzetten.



TRAININGCENTRUM
TEXTIELVERZORGING

NETEX
KWALITEITSGARANTIE
TEXTIELREINIGING

7. Branche Informatie

7.1 Branche-enquête

Het is soms een vreemde gewaarwording als geluiden die waarneembaar zijn, niet terugkomen in cijfers. Ondernemers zijn, net als vorig jaar, op het moment weer wat optimistischer. Maar kijken we naar sommige cijfers over 2017 ten opzichte van 2016, dan zien we dat optimisme niet tot uiting komen. Kort samengevat stijgen omzetten en marges nog niet zo hard. Eén van de oorzaken zou kunnen zijn dat er blijkbaar nog geen ruimte lijkt te zijn voor prijsstijgingen als gevolg van de concurrentiedruk die merkbaar is. Misschien is er sprake van een na-ijleffect en zien we het positieve geluid van nu terugkomen in de resultaten van de branche-enquête 2018!

7.1.1 Omzetten, prijzen en marges

Kijken we naar de aantallen orders, dan zien we dat bij een derde van de respondenten een stabiele situatie. 8% noteert een stijging; 16% ziet een daling. Opvallend is dat ook een derde van de respondenten deze informatie niet bijhoudt.

Dit beeld vertaalt zich niet naar de omzetten. Bijna 42% noteert een gelijkblijvende omzet. Echter, 50% een lagere. En 8% een hogere omzet.

Prijzen bleven over vrijwel de gehele linie gelijk ten opzichte van 2016. Blijkbaar kunnen betere economische omstandigheden niet vertaald worden in een hoger prijsniveau waardoor omzetten en marges positief gestimuleerd zouden kunnen worden. Die marges zijn voor 41% van de respondenten gelijk gebleven, voor 16% gestegen en voor 25% gedaald.

Qua omzetklassen stijgt het aandeel van de klasse

tot € 115.000,- met 5% naar 33%. De klasse € 115.000,- tot € 160.000,- blijft met 8% stabiel. De klasse € 160.000,- tot € 230.000,- neemt af en gaat van 11% naar 8%, hetgeen ook geldt voor de klasse € 230.000,- tot € 340.000. De daarop volgende klasse van € 340.000,- tot € 460.000,- maakt een sprong en gaat van 6% naar bijna 17%. Ook de klasse € 460.000,- neemt toe van 17% naar 25%.

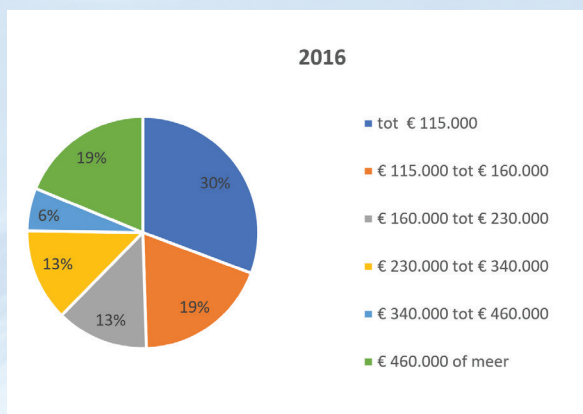
7.1.2 Ontwikkeling marktsegmenten

58% van de respondenten wil in andere marktsegmenten actief gaan worden. 25% wil uitbreiden naar twee of meer marktsegmenten. Industrie trekt de meeste belangstelling (42%) gevolgd door horeca en gezondheidszorg (beiden 25%). De vraag is welke uitwerking dit zal hebben. Deze marktsegmenten kennen andere verhoudingen en bijvoorbeeld prijzen. Kwaliteitseisen liggen op een ander (hoger) niveau. En nieuwe initiatieven die enthousiast door de leden worden ontvangen, duiden er op dat de consumentenmarkt zeker nog niet opgegeven wordt!

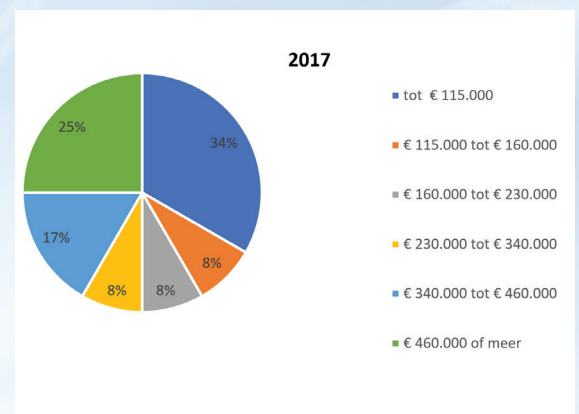
Openingstijden en locatie

Hierin zien we weinig verschuivingen. De meeste bedrijven kennen een dagopening van maandag tot en met zaterdag. 41% is op zaterdag een halve dag open; 33% een hele dag en het resterende aantal is op zaterdag niet open. Openingstijden kennen een enorme spreiding, variërend van 06.00 uur in de ochtend tot 14.00 's middags en 08.00 uur in de ochtend tot 21.00 uur 's avonds.

De zogenaamde A-locatie, een winkel of depot in



Verdeling bedrijven naar omzetklassen



Verdeling bedrijven naar omzetklassen

het winkelcentrum van een binnenstad, heeft nog steeds de voorkeur van de meeste ondernemers. Gevolgd door een winkelcentrum buiten het stadscentrum.

Reinigingstechnieken

De komende jaren zakt het aandeel van "PER" maar minder snel dan misschien verwacht. Het aandeel blijft redelijk stabiel de komende jaren. De aandelen van KWL en natreiniging dalen naar verwachting licht. Alternatieve vloeistoffen/technieken groeien qua aandeel nauwelijks. Natwas plust de komende jaren zo'n 8%. Met de verschuivende belangstelling naar zakelijke marktsegmenten zal deze laatste trend sterker worden.

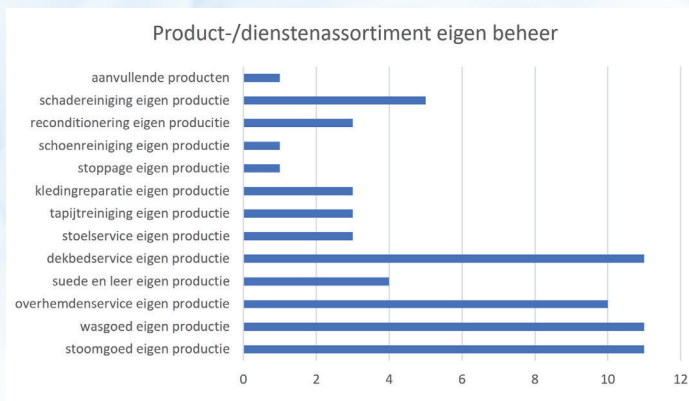
Marketing en advertising

Internet en social media lijken in het algemeen dé media om doelgroepen te bereiken. Zeker in een tijdperk waarin iets als loyaliteit van de consument nauwelijks meer lijkt te bestaan. Opvallend is dan ook dat bijna 60% van de bedrijven zegt geen marketingbudget te hebben. 25% gebruikt advertenties in huis-aan-huisbladen en ook sponsoring als reclamedrager. Ook de dagbladadvertentie pakt met 33% nog een groot aandeel. Wel geeft 41% van de respondenten aan met Facebook te werken waarmee het aandeel "social media" weer is gegroeid. Andere vormen als "click per pay marketing" met bijvoorbeeld Google Adwords wordt door 16% van de respondenten ingezet. Echter, als het gaat om het inzetten van eigentijdse media(-kanalen), dan kan nog een stap gezet worden!

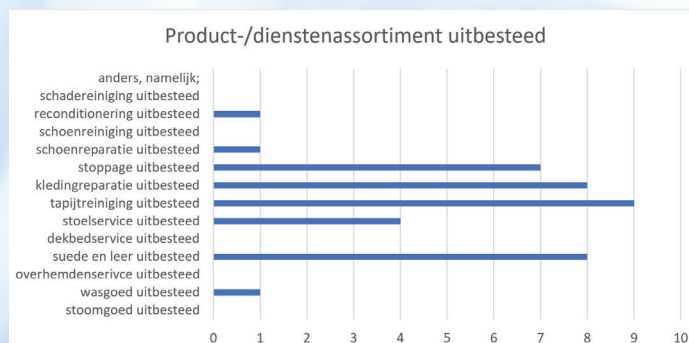
7.1.3 Overig

Dit jaar is voor het eerst navraag gedaan naar de gemiddelde leeftijd van de ondernemers. En of zijn voornemens zijn binnen nu en drie jaar met pensioen te gaan. 33% wil inderdaad binnen nu en drie jaar met pensioen en wil ook graag in contact komen met potentiële kopers. Met het oog op het langer moeten werken, is de leeftijdsopbouw van het personeelsbestand ook een interessant gegeven. Met gemiddeld 43,5 jaar is het personeel redelijk op leeftijd.

De meeste werknemers zijn vrouwen die minder dan 20 uren per week werken. Op de voet gevolgd door vrouwen die tussen de 20 en 36 uur werken.



Aangeboden producten / diensten in eigen beheer



Aangeboden producten / diensten uitbesteed

20% van het personeel is man en werkt full time. Het aantal full time werkende vrouwen haalt net niet de 10%.

Onder de respondenten heeft 77% geen plannen om uit te gaan breiden. Ook verhuizen zit niet in de planning; hierover zijn alle respondenten het zelfs unaniem eens! De investeringen in ICT en aanverwante zaken staan op een laag pitje; 57% zegt het niet nodig te vinden dan wel reeds geïnvesteerd te hebben. Kijken we dan naar het gebruik, dan zien we dat ICT vooral ingezet wordt voor administratie en klantenbeheer en in mindere mate voor logistieke planning. 41% gebruikt email en social media.

7.2 Bestuur en commissies 2017

Bestuur

Dhr. A.F. Goutier (voorzitter)
Mevr. A.M.A. Peters-Kooiman
Dhr. A.C. Alblas
Dhr. M.A.J. Hetem (penningmeester)
Dhr. N. Pols
Dhr. P.N.M. Wennekes (secretaris)

PR/MEEZ Commissie

Dhr. A.F. Goutier (voorzitter)
Dhr. T. Jonkhout
Mevr. J. de Rooi
Dhr. L.P. Wennekes

RTMG Commissie

Dhr. F. Sijmons
Dhr. A.C. Alblas (voorzitter)
Dhr. B. Bielschowsky
Dhr. J. Meijer
Dhr. T. Goutier

AVC Commissie

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

Stichting TCT

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

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

Mevr. J. de Rooi
Dhr. P.N.M. Wennekes

CINET

Dhr. A.C. Alblas



7.3 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 b.v.	Postbus 3	PRINSENBECK
DD&A	Visserspad 3A	KROMMENIE
De Roosendaalse Stomerij	President Kennedylaan 152	ROOSENDAAL
Dry Cleaning Center Textielverzorging	Kerketuinenweg 73	DEN HAAG
Dry Cleaning Ocean	Weissenbruchstraat 47	DEN HAAG
Dutch Drycleaners B.V.	Vijzelstraat 59	AMSTERDAM
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 VOF	Rigoletto 61	CAPELLE a/d IJSSEL
Kwaliteitsstomerij Caronette	Laanstraat 107	BAARN
Kwaliteitsstomerij Good-Clean	Koedijk 44	LOCHEM
Kwaliteitsstomerij Mengelers B.V.	Langheckweg 12	KERKRADE
Kwaliteitsstomerij Propernette	Brugstraat 10	RAALTE
London Dry Cleaning B.V.	Staringstraat 21c	NIEUW VENNEP
Medo Clean B.V.	Dorpsstraat 31	KOUDEKERK A/D RIJN
Mondial Express	Postbus 886	APELDOORN
Odinette	Hogestraat 7	DRUTEN
Palthe Stomerij Green Cleaning Veenendaal	Zandstraat 5	VEENENDAAL
Palthe Den Haag	Laan van Meerdervoort 437	DEN HAAG
Palthe Green Cleaning	Parkweg 85	EDE
Pamba Textielreiniging B.V.	Veemarkt 47	AMSTERDAM
Panda stomerij	Bruinings Ingenhoeslaan 24	VOORBURG
Propershop Amsterdam B.V.	Buikslotermeerplein 154	AMSTERDAM
Rentex Floron	Koopman Heeresweg 2	BOLSWARD
Silk and Satin Bruidsmode-reiniging	Pottenbakkerstraat 39F	ASSEN
Single Clean 2000 B.V.	M.J. van Olmstraat 16	WINSCHOTEN
Sonse Stoom-Erette	Nieuwstraat 48 B	SON
Sterren dienstverlening	Modemstraat 12	AMSTERDAM
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 City Cleaning	Baanstraat 11	UTRECHT
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 Etten Leur	Hof van den Houte 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 Mirza h.o.d.n. Palthe	Laan van Meerdervoort 437	DEN HAAG
Stomerij Mont Blanc	Imkersplaats 9	APELDOORN
Stomerij Nico Pols V.O.F. (Bubble & Stitch)	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	RAAMSDONKSVEER
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 Zeelenberg	Nieuwe Binnenweg 279	ROTTERDAM
Stomerij Zeyrek	Gildermeestersplein 302	ARNHEM
Stomerij.nl	Postbus 83	HARDENBERG
Stomerij-Wasserette Clean Center	Doude van Troostwijkstraat 67	ABCOUDE
Stoomwasserij Jan Bos & Zn.	Dommelse Weg 38	VALKENSWAARD
't Stoomhoekje	Kastelenplein 82a	EINDHOVEN
Texon Textielreiniging	Molenstraat 43	TILBURG
Texsana Textielreiniging	Oostzeedijk Beneden 233-235	ROTTERDAM
Textielverzorging Van den Elshout	Scheldestraat 18	OSS
Topcleaning Harderwijk B.V.	Fahrenheitstraat 50	HARDERWIJK
Topcleaning Kampen	Haatlanderdijk 6a	KAMPEN
Van Hal Stomerij	Slootsekuilen14-16	HELDEN-BERINGE
Veldkamp wassen en stomen	Fred. Hendriklaan 252	DEN HAAG
Wasserij Stomerij De Kim B.V.	Pater Ullingstraat 13	BUDEL-SCHOOT
Wasserij/Stomerij DingJan	Rooseveltstraat 7	LEIDEN
Wasservice Botlek v.o.f.	Kaaistraat 4	SPIJKENISSE
Westlandse Kwaliteit Stomerij	Fuchsiastraat 134	DEN HAAG

Geassocieerde leden 2016

Cole & Wilson
Kreussler
Landuwasco
Miele Nederland BV
Polymark B.V.
Renewi Nederland B.V.

Afrikalaan 182
Seoellaan 14
Bellstraat 10
Postbus 166
Postbus 1212
Leigraaf 55

GENT (B)
NIEUW-VENNEP
VLAARDINGEN
VIANEN
NIEUWEGEIN
TWELLO



NETEX

KWALITEITSGARANTIE
TEXTIELREINIGING



**Professionele textielverzorging
maakt het verschil!**