

waschecht

Das Magazin von Dibella | Ausgabe 2/2017

Futuristisch – Kannegiessers Ideen für Industrie 4.0

Strategisch – Nachhaltigkeit bei Greif in Augsburg

Ausgleichend – Spannungsabbau im Bett



Grüßwort

Liebe Leserin, lieber Leser,

Die waschecht verfolgt das Ziel, Sie möglichst umfassend über die Aktivitäten unseres Unternehmens zu informieren. Auch dieses Mal können Sie mit uns einen Blick auf Dinge werfen, die wir in diesem Jahr initiiert haben. Das Thema Mitarbeitergesundheit ist beispielsweise stärker in den Vordergrund getreten. Justine Schady hält uns seit ihrer Ernennung zur Gesundheitsbeauftragten im wahrsten Sinne des Wortes auf Trab. Aber auch außerhalb unserer Mauern hat sich eine Menge getan. So ist inzwischen die erste Groß-Charge von „Cotton made in Africa“-Baumwolle in die Produktion eingegangen. Die Fasern aus Subsahara-Afrika haben ihre Eignung für die hohen Anforderungen des Textil-Service bewiesen. Im Frühjahr 2018 werden die ersten Produkte verfügbar sein und noch mehr Wäschereien einen Einstieg in nachhaltige Sortimente ermöglichen, um mehr gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen.

Seit den Anfängen unserer ersten GOTS und Fairtrade zertifizierten Textilien ist viel passiert. Das Sortiment ist deutlich gewachsen – ebenso wie das Interesse unserer Kunden. Allerdings beobachten wir auf Marktseite eine allgemeine Verunsicherung – zu viele Siegel und eine Informationsflut erschweren den Durchblick. Es besteht Aufklärungsbedarf. Wir werden unsere langjährigen Erfahrungen mit ökologisch und sozial verträglichen Textilien daher noch intensiver mit unseren Kunden teilen. Mit Einführung von „Dibella +“ haben wir unser nachhaltiges Sortiment unter einer Marke zusammengefasst und um zehn zusätzliche, kostenlose Services ergänzt.

Wirtschaftliche und gesellschaftliche Trends beeinflussen das Handeln aller Branchenteilnehmer. Um sich auf die Zukunft vorzubereiten, schlagen Unternehmen durchaus unterschiedliche Wege ein. Greif Textile Mietsysteme in Augsburg richten ihre textile Dienstleistung seit dem Jahr 2014 auf nachhaltige Prozesse aus und verringern seither konsequent ihren ökologischen Fußabdruck. Der Wäschereitechnik-Hersteller Kannegiesser schafft mit der Verstetigung der Flachwäscherei das passende Umfeld für ressourcenschonende und effiziente Prozesse. Beide Konzepte sind erfolgreich und auch für uns von Dibella eine Bestätigung, dass wir auf dem richtigen Weg sind.

Herzlichst, Ihr



Ralf Hellmann
Geschäftsführer Dibella

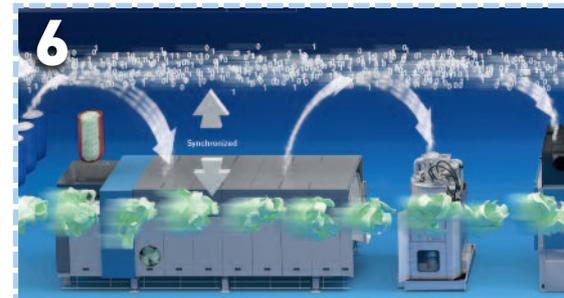


Inhalt

- 4 Dibella News**
Ohne IT geht auch bei Dibella nichts
Dibella bleibt gesund
- 5** Neuer Rekord: Eine Million Bio-Baumwoll-Servietten verkauft
Nachhaltige Textilien für jedes Portemonnaie
- 6 Wertschöpfungskette**
Die Verstetigung der Flachwäscherei
- 8 Trends & Innovationen**
Immer obenauf mit übergroßen Bettlaken
Handgepflückte Bio-Baumwolle im Sack
- 9 Normen & Standards**
Baumwolle – die ewig Durstige
- 10 Dibella Inside**
Dibellas neue Homepage
- 11** Mit mehr Services im Plus
- 12 Aus der Praxis**
Standpunktwechsel – Dialog mit dem Textil-Service
- 14 Moment mal**
Stressbewältigung im Schlaf
- 15 Zum Schluss**
Kollektionsneuheiten von Dibella
Vorschau auf die nächste Ausgabe



5 Dibella hat eine Million Servietten aus GOTS und Fairtrade-zertifizierter Baumwolle verkauft.



6 In der smarten Wäscherei wird der Warenfluss mit dem Datenfluss synchronisiert.



14 Aromatherapie für das Bett: Ätherisches Lavendelöl fördert einen guten Schlaf.

Impressum

waschecht ist das Magazin von Dibella, das den verschiedensten Themen von Objekttextilien für den Textilservice gewidmet ist.

Herausgeber und verantwortlich für den Inhalt:
Dibella GmbH
Hamalandstr. 111
D-46399 Bocholt

Redaktion
Michaela Gnass, Jennifer Nietsch, Sophia Langfeld, Ralf Hellmann, Sabine Anton-Katzenbach (Textilberatung Hamburg)

Layout, Satz
Sabine Faust (FaustDesign, Hattingen)

Produktion
Gedruckt bei Druckerei Busch, Bocholt, auf FSC-zertifiziertem Recycling-Papier (Circle Silk Premium White)

Urheberrecht
Alle Inhalte sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte sind vorbehalten. Reproduktionen, gleich welcher Art, oder Erfassungen in Datenbanken sowie Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers.

Kontakt
redaktion@dibella.de

Bezugspreis
10 € pro Ausgabe

Bildnachweis
Titel: style-photography/shutterstock, Seite 2: Dibella, S. 4: Dibella, S. 5: Dibella, Cotton made in Africa (unten), S. 6: Sabine Anton-Katzenbach, S. 7: Kannegiesser, S. 8: Gaf Lila/shutterstock (oben), Dibella, S. 9: Dibella, S. 10: Dibella, S. 12: Greif Textile Miet-systeme, S. 13: Dibella (oben), Oellermann/Greif Textile Miet-systeme, S.14: Kzenon/shutterstock (Paar), Petar Panchev/shutterstock (Lavendel), S.15: Dibella



Im Netz mit doppeltem Boden

Ohne Informationstechnologie (IT) geht auch bei Dibella nichts.

Einkauf und Verkauf, Disposition und Buchhaltung, interne und externe Kommunikation sind ohne Datenverarbeitungssystem und Internet nicht denkbar. Damit die Prozesse reibungslos laufen und die Sicherheit aller Daten jederzeit gewährleistet ist, hat Dibella die Administration seiner IT vor mehr als zehn Jahren in die Hände von NETGO in Borken gelegt. Anfangs betreute das IT-Systemhaus knapp zwanzig Arbeitsplätze und eine Handvoll Server. Doch schon bald

ging das erste gemeinsame Projekt an den Start. Da Dibella seit jeher einen regen Austausch mit einem internationalen Partnernetzwerk pflegt, hatte NETGO die Einführung einer Voice over IP-Telefonanlage (VOIP) angeregt. Die Internetbasierte Telefonie sollte die globale Verständigung erleichtern und sie hat sich auch seit ihrer Einführung wirtschaftlich bewährt.

Im nächsten Schritt hat das IT-Haus dafür gesorgt, dass die gesamte digitale Kommunikation auf dem neusten Stand ist. So steht demnächst die Einführung von Skype for Business bevor: Das Programm ist eine moderne Lösung für die digitale Teamarbeit. Es er-

möglicht Onlinebesprechungen, Chats und Bildschirmübertragungen auf hohem Sicherheitsniveau. Es soll zukünftig nicht nur Lieferanten und Kunden mit Dibella verbinden, sondern auch die Team-Mitglieder noch stärker vernetzen. Der positive Nebeneffekt ist eine verringerte Anzahl an Emails und damit auch ein deutlich kleineres Angriffsrisiko durch elektronische Post mit schädlichem Inhalt.

Die Sicherheit der unternehmens-eigenen Daten wird das bestimmende Thema in der IT bleiben, denn durch die Digitalisierung der Geschäftsbeziehungen nimmt die Informationsflut stetig zu. Die riesigen Datenmengen sicher zu verarbeiten und zu verwahren gehört in Zukunft daher zu den Herausforderungen, die NETGO lösen wird. Denn in punkto Datenschutz hat Sicherheit bei Dibella oberste Priorität.



Die IT-Infrastruktur bei Dibella liegt seit zehn Jahren in den Händen von NETGO (hier im Bild v.l.n.r. Kars Engwirda, Vertriebsmitarbeiter der NETGO Niederlande mit Ralf Hellmann)

Dibella bleibt gesund

Fitness Kampagne hält Mitarbeiter in Form.

Seit ihrer Ernennung zur Gesundheitsbeauftragten hält Justine Schady das Dibella-Team mit guten Ideen rund um die Gesundheit im wahrsten Sinne des Wortes auf Trab. Um Erkrankungen am Arbeitsplatz vorzubeugen, hat sie beispielsweise alle Arbeitsplätze mit einem Thera-Band ausgestattet und ausgewählte Übungsanleitungen ausgehängt. Zwickt es ein Team-Mitglied im Rücken oder den

Schultern, sorgt das Training mit dem elastischen Band für Abhilfe. Sie hat auch einen Ergonomie-Berater mit der Überprüfung der Arbeitsplätze beauftragt und, wo nötig, für Verbesserungen gesorgt. Auf ihre Initiative hin wurden zudem Obst- und Gemüsetage eingeführt. Die Mitarbeiter können sich regelmäßig kostenlos an einem mit Vitaminen vollgestopften Büffet bedienen.



Regelmäßig kann das Dibella-Team an einem reichhaltigen, kostenlosen Obst- und Gemüsebüffet zugreifen.

Neuer Rekord

Eine Million Mal gesunde Tafelfreuden.

Vor kurzem wurde die eine Million-Grenze bei Servietten aus Fairtrade und GOTS-zertifizierter Baumwolle

geknackt. Diese Menge entspricht einer Fläche von mehr als 300.000 m² Gewebe aus fair gehandelter,

organischer Baumwolle – und würde über siebzig Fußballfelder des Berliner Olympiastadions oder der Allianz Arena bedecken. Für die Servietten wurde insgesamt eine Fairtrade-Prämie in stolzer Höhe von EUR 13.300 an die Baumwoll-Bauern ausgeschüttet.

Hauptabnehmer der ökologisch und ethisch unbedenklichen Servietten sind Textilservice-Unternehmen in den Niederlanden. Das ist nicht weiter verwunderlich. Die Niederlande zeigen – ähnlich wie die skandinavischen Staaten – seit Jahren ein großes Interesse an nachhaltigen Produkten. Das gilt nicht nur für Lebensmittel sondern schließt auch Textilien ein.



Dibella hat eine Million Servietten aus GOTS und Fairtrade-zertifizierter Baumwolle verkauft.

CmiA läuft an!

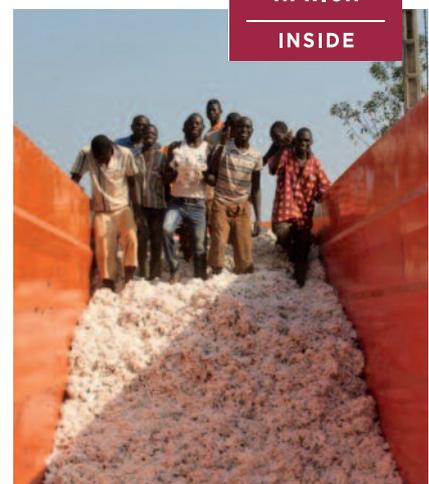
Nachhaltige Textilien für jedes Portemonnaie

Die Partnerschaft zwischen Dibella und „Cotton made in Africa“ (CmiA) ist vor nicht einmal neun Monaten besiegelt worden und schon laufen die ersten Produkte auf den Webstühlen. Zuvor waren die Fasern auf ihre Leasing-Eignung intensiv getestet worden. Das Ergebnis der nachhaltigen Baumwolle war überzeugend. Damit konnte der Startschuss für die erste Probeflieferung gegeben werden und die erste, 50 Tonnen schwere Baumwollfaser-Lieferung aus der Anbauregion Kamerun floss in Dibellas Lieferkette ein. Mit Textilien aus CmiA-Baumwolle bietet Dibella ein Ein-

stiegsortiment für Textil-Service-Unternehmen an, die mehr gesellschaftliche Verantwortung übernehmen wollen. Die Fasern aus der Initiative werden in verschiedenen Mischungen angeboten und sind damit für jedes Budget erschwinglich.

Das CmiA-Angebot von Dibella umfasst

- 100% CmiA-Baumwolle
- 80% CmiA-Baumwolle, 20 % Polyester
- 50% CmiA-Baumwolle, 50% Polyester
- 50% CmiA-Baumwolle, 50% konventionelle Baumwolle.



50 Tonnen CmiA-Baumwollfasern sind nach erfolgreichen Eignungstests in Dibellas Lieferkette eingeflossen.

Die Verstetigung der Flachwäscherei

Die zunehmende Digitalisierung von Wirtschaft und Gesellschaft hat einen Trend in Gang gesetzt, der gemeinhin als Industrie 4.0 bezeichnet wird.

Nach der Definition der deutschen Bundesregierung bedeutet Industrie 4.0 die Verzahnung von Produktion mit modernster Informations- und Kommunikationstechnik. Menschen, Maschinen, Anlagen, Logistik und Produkte sollen direkt miteinander kommunizieren und kooperieren, so dass eine selbstorganisierte, effiziente und flexible Fertigung möglich wird.

Das klingt nach Zukunftsmusik. Doch in der industriellen Wäscherei sind schon die ersten Takte angekommen. Dabei erweist sich Kannegiesser in Vlotho als eines der Tonangebenden Unternehmen. Der international agierende Hersteller von Wäschereitechnik entwickelt Maschinen- und Anlagentechnologien, die einen optimalen Durchlauf der

Textilien durch den Wäschereibetrieb organisieren. Das Erkennen der einem Wäscheposten „innewohnenden“ Informationen über sämtliche Stationen und ein ständiger Datenabgleich aller Maschinen ist dabei das A und O. Gelingt die lückenlose Identifizierung, ist eine selbstorganisierende Produktion machbar. Allerdings muss Industrie 4.0 noch so manche Hürden nehmen. Matthias Schäfer und Andreas Langer von Kannegiesser skizzieren die Chancen und Risiken, die sich aus der „Verstetigung der Produktion durch Synchronisation von Material- und Produktionsfluss“ in einer Flachwäscherei ergeben.

waschecht: Kannegiesser entwickelt schon seit Langem Lösungen für die Warenverfolgung und -steuerung in der Wäscherei. Was unterscheidet die Industrie 4.0 von dem bereits erreichten Stand?

Matthias Schäfer: Zum heutigen Zeitpunkt ist es in einer entsprechend ausgerüsteten Flachwäscherei möglich, die Textilien von der Wareneingabe bis zum Trockner lückenlos zu verfolgen. Bei der Wäschesortierung werden einem Waschposten alle notwendigen Daten mitgegeben. Diese laufen mit jeder Charge bis zum Trockner mit. Dann allerdings werden die Textilien



vereinzelt und der Datenfluss wird unterbrochen. In der Zukunft muss es uns gelingen, den Warenfluss mit dem Datenfluss zu synchronisieren und die Informationen bis zur abschließenden Postensortierung oder dem Stapelmanagement zu übergeben. Die Chargen müssen dafür von Anfang bis Ende zusammengehalten, die Daten möglichst automatisch dem Datennetz übergeben und in eine Datenbank eingespeist werden. Die Software übernimmt dann die Steuerung: Das System kann beispielsweise Posten aus dem Speicher- und Sortiersystem abrufen oder das Faltprogramm an der Legemaschine einstellen.

waschecht: Das klingt nach einer vollautomatischen Wäscherei.

Matthias Schäfer: So weit ist es noch nicht. Aber wir entwickeln Lösungen, um die Prozesse einer Wäscherei zu optimieren und die Produktivität zu verbessern. Denn nach wie vor gibt es in Betrieben Arbeitsschritte, die der Wertschöpfung nicht dienen. Dazu gehören beispielsweise das Zusammensuchen von Wäsche oder Wartezeiten an Trocknern. Um zukunftsfähig zu bleiben, müssen solche unproduktiven Schritte durch Automatisierung verringert werden.

Zur Person



Andreas Langer, seit 15 Jahren bei Kannegiesser, ist Vertriebsingenieur für Wasch- und Prozesstechnik.



Matthias Schäfer ist für Wäschereilogistik sowie Marketing und Vertrieb zuständig und seit 19 Jahren bei Kannegiesser beschäftigt.

The Smart Laundry

Die Smarte Wäscherei



Komplizierte Datenschnittstellen entstehen am Übergang verschiedener Systeme. Sie lassen sich durch Systemlösungen „aus einer Hand“ weitgehend verhindern.

In der smarten Wäscherei wird der Warenfluss mit dem Datenfluss synchronisiert, so dass die Informationen eines Wäschepostens lückenlos verfolgt werden können.

Andreas Langer: Dadurch entstehen Lösungen für die Schwachstelle „Personal“. Erhebungen zeigen, dass in der Kostenverteilung einer Wäscherei das Personal mit knapp dreißig Prozent zu Buche schlägt. In diesem Bereich können durch eine vernetzte Produktion also große Einsparungen erzielt werden. Gleichzeitig lässt sich das Problem des Personalmangels, mit dem schon heute viele Wäschereien zu kämpfen haben, lösen. Die Automatisierung spart Arbeiten ein, für die es immer schwieriger wird, Mitarbeiter zu finden.

waschecht: Ebnet die zunehmende Automatisierung den Weg für eine individualisierte Bearbeitung einzelner Wäschestücken?

Andreas Langer: Nein, auch wenn die zunehmende Sortimentsvielfalt zweifelsfrei zu den Kern-Herausforderungen unserer Branche gehört. Die Individualisierungsmöglichkeit einer Wäscherei hängt immer von Preis und Menge ab. Je

kosteneffizienter eine Wäscherei arbeiten muss, umso mehr Automatisierung und Standardisierung ist notwendig. Einzelposten stören dort nur. Eine Wäscherei hingegen, die in Nischenmärkten andere Preise für ihre Leistungen erzielt, kann damit besser umgehen. Allerdings braucht sie dafür mehr Flexibilität und weniger Automatisierung.

waschecht: Die Digitalisierung der Produktion wird mit einer Informationsflut einhergehen. Welche Schwierigkeiten erwachsen daraus?

Matthias Schäfer: Jede Maschine und Anlage einer Wäscherei muss die Daten eines Wäschepostens lesen können. In Betrieben, in denen Maschinen unterschiedlicher Hersteller genutzt werden, entstehen am Übergang der Systeme Daten-

schnittstellen. Da es bisher keinen Industriestandard für den Informationsaustausch gibt, müssen die Schnittstellen extra programmiert werden. Das verkompliziert die Datenübergabe und es entstehen zusätzlichen Kosten, die von der Wäscherei getragen werden müssen.

Andreas Langer: Zu der Mischung verschiedener Technologien gesellen sich zunehmend RFID-Systeme. Für den Bearbeitungsprozess werden die Daten nicht gebraucht, aber in Anlieferung und Expedient muss die Wäsche erfasst werden, weshalb wir auf Wunsch die Schnittstellen schaffen. Die zunehmende Anzahl der Komponenten verdeutlicht aber die Herausforderungen, die eine durchgehende Informationsidentifizierung mit sich bringt. Wir würden uns daher einen ganzheitlichen Ansatz für die Branche wünschen.

Wussten Sie eigentlich, dass ...

... Dibella auf Kundenwunsch jede Art von Transponder in die Textilien einbringt und diese auch lagert? Laminierte, knopfförmige, breite oder UHF-Tags, mit und ohne Antenne werden auf die Wäsche appliziert. Bei der Kennzeichnung verfügt Dibella längst über große Erfahrungen und teilt diese auf Anfrage gerne mit seinen Kunden.

Immer obenauf

Dibella geht mit übergroßen Bettlaken und hoch geschnittenen Jersey-Spannbettlaken auf Tuchfühlung mit Boxspring-Betten.



Boxspringbetten bringen es mitunter auf beachtliche Höhen und rufen passende Laken-Lösungen auf den Plan.

Boxspring-Betten erweisen sich in der Hotellerie als Hit. Das aus Amerika stammende Bettsystem soll den Schlaf des Gastes im wahrsten Sinne des Wortes beflügeln. Dazu werden einer Obermatratze und – bei Bedarf – ein Topper auf die mit einem Federkernsystem ausgestattete, matratzenähnliche Unterkonstruktion getürmt. Ein solches Konstrukt kann durchaus luftige Gesamthöhen von bis zu 40 Zentimetern erreichen – Unterbau nicht inbegriffen! Die klassischen Bettlaken sind solchen Systemen nicht mehr gewachsen, sie sind zu

schmal und zu kurz. Und auch die für herkömmliche Matratzen entwickelten Spannbettlaken quittieren angesichts der Liegeflächen eines Boxspring-Betts ihren Dienst. Damit Textil-Service-Unternehmen ihre Hotelkunden auch weiterhin mit passgenauen Textilien beliefern können, hat sich Dibella auf die neuen Matratzenmaße eingestellt. Bettlaken sind in Überbreite bis zu 320 Zentimetern und quasi unbegrenzten Längen erhältlich. Industriell waschbare Jersey-Spannbettlaken werden mit Seitennaht-Höhen von 22 bis 35 cm angeboten.

Alles im Sack

Eine einfache, aber geniale Lösung verbessert die Qualität handgepflückter Bio-Baumwolle.

Indische, handgepflückte Bio-Baumwolle steht für Qualitätsfaktoren wie Faserlänge, eine hohe Feinheit und Reißfestigkeit. Sie ist aber gleichermaßen auch für Verunreinigungen bekannt, die durch Fremdfasern eingetragen werden, die sich aus den für Ernte und Transport eingesetzten Plastik- oder Jutesäcken lösen. In den Faserballen befinden sich aber auch Kunststoffpartikel, Haare, Insekten, Staub und Steine. Diese Verunreinigungen führen zu massiven Problemen in der Weiterverarbeitung und beeinträchtigen den Zustand des Endprodukts. Unter den Qualitäts-

einbußen leiden nicht nur die Verarbeiter der Fasern. Auch die im Bio-Baumwollanbau tätigen Kleinbauern bezahlen mit einer schlechten Wettbewerbsfähigkeit.

Ein Projekt der GoodTextiles Stiftung soll nun für Abhilfe sorgen. In Kooperation mit „Chetna Organic“ hat Dibella eine einfache Lösung des Problems erarbeitet: Um die Kontaminierungen auf ein Minimum zu reduzieren, erhalten die Kleinbauern wiederverwendbare Baumwoll-Säcke. Die langlebigen großen „Taschen“ werden für Ernte, Transport und Lagerung der Roh-Baumwolle kostenfrei zur Verfügung gestellt.



1.000 wiederverwendbare, von Dibella kostenlos gestellte Säcke werden ab Herbst 2017 zur Qualitätsverbesserung handgepflückter Bio-Baumwolle beitragen.

Bereits im Herbst 2017 werden die ersten 1.000 Säcke aus Bio-Baumwolle ausgeliefert. Sie alle werden das Dibella-Logo tragen, denn auch die Personalisierung ist Teil dieses von der GoodTextiles Stiftung initiierten Projekts. Jedes Unternehmen, das sich beteiligt, kann Werbung in (s)einer guten Sache machen (www.goodtextiles.org/projekte).

Die ewig Durstige

Baumwolle ist eine Pflanzenfaser. Für ihr Wachstum braucht sie Wasser, dessen Mengen erheblich sein können.

Je nach Datenquelle variiert das Volumen, das für die Produktion von einem Kilogramm Baumwollfasern aufgebracht werden muss. Der weltweit durchschnittliche Gesamtwasserverbrauch für die Produktion von 1 kg Baumwolle wird auf 11.000 bis 14.000 l Wasser beziffert, in Pakistan oder im Sudan liegt der Wasserkonsum deutlich höher. Gerade weil die Werte schwindelnd hoch klingen, muss man die Herkunft des Wassers genauer unter die Lupe nehmen.

DIE FARBEN DES WASSERS

Der im Jahr 2006 veröffentlichte Beitrag „The water footprint of cotton consumption“¹ unterscheidet in der Produktion von Baumwolle zwischen grünem und blauem Wasser. „Grün“ definiert das Wasser, das auf natürliche Quellen wie Regenfälle zurückgeht und im Boden gespeichert ist. Im Gegensatz dazu geht das „blaue“ Wasser auf künstliche Bewässerungssysteme zurück, die das Lebenselixier aus natürlichen Wasserreservoirs (Oberflächengewässer oder Grundwasser) beziehen. Die Summe aus grünem

Grünes Wasser beschreibt die Menge an Regenwasser, das im Boden gespeichert ist und von den Pflanzen aufgenommen werden kann.

Blaues Wasser ist dasjenige Wasser, das der künstlichen Bewässerung dient. Es wird aus Oberflächengewässern oder dem Grundwasser entnommen.

und blauem Wasser ergibt den Gesamtverbrauch des kostbaren Nass. Die Unterscheidung hinsichtlich der Wasserquellen wirft ein etwas anderes Bild auf die Produktionsbedingungen von Baumwolle. In Indien deckt der Monsun etwa 50 Prozent des benötigten Wasserbedarfs. In Pakistan ist die Verteilung deutlich ungünstiger: Nur knapp ein Drittel ist natürlichen Ursprungs. In Usbekistan gibt es kaum Regen, weshalb die Bewässerung der Pflanzen fast zu 100 Prozent aus Oberflächengewässern erfolgt. Der dramatisch schrumpfende Aralsee zeugt von der ungehemmten Wasserentnahme.

DAS GUTE KOMMT VON OBEN

Die ungleiche Verteilung grüner und blauer Wasserquellen hat Dibella zu einer kritischen Auseinandersetzung mit den Anbaubedingungen und -regionen von Baumwolle veranlasst. Als Konsequenz hat das Unternehmen vor fast einem Jahrzehnt die ersten Textilien aus GOTS und Fairtrade zertifizierter Bio-Baumwolle ins Programm aufgenommen. Bei deren Anbau werden ausschließlich natürliche Wasserquellen genutzt. Nur in extrem trockenen Regionen ist eine umsichtige Bewässerung mit „blauem“ Wasser erlaubt. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Der Gesamt-

¹A.K. Chapagain, A.Y. Hoekstra, H.H.G. Save-nije, R. Gautam: The water footprint of cotton consumption: An assessment of the impact of worldwide consumption of cotton products on the water resources in the cotton producing countries



Regelmäßige Audits zeigen, dass für den Anbau der Bio-Baumwolle für Dibella kein „blaues“ Wasser für eine künstliche Bewässerung eingesetzt wird.

wasserbedarf einer Bio-Baumwolle wird fast ausschließlich durch natürliche Quellen gedeckt.

WEICHENSTELLUNG AUF GRÜN

Die Bilanz der von Dibella eingesetzten Bio-Baumwolle ist sogar noch besser: Es findet keine künstliche Bewässerung statt. Dies wird durch regelmäßig wiederkehrende Audits Vorort bei den Farmern bestätigt. Bio-Baumwolle von Dibella wächst ausschließlich mit grünem Wasser. Um dem zukünftigen Kampf um frisches Wasser etwas entgegenzusetzen, hat Dibella die Weichen längst gestellt – zugunsten von Bio-Baumwolle und konventioneller Baumwolle aus Herkunftsländern mit viel „grünem“ Wasser.

Dibellas neue Homepage

Ein sichtbar gutes Gefühl für Textilien

Dibella hat sich einem Online-Facelift unterzogen und präsentiert sich mit einer neuen Homepage. Unter www.dibella.de begrüßt das Unternehmen seine Besucher nun mit einem modernen Layout und einer informativen Übersicht, die über alle unternehmensrelevanten Aspekte informiert. Von den einzelnen Menü-Punkten „Home, Werte, Erfolgsfaktoren, Dibella+ und Team“ geht es weiter in die Tiefe: Mit einem Klick auf einzelne Kategorien

werden die Produktsortimente vorgestellt und die Facetten von Dibellas Corporate Social Responsibility beschrieben. Der Besucher findet weitergehende Informationen über die Leistungsfähigkeit und Serviceleistungen des Unternehmens. Und er kann sich ein Bild von jedem einzelnen Team-Mitglied machen. Außerdem ist es nicht weit zu den Social Media-Kanälen von Dibella: Die Homepage ist direkt mit dem Xing-, LinkedIn-, Twitter- und Facebook-

Konto des Unternehmens verlinkt. Die gekürzte, aber dennoch detailierte Website versteht sich als Dialog-Plattform für alle: Kunden und Interessenten, Lieferanten, zukünftige Mitarbeiter und NGOs sollen sich ein erstes Bild von Dibella machen können. Wer dann mehr erfahren möchte, kann direkt mit dem Unternehmen in Kontakt treten. Zu diesem Zweck wurde in die neue Internetseite zusätzlich eine Chat-Funktion eingebunden.

The screenshot shows the Dibella website homepage. At the top, there is a navigation bar with the following items: HOME, WERTE, ERFOLGSFAKTOREN, Dibella+, and TEAM. The main headline reads "EIN GUTES GEFÜHL FÜR TEXTILIEN". Below this, a "Willkommen" (Welcome) section contains the text: "Für unsere Textil-Service Kunden entwickeln wir leistungsfähige und langlebige Objekttextilien, die Leasingtauglichkeit und Wohlbefinden in optimale Balance bringen." There are three main content blocks: "Für Hotels" with sub-sections "Bett" (Bed) and "Bad" (Bathroom), each showing a product image and the word "Produkte"; and "Dibella+ Nachhaltige Verantwortung" (Sustainable Responsibility) with an image of a family and the text: "Entdecken Sie das + unserer nachhaltigen Dibella+ Artikel. Und nutzen Sie unsere Premium Services für Ihren Unternehmens-".

Informativ, modern und kommunikativ

stellt sich die neue Homepage vor.

Mit mehr Services im Plus

Mit Einführung der Marke Dibella+ profitieren nachhaltig engagierte Kunden von zusätzlichen Serviceleistungen.

Als Dibella vor mehr als zehn Jahren die erste nachhaltige Hotelwäsche am Markt vorstellte, war das Unternehmen um zwei wichtige Erkenntnisse reicher. Zum einen war klargeworden, dass verantwortungsbewusst produzierte Textilien nicht zum Nulltarif zu haben sind. Textilien, die den Menschen innerhalb der gesamten Lieferkette einen vernünftigen Lebensunterhalt sichern und gleichzeitig die Umwelt schonen, verursachen Zusatzkosten. Die GOTS und Fairtrade zertifizierten Artikel sind im Vergleich zu konventionellen daher etwas teurer. Gleiches gilt für Hoteltextilien, in denen Tencel-, Repreve- oder Cotton made in Africa-Fasern verarbeitet sind. Die verschiedenen Textilsiegel sowie die meist wenig transparenten Wege der textilen Lieferkette brachten die zweite Einsicht: Am Markt herrscht Verunsicherung bei der Beurteilung von sozial und ökologisch verträglichen Textilien. Dibella engagiert sich daher seit Jahren für mehr Aufklärung.

Mit dem zunehmenden Erfolg der „rücksichtsvollen“ Linie hat Dibella im Sommer 2017 die Textilien in ein neuartiges Konzept eingebunden: „Dibella +“ ist die neue Marke, in der alle nachhaltigen Artikel zusammengefasst und um kostenlose Extraleistungen für Kunden ergänzt sind. Wer sich für verantwortungsbewusste Textilien entscheidet, hat ab sofort zehn Pluspunkte auf seiner Seite.

Zehn Pluspunkte **Dibella+**

- + **Begleitende Kommunikationshilfen, Unterstützung beim „Story Telling“:** Dibella bietet auf Kundenwunsch zusätzliche Marketingunterstützung – etwa bei der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit oder im Bereich Storytelling.
- + **Kostenloser Klimarechner für die Produkte:** Für die im Sortiment befindlichen Produkte werden auf Wunsch die Klimaauswirkungen der Rohstoffe dargestellt. Außerdem ist ein Vergleich der CO₂-Emissionen zwischen konventionellen Produkten und solchen aus nachhaltigen Rohstoffen möglich.
- + **Denken Sie neu:** Um Innovationsprozesse neu zu gestalten, bietet Dibella auf Kundenwunsch die Methode des Design Thinking an.
- + **Eigene CSR Projekte in der „Menschenkette“:** Im Rahmen der gemeinnützigen GoodTextiles Stiftung können kundeneigene Projekte initiiert werden, die zur Verbesserung der ökologischen und sozialen Bedingungen innerhalb der textilen Wertschöpfungskette führen.
- + **Personalisiertes Branding:** Dibella stattet Textilien mit dem Markenzeichen des Kunden aus.
- + **Personalisiertes Marketingmaterial:** Dibella stattet verkaufsunterstützende Materialien (z.B. Klappkarten, Poster etc.) mit dem Markenzeichen des Kunden aus.
- + **Schulungen/Workshops:** Im Rahmen von kundeneigenen Veranstaltungen werden die Mitarbeiter in allen wesentlichen Aspekten einer nachhaltigen Textilkette geschult.
- + **Gemeinsame Kundenbesuche/Kundenschulungen und -Workshops:** Auf Wunsch begleitet Dibella Textilservice-Unternehmen bei Kundenbesuchen und führt Schulungen über eine nachhaltige Textilbeschaffung durch.
- + **Erstellung kundenspezifischer Kollektionen:** Auf Wunsch und unter Berücksichtigung bestimmter Mindestabnahmemengen entwickelt Dibella für Kunden individuelle, nachhaltige Kollektionen.
- + **Integration in Netzwerkkommunikation:** Dibella ist in zahlreichen Initiativen engagiert, mit Medien im Gespräch, tauscht sich mit NGOs aus und integriert seine Kunden auf Wunsch in dieses große Netzwerk.

Standpunktwechsel

Seit der Einführung seiner nachhaltigen Produktlinie sucht Dibella den Dialog mit dem Textil-Service. Dabei geht das Unternehmen verschiedene Wege.

Auf der Frankfurter Heimtextil 2014 hatte Dibella beispielsweise zur Podiumsdiskussion geladen. Ausgewiesene Branchenexperten erörterten damals die Frage, ob nachhaltige Textilien als Chance für den Textil-Service gesehen werden können. Zu den Gästen zählte Markus

Greif, Geschäftsführer des Augsburger Traditionsunternehmens Greif Textile Mietsysteme. Er schlug seinerzeit durchaus kritische Töne an, auch wenn er grundsätzlich dem Tenor der Runde folgte, dass sich soziale und ökologische Standards in der Textilbeschaffung langfristig

durchsetzen. Insgesamt sah er Nachhaltigkeit bezüglich der Produkte für sein Unternehmen noch als schwierig an. Dafür Sorge schon der immense Wettbewerb innerhalb der Branche.

Inzwischen sind knapp vier Jahre vergangen. Corporate Social Responsibility und Nachhaltigkeitsstandards in der Textilbeschaffung werden nach wie vor in der Branche diskutiert. Greif Textile Mietsysteme ist – entgegen der damaligen Einschätzung von Markus Greif – jedoch schon weiter. Mit der umfassenden Nachhaltigkeitsstrategie im Unternehmen gewinnen auch verantwortungsbewusste Textilien an Bedeutung. In der Hotellerie, so die Beobachtung von Markus Greif, hat die Thematik deutlich schneller Anklang gefunden als dies zur Heimtextil 2014 absehbar war. Aber auch das Bewusstsein im eigenen Unternehmen habe sich verändert. Der Grund für den Wandel ist 28 Jahre jung, heißt Mario Neipp und bei Greif als Leiter Marketing & Innovation tätig. Wir sprachen mit ihm über Motive und Ziele, die eine nachhaltige Unternehmenskultur prägen.

waschecht: Wie bewerten Sie allgemein die Notwendigkeit einer Nachhaltigkeitsstrategie für Greif Textile Mietsysteme?

Mario Neipp: Nachhaltigkeit wird zum wichtigen Differenzierungsmerkmal für den Kunden, denn über





Zertifikat Klimaneutrale Wäsche



Greif Textile Mietsysteme

Kunde:	Musterhotel GmbH & Co. KG
Zeitraum:	1. Januar 2016 - 31. Dezember 2016
Kompensierte Emissionen:	54 t CO ₂ e
Eingesetzte Emissionszertifikate:	VCS / Verified Carbon Standard
Kompensationsvorhaben:	Wiederaufforstungsprojekt, Kolumbien



Die Kompensation umfasst die energiebezogenen Emissionen aus dem Fertigungsprozess sowie die Transportemissionen für Anholung/Ablieferung durch Fahrzeuge von Greif Textile Mietsysteme. Die Berechnungen wurden durch die DFGE auf Grundlage des Greenhouse Gas Protocol und der DIN EN ISO 14066 durchgeführt. <http://www.dfge.de/greif-textile-mietsysteme/waschecht.html>

© DFGE, Greifenberg/München | 2017 - www.dfge.de



Trotz kritischer Töne bei der Heimtextil 2014 hat Markus Greif (li.) – hier mit Ralf Hellmann (re.) – inzwischen ein weitgreifendes Nachhaltigkeitskonzept im Unternehmen verankert.

das Waschen und die Sortimente können sich die Textil-Service-Anbieter nicht mehr voneinander unterscheiden. Die Unverwechselbarkeit entsteht entweder durch den Preis oder durch weiche Faktoren wie Service und Gesellschaftsverantwortung. Wir halten Nachhaltigkeit für das Thema der Zukunft – und erste gesetzliche Vorgaben zur Nachhaltigkeitsberichtspflicht börsennotierter Unternehmen geben uns Recht. Auch in Ausschreibungen stellen wir eine zunehmende Berücksichtigung des Themas fest: Große Hotelketten fordern immer häufiger Nachweise über den Kohlendioxid-Ausstoß (CO₂) ihrer Lieferanten. Abgesehen davon haben es nachhaltig aufgestellte Unternehmen leichter, motivierte, junge Mitarbeiter zu finden.

waschecht: Welche Aspekte müssen berücksichtigt werden?

Mario Neipp: Wir haben uns im Jahr 2014 zur Ermittlung des CO₂-Fußabdruckes in unserem Unternehmen entschlossen, um die Potenziale für eine nachhaltigere Tex-

tildienstleistung auszumachen. Seither investieren wir in die Prozesse, in denen ein hohes Optimierungspotenzial besteht, den Ausstoß klimaschädlicher Gase zu verringern. Das ist beispielsweise der Fuhrpark, aber auch die Produktion.

waschecht: Welche Rolle spielen die Textilien dabei?

Mario Neipp: In unserer CO₂-Bilanz schlagen die Textilien mit acht Prozent zu Buche. Im Vergleich zu anderen Bereichen ist dieser Anteil gering. In der Verringerung unserer Kohlendioxid-Emissionen haben wir uns daher zuerst auf die wesentlichen Aspekte fokussiert. Nachdem die Optimierungsprozesse dort abgeschlossen sind, werden wir die Textilbeschaffung unter die Lupe nehmen. Hier sehen wir Handlungsbedarf und eine Möglichkeit, unsere CO₂-Bilanz weiter zu verbessern.

waschecht: Welche Anforderungen stellen Sie an nachhaltige Textilien?

Mario Neipp: Als Unternehmen müssen wir auch ökonomisch denken. Nachhaltige Textilien müssen daher eine wirtschaftliche Bearbeitung erlauben. In unseren Produktionsbetrieben haben sich Mischgewebe aus 50 % Baumwolle und 50 % Polyester als langlebig erwiesen. Wenn ein Hoteltextil aus nachhaltigen Fasern die hohen „Standzeiten“ erreichen kann, ist eine Umstellung

nach entsprechender Prüfung denkbar. Allerdings geht das nicht ohne enge Zusammenarbeit mit dem Lieferanten. Ein weiterer Punkt, den wir in Zukunft angehen werden, ist der Nachweis von Sozialstandards durch unsere Lieferanten. Der bisherige Code of Conduct, den jeder unserer Lieferpartner unterschreibt, wird dann nicht mehr ausreichen.

waschecht: Wie transportieren Sie die Nachhaltigkeits-Botschaft an Ihre Kunden?

Mario Neipp: Wir kommunizieren unser verträgliches Handeln beispielsweise mit Umweltaufstellern, die wir unseren Hotelkunden kostenlos zur Verfügung stellen. Darüber hinaus bieten wir unseren Kunden seit Kurzem die Möglichkeit, einen klimaneutralen Mietservice zu buchen. Dieser Service beinhaltet die Kompensation von klimaschädlichen Gasen. Diese übernehmen wir für unsere Kunden, die entstehenden Kosten geben wir ohne Zuschläge an das Hotel weiter. Im Gegenzug bekommt der Kunde von uns ein Zertifikat „Klimaneutrale Wäsche“, das vom Institute for Energy – Ecology – Economy (DFGE, Greifenberg) beglaubigt ist.

waschecht: Was wollen Sie in Zukunft noch erreichen?

Mario Neipp: Zu Beginn des Jahres 2018 werden wir sämtliche Betriebe auf Öko-Strom umstellen. Dadurch senken wir den Kohlendioxid-Ausstoß, der durch den Energieverbrauch erzeugt wird, auf Null. Wir werden uns aber weiterhin dafür einsetzen, immer nachhaltiger zu werden. Schwer ist das nicht: Wenn man sich mit der Thematik ernsthaft auseinandersetzt, ergeben sich immer neue Aspekte, an denen wir den Hebel ansetzen können.



Mario Neipp ist bei Greif Textile Mietsysteme für Innovationen & Marketing zuständig und der Kopf für den Nachhaltigkeitswandel im Unternehmen.

Stressbewältigung im Schlaf

Jeder Mensch steht den ganzen Tag lang quasi unter Spannung. Ursachen dafür gibt es viele. Einerseits sendet unser Gehirn ständig elektrische Impulse, um Signale von den Sinnesorganen zum Gehirn und von dort zu den Organen und zum Körperumfeld zu schicken. Andererseits ist der moderne Mensch zahllosen elektromagnetischen Strahlen ausgesetzt, die durch Handy und WLAN, Mikrowellenherd oder Induktionskochfeld, Funksteuerung, Diebstahlsicherungssysteme u.v.a.m. entstehen. Der dritte Grund ist statische Elektrizität, die sich durch Reibung –



etwa zwischen Kleidung mit der Hautoberfläche – bildet. Die Summe der „Spannungen“ kann nach Ansicht mancher Gesundheitsapostel zu Stress führen. Doch dagegen gibt es ein Heilmittel, das im Schlaf wirkt: Anti-Stress Bettlaken und Kissenbezüge! Die Bettwäsche basiert auf dem Prinzip elektrostatisch ableitender Gewebe. Diese haben eine in das Textil eingearbeitete Karbon- oder Stahlgitterstruktur. Da diese leitfähig ist, wird die Bildung elektrostatischer Aufladungen verhindert. In der Anti-Stress-Bettwäsche sollen die Spezialgewebe sogar noch mehr

können: Nach Herstellerangaben neutralisiert das Karbongitter die über den Tag im Körper angesammelten Spannungen. Zum Nachweis hat der spanische Hersteller Aznar Textil (Paterna, Spanien) seine „Zazen“ Anti-Stress-Wäsche gleich von mehreren Instituten, darunter die National Sleep Foundation und die University of Atlanta, untersuchen lassen. Das Ergebnis elektrisiert: Die Beseitigung der im Körper angestauten elektrostatischen Spannungen kann die Schlafqualität um mehr als 78 Prozent verbessern. Und dafür braucht es nicht mehr als zwei Prozent der Kohlenstoff-Faser.

Wussten Sie schon, dass ...

- ■ ■ es spezielle Bettwäsche für Elektrosmog-empfindliche Menschen gibt? Sie schirmt die elektromagnetische Strahlung von DECT-Telefon, Funkwecker und Co. ab und beschert den Betroffenen einen ungestörten Schlaf. Glaubt man den Herstellern, sorgen Bettlaken und
- ■ ■ es Aromatherapie für das Bett gibt? Der natürliche Duft von Kamille und Lavendel lässt Stresserscheinungen im Schlaf verfliegen. Damit die Duftstoffe ihre Wirkung entfalten können, werden sie in Mikrokapselform eingeschlossen und auf die Bettwäsche appliziert. Durch Druck und Temperatur geben die Kapseln dann ihren Inhalt frei; danach sind sie wirkungslos. In der duftenden Wäsche sollte man daher nicht zu häufig die Position ändern.

Bettbezug so für ein allgemein besseres Wohlbefinden. Dafür muss die Zielgruppe jedoch relativ dickhäutig sein: Mit einem Gewichtsanteil von 30 Prozent Edelstahl oder 25 Prozent silberummantelter Polyamidfasern ist die Wäsche eine kratzige Angelegenheit.

Bettwäsche zur Abschirmung von Elektrosmog.

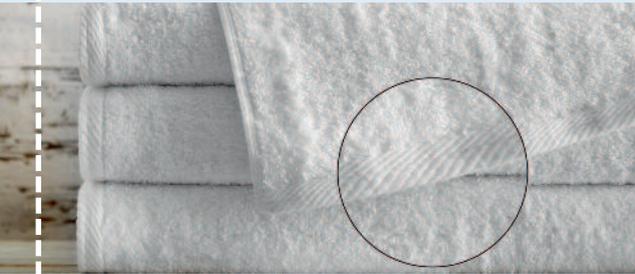


Ätherisches Lavendelöl beruhigt die Sinne, entspannt und fördert so einen guten Schlaf.



Kollektionsneuheiten

Die Produktentwicklung nimmt bei Dibella einen hohen Stellenwert ein. Mit neuen Designs und der Erweiterung bestehender Artikel um alternative Mischungen wollen wir dem Textil-Service einen dauerhaften Mehrwert bieten. Im Vordergrund steht dabei stets ein verantwortungsbewusster Umgang mit Ressourcen. Unsere Produktneuheiten, die wir Ihnen ab sofort auf dieser Seite vorstellen, setzen diesen Wunsch in die passenden Textilien um: Sie bieten einen idealen Mix aus kürzeren Produktionszeiten, längerer Haltbarkeit und – auf Wunsch – nachhaltigen Rohstoffen.



- Glattfrottier, amerikanischer Saum
- 90/10 % Baumwolle/Polyester
- Gewicht: ca. 420 g/m²

TOKIO

10 Prozent Polyester machen einen kleinen, aber feinen Unterschied. Die im Inneren des Frottiertuchs untergebrachten Polyesterfasern trocknen schneller als Baumwolle. Dadurch verkürzen sich die Produktionszeiten einer Wäscherei. Gleichzeitig steigert die synthetische Faserkomponente die Festigkeit, verbessert die Maßhaltigkeit und verlängert die Nutzungsdauer des Frottiertuchs. Der Griff und das Hautgefühl bleiben indessen erhalten, denn der Flor besteht aus reiner Baumwolle.



- Bettwäsche mit 4 mm Streifensatin
- 80/20 % Bio-Baumwolle (OCS und Fairtrade zertifiziert)/Polyester*
- Gewicht: ca. 140 g/m²

*Aufgrund des im Textil-Service gewünschten Weißgrads können wir derzeit noch kein recyceltes Polyester einsetzen. Aber wir arbeiten an der Umstellung!

MEMPHIS FAIR Dibella+

Die beliebte Streifensatin-Bettwäsche vereint die Vorzüge unseres nachhaltigen Dibella+ Sortiments mit den positiven Eigenschaften eines langlebigen Mischgewebes. Um einen optimalen Hautkomfort zu erzielen, sind der Bio-Baumwolle aus fairem Handel lediglich 20 Prozent Polyester beigemischt. Die Wirkung dieser geringen Menge ist verblüffend: Im Vergleich zu reiner Baumwoll-Wäsche ist die Festigkeit des Textils höher und sie kann länger eingesetzt werden. Die Trockenprozesse werden kürzer und die Maßhaltigkeit ist genauer, wodurch die Produktivität zunimmt. Das Textil hat einen edlen Glanz, einen weichen Griff und knittert nur geringfügig, weshalb sich auch ein Mehrtagesgast in Memphis wohl fühlt.

Vorschau

Ausgabe 1/2018 erscheint im Frühjahr 2018 und wird sich dem Inneren eines Textils – den Fasern und seinen Mischungen – widmen.

Mit jeder Faser Dibella – folgende Themen sind in der nächsten Ausgabe geplant:

- In trockenen Tüchern – das Dibella Frottier-Angebot
- Dibella Konfektion – die Zukunft des Nähens
- Ein Königreich für ein Bett – der Dibella Vertrieb Benelux stellt sich vor
- Dibella Faserlehre – konventionelles und recyceltes Polyester



Dibella GmbH
 Hamalandstraße 111
 D-46399 Bocholt

Telefon: +49 (0)2871 2198 0
 Telefax: +49 (0)2871 2198 20
 E-Mail: info@dibella.de

www.dibella.de