

Vor neuen Herausforderungen

Im Markt für Berufskleidungs-Leasing zeichnen sich Entwicklungen ab, die den Markt wie nie zuvor nachhaltig verändern werden. Vergleichbar ist dies mit anderen Dienstleistungsmärkten, in denen auffallende Strukturveränderungen wahrgenommen werden, zum Beispiel in der Bankenwelt, bei Versicherungen, Telekommunikation oder Logistik. Branchen-Experte Volker Kamm fasst die Branchen-Trends für WRP einmal zusammen.

Nach den goldenen Boomjahren der Wiedervereinigung bis Ende der 90er Jahre kommt es jetzt zu auffallenden Konsolidierungen im Berufskleidungs-Leasingmarkt. Die großen internationalen Anbieter setzen auf unterschiedliche Wachstumsstrategien mittels Akquisition, Preiswettbewerb oder Verdrängung. Das Überangebot drückt auf Preise und Margen, die Vertragssubstanz schmilzt durch Preisverfall, Kündigungen, Fusionen, Verlagerungen sowie Insolvenzen. Auf der Nachfrageseite ergeben sich zudem Tendenzen, die zu einem nachhaltigen Umdenken in der Branche führen werden. Diese Entwicklungen können in fünf hauptsächlichen Entwicklungsrichtungen skizziert werden:

Tendenz 1: Die Arbeitswelt verändert sich rapider denn je

Deutschland wandelt sich zunehmend vom Herstellerland zur Dienstleistungswirtschaft. Seit 1995 sind im verarbeitenden Gewerbe 35 Prozent der Erwerbstätigen weggefallen. Dieser Trend wird sich fortsetzen. Berufskleidungsintensive Branchen wie die Schwerindustrie werden sich weitgehend aus Deutschland verabschieden. Die Bauindustrie hat in den letzten zehn Jahren mehr als 50 Prozent seiner Beschäftigten abgebaut. Nicht Stammbesetzungen erledigen die Aufträge, sondern auftragsbezogen werden Subunternehmer eingemietet, für schwere und schmutzige Tätigkeiten oft ausländische Kolonnen. Es gibt bereits jetzt viele virtuelle Firmen, die Hunderte von Mitarbeitern kurzfristig einmieten, nach Abschluss wieder abmieten. Wer kleidet solche Gruppen ein und wieder aus?

Die klassischen Anwendergruppen in den Branchen Nahrungsmittel, Pharma, Automobil, Maschinenbau werden weiterhin Bedarf an Mietkleidung haben, die Mitarbeiterzahlen werden sich jedoch deutlich vermindern.



Moderne Berufskleidung: Multimaterialien, viele Funktionen und Taschen, schnelle Verschlüsse,

Berufsbilder verändern sich. Die frühere Konditorfachverkäuferin, mit Spitzenbluse, Rüschenkleid und Vorbinder, wird heute durch die 400-€-Schülerin ersetzt. Flexibel einsetzbar, von Filiale zu Filiale reisend, ausgestattet mit T-Shirt und Bistroschürze. Deren Pflege muss selbst übernommen werden. Ein Markt für Leasing?

Tendenz 2: Der mobile Mensch

Der Übergang zur Dienstleistungsgesellschaft verändert das Arbeitsverhalten. Den festen Arbeitsplatz wird es immer weniger geben, die Dienstleistungen werden beim Kunden erbracht (gilt übrigens besonders für Mietkleidung). Hohe Mobilität, wechselnde Einsatzorte, Schichtdienste, Wochenendeinsätze werden zur Normalität. Wie bereits in den angelsächsischen Ländern üben Menschen bald zwei bis drei Jobs gleichzeitig aus. Wie kommt die Kleidung da hinterher? Wann und wo wird die Mietkleidung übergeben? Wo liegt das berühmte Wechselstück? Wo übernimmt der Monteur seine fünf Hemden für die Woche, wenn er seine Einsatzbasis nur alle vier Wochen besucht?

Einige Dienstleistungsbereiche (Autovermietungen, Hotels, Wachdienste) haben Fluktuationsraten von über 100 Prozent pro anno. Wer stattet die Träger aus und sammelt die Kleidung gleich wieder ein? Der Corporate-Fashion-Bereich erfordert individuelle Anpassungen, wo bleibt dann der gekürzte Rock von Frau Mustermann? Logistik und Kommunikation für den Träger müssen intensiviert werden, wenn es nicht zu einem stockenden Prozess kommen soll, der beide Seiten nicht erfreut.

Tendenz 3: Der Anspruch für Berufskleidung nimmt zu – und gleichzeitig ab

Wie viele andere gesättigte Märkte auch, driftet der Markt für Berufskleidung auseinander. Zum einen wächst der Trend

zur funktionellen Berufskleidung. Die blaue Latzhose ist out, die Funktionskleidung à la Leisurewear ist in. Neue beschichtete Gewebe, Membranen, Fleecebesätze und farbige und/oder funktionelle Applikationen halten Einzug. Hochwertige Verarbeitung mit dreifachen Kappnähten, unzähligen Taschen und benutzerfreundlichen Verschlüssen (Klett-, Reißverschlüsse, Clips und Magnet) prägen den Standard. Die nächste große Welle wird Wetterschutzkleidung in four-in-one-Modellen mit ab- und einzipbaren Teilen, Mehrschichtlaminate, intelligenten Geweben und Reflexstreifen sein. Die Konfektionäre, überwiegend in Südostasien, nehmen jedoch keine Rücksicht auf Waschbedingungen der Leasinggesellschaften. PSA Kleidung nach EU Norm erfordert zudem spezielle Behandlung. Deshalb werden die Leasinganbieter sich in der Bearbeitung anpassen müssen, wenn dieser Markt nicht an ihnen vorübergehen soll. Der gute alte Druckknopf, so geliebt, wird nur noch in Einfachstkleidung erhalten bleiben.

Das andere Extrem ist der Trend zur günstigen Activewear. Polos, T-Shirts, Sweatshirts in allen möglichen Farben, Formen und Materialien, dazu Schürzen - schon ist das Corporate Outfit fertig. Schnell beschafft, durch Bedrucken einfach individualisiert und hochaktuell (eventbezogen, siehe WM!). Die Beschaffungskosten liegen deutlich unter 10 Euro, die Pflege übernehmen in der Regel die Träger. Lieferanten findet man überall: im Internet, bei unzähligen Kataloganbietern oder im Copyshop um die Ecke, der bedruckt alles in buntesten Farben und Formen, nur nicht waschfest nach industriellem Standard. Ist auch nicht nötig, denn die Halbwertzeiten bei diesen Artikeln liegen bei wenigen Monaten (und nicht bei 156 Wochen). Geht der Markt an der Mietkleidung vorbei?

Tendenz 4: Am Besten keine Bindung

Die Vermietung von Berufskleidung funktioniert wirtschaftlich nur, wenn

über eine gewisse Dauer die Abschreibung der Kleidung samt Bearbeitungskosten zurückverdient wird, in der Regel in 36 Monaten. Viele Kunden haben jedoch heute aus Flexibilitätgründen kürzere Planungshorizonte, denn: Geht der Großauftrag nach Deutschland oder ins polnische Werk? Deshalb nimmt die Neigung zu vertraglichen Bindungen ab. Leasinggesellschaften müssen sich mit neuen, flexiblen und variablen Vertragsgestaltungen darauf einstellen. Was in anderen Branchen längst üblich ist (Möchten Sie kaufen, mieten, leasen oder zwischendurch die Finanzierung wechseln?), wird auch im Berufskleidungsleasing kommen. Neue Kalkulationsmethoden müssen Restwerte, Übernahmen und Beendigungen berücksichtigen, die Berechnung des Ist-Tausches (in Benelux ein Standard) wird um sich greifen. Hier müssen Vertragsformen entwickelt werden, die den beiderseitigen Interessen entsprechen.

Tendenz 5: Die Dienstleistung (er)trägt der Träger

Berufskleidungsleasingservice findet am Menschen statt, nicht in der Wäscherei. Wie kaum eine andere Dienstleistung erkennt der Kunde die Qualität des Angebotes sogleich an seinen Mitarbeitern: Ist der Zustand der Kleidung gut, sauber, komplett und wird pünktlich geliefert? Der unzufriedene Träger signalisiert sofort seinem Chef, hier stimmt was nicht (eine schlecht gewartete Maschine läuft in der Regel klaglos weiter). Daher wird der Service im Berufskleidungsleasing immer wichtiger. An diesem Punkt wird im Verdrängungswettbewerb allerdings gespart. Kaum einen Kunden interessiert das Waschverfahren oder die Chipsteuerung, wichtig ist die pünktliche, komplette und schnelle Lieferung von sauberer Kleidung in gutem Zustand. Deshalb wird der funktionierende Service kriegsentscheidend.

Das Berufskleidungsleasing wird aus der augenblicklichen Stagnations-

phase, die zu einer gefährlichen Sinnfälligkeitskrise werden könnte, nur heraus kommen, wenn auf die wachsenden Anforderungen des Marktes reagiert wird:

- Neue Logistiksysteme müssen den mobilen Träger erreichen, andere Branchen machen es vor (Catering, DHL Terminals).
- Wasch und Bearbeitungsverfahren müssen an funktionelle (Hightech) Kleidung angepasst werden, die den zunehmenden Forderungen des Marktes entsprechen.
- Vertragsformen müssen flexible Laufzeiten, Anpassungen und wirtschaftliche Beendigungen zulassen.
- Zusatzleistungen (PSA-Angebote, Kaufkleidung, Ergänzungen sowie Versorgung mit weiteren textilen Dienstleistungen) runden das Angebot ab.
- Der Kundendienst mit präventiver Betreuung, schneller Kommunikation und Reklamationsbehebung wird entscheidender Bestandteil der Leistung.
- Kundenbindung über CRM-Systeme (Consumer Relationship Management), die dem Kunden schnelle Kommunikation ermöglichen und somit bindend wirken, erhalten die Vertragssubstanz. ■

Der Autor



Volker Kamm, Dipl. Kfm., langjährige Managementenerfahrung im In- und Ausland, Marketingleiter, Geschäftsführer, Gesellschafter, davon über zehn Jahre bei führenden Anbietern der Mietberufskleidungsbranche. Partner der KammMalberg Consulting, Hamburg, einer Beratungsgesellschaft, die sich auf den Markt der Textilen Dienstleistungen sowie Berufskleidung spezialisiert.