

# waschecht

Das Magazin von Dibella | Ausgabe 1/2018

Unser Frottier-Sortiment: Überzeugend bis zum Hotelgast

Unsere Holland-Abteilung: Beim Kunden zuhause

Unsere Näherei: Zertifizierte Konfektion



# Grußwort

## Liebe Leserin, lieber Leser,

Ein gutes Gefühl für Textilien – das ist unser Motto. Damit Sie es hautnah erleben können, setzen wir uns jeden Tag und mit großem Engagement für Produkte mit dem besonderen Etwas ein. Dabei verfolgen wir das Ziel, die optimale Kombination aus Funktionalität und Behaglichkeit zu bieten. Wir wollen Ihnen eine langlebige, verlässliche Qualität liefern, die den Anforderungen des Textilservice gewachsen ist. Gleichzeitig sollen unsere Textilien Ihre Kunden und dessen Kunden, also den Hotelgast, überzeugen. Mit unserem Frotteursortiment ist uns dieses Kunststück gelungen. Die Nachfrage steigt kontinuierlich und wird von sehr positiven Reaktionen begleitet: Immer wieder erhalten wir von unseren Kunden Rückmeldungen, dass Hotelgäste die hochwertigen Handtücher und Bademäntel von Dibella schätzen.

Dieses Kompliment gibt ein gutes Gefühl! Davon kann auch unsere Holland-Abteilung berichten, die wir Ihnen in dieser Ausgabe vorstellen. Judith Heitkönig, Sabine Himmelberg und Christian Kleinpass ernten für ihre Arbeit nicht nur viel Dank, sondern werden von ihren Kunden durchaus auch kulinarisch verwöhnt.

Ebenfalls als Wachstumssegment haben sich unsere Produkte mit dem „Made in Green“-Label (MiG) erwiesen. Das Label für nachhaltig hergestellte Textilien hat sich am Markt etabliert und genießt – auch dank Listung im Leitfaden für eine nachhaltige Textilbeschaffung der Bundesverwaltung – zunehmende Bekanntheit. Der steigenden Nachfrage durch unsere Kunden haben wir mit der STeP-Zertifizierung unserer tschechischen Näherei Rechnung getragen. Dank der räumlichen Nähe sind wir in der Lage, kurzfristig liefern zu können.

Eines unserer wichtigsten Markenzeichen ist die Nähe am Kunden. Wir hören Ihnen genau zu und suchen nach Lösungen für Ihre Anforderungen. Auf diese Weise entwickeln sich immer wieder neue, auf die Textilservice-Branche passgenau zugeschnittene Produkte. So ist auch Treviso, unsere neuste, frische Bettwäsche mit MiG-Label für das Gesundheitswesen, entstanden. Mit ihrem farbenfrohen Design macht sie nicht nur optisch viel her, sondern soll auch dem Patienten das schöne Gefühl vom eigenen Bett geben. Wir sind auf die Reaktionen gespannt!

Herzlichst, Ihr



Frank Neumann  
Prokurist und Gesellschafter



# Inhalt

- 4 Dibella News**  
Lächeln für bessere Baumwolle  
In Indien auf Erfolgskurs
- 5 Positive Resonanz für das Plus-Zeichen**
- 6 Wertschöpfungskette**  
In trockenen Tüchern: Hochwertige Frottierwaren  
schöpfen im Textilservice Werte
- 8 Trends & Innovationen**  
Die richtige Dosis: Spezieller 80/20-Faser-Mix
- 9 Normen & Standards**  
Nachhaltiges Nähen gut eingefädelt
- 10 Dibella Inside**  
Gestatten: Das Benelux-Team
- 12 Aus der Praxis**  
Mit Kurs auf die Zukunft: Nedlin ist mit seinem Textilservice  
für die Hotellerie grenzübergreifend tätig
- 14 Moment mal**  
Informationen in Echtzeit  
Wussten Sie schon, dass ...
- 15 Zum Schluss**  
Schlafen wie im eigenen Bett  
Vorschau auf die nächste Ausgabe



Laura Chaplin enthüllt auf der Heimtextil das  
von ihr für Dibella kreierte Bettwäsche-Design.



Dibella Frottierwaren stehen für das gute  
Gefühl, mit dem ein Tag beginnt und endet.



Das Benelux-Team: Christian Kleinpass,  
Judith Heitkönig und Sabine Himmelberg

# 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: shutterstock/  
Africa Studio  
Seite 2, 4-11: Dibella,  
S. 12/13: Netlin,  
Dibella,  
S. 13: WhatsApp  
(oben), Dibella,  
S.14-15: Dibella



# Lächeln für bessere Baumwolle

**Prominenter Besuch hat Dibellas Messe-Saison gleich zur Heimtextil mit einem fulminanten Auftakt beginnen lassen.**

Dibella und „Cotton made in Africa“ (CmiA) verbindet seit der Heimtextil 2017 eine sehr erfolgreiche Zusammenarbeit. Innerhalb von nur einem Jahr wurden über dreißig Tonnen Baumwolle aus Sub-Sahara-Afrika zu langlebigen Objekttextilien verarbeitet. Diese positive Bilanz betrachten beide Partner als einen guten Grund zum Feiern. Anlässlich der Heimtextil 2018 begingen sie ihr „Einjähriges“ daher mit einem ganz besonderen Event: Laura Chaplin, die engagierte Botschafterin von CmiA und anerkannte Künstlerin, hatte ein exklusives Bettwäsche-Design für das nachhaltige Dibella-Sortiment kreiert. Wie die Designerin bei dessen Enthüllung erklärte, geht es auf ihre Reise



Laura Chaplin enthüllt auf dem Heimtextil-Messestand das von ihr für Dibella kreierte Bettwäsche-Design.

durch Uganda zurück und ist durch die Natur, die Tierwelt und die Fröhlichkeit der Menschen inspiriert, die sie dort traf. Laura Chaplin, die – ebenso wie ihr Großvater Charlie Chaplin – das Lachen zu ihrer Mission gemacht hat, signierte

ihr Design „Smile by Laura Chaplin“ am 10. Januar 2018 auf dem Dibella-Messestand. Ihr Auftritt dürfte nicht das letzte Mal geblieben sein: Dibella will die Zusammenarbeit mit der charismatischen CmiA-Botschafterin fortsetzen.

# In Indien auf Erfolgskurs

**Die indische Regierung will von Dibellas Engagement in Sachen Nachhaltigkeit profitieren.**

Seit Jahren initiiert Dibella in Indien eigene Projekte zur Förderung des ökologischen Baumwoll-Anbaus. Die Vorhaben bieten den Farmer-Familien Hilfestellungen zur Verbesserung ihrer Lebenssituation.

Die erfolgreiche Arbeit von Dibella hat sich bis zu Indiens Textilministerin Smriti Zubin Irani herumgesprochen, weshalb sie Ralf Hellmann bei einem Exklusiv-Treffen während der Heimtextil nach seinen Erfahrungen befragte. Für ihn ist die Umstellung von konventioneller Baumwolle auf nicht genmo-

difizierte Bio-Baumwolle die größte Herausforderung: „Die Farmer geraten in der dreijährigen Übergangszeit in Schwierigkeiten. Sie brauchen eine finanzielle Unterstützung und eine umfassende Ausbildung“, erklärte er der Ministerin und den anwesenden Delegierten. Seine Anregungen kamen gut an: Noch während des Treffens initiierte Smriti Zubin Irani erste Maßnahmen, um den Anbau von Bio-Baumwolle für mehr Kleinbauern attraktiver zu machen.

Frank Neumann und Ralf Hellmann treffen die indische Textilministerin Smriti Zubin Irani und Teilnehmer ihrer Delegation (v.l.n.r.).

# Positive Resonanz für das Plus-Zeichen

**Die Service-Leistungen des „Dibella+“-Konzepts werden von den Kunden gerne angenommen.**

Im Sommer 2017 ging bei Dibella eine neue Marke an den Start: Mit „Dibella +“ präsentierte das Unternehmen ein Konzept, das Kunden des verantwortungsbewussten Wäschesortiments zehn Extra-Services bietet. Zu diesen gehören beispielsweise Schulungen, die einen tieferen Blick in die Welt der nachhaltigen Textilbeschaffung erlauben. Das Interesse an solchen Kursen ist groß, denn Textilservice-Betriebe wollen mit guten Argumenten in das Gespräch mit ihren Hotelkunden gehen. Getreu dem Motto „Nur wer Kenntnisse hat, kann Bewusstsein schaffen“ schult Dibella über alle wichtigen Aspekte einer ökologisch, ethisch und ökonomisch verträglichen Lieferkette. „Die Teilnehmer verfolgen mit großem Interesse, welche Faktoren bei einer nachhaltigen Textilproduktion berücksichtigt werden müssen“, berichtet Ralf Hellmann, Geschäfts-

führer bei Dibella. „Besonders fesselnd ist jedoch der Vergleich zwischen ökologisch und konventionell angebaute Baumwolle. Und wenn wir dann Pflanzen-Samen herumreichen, entsteht ein besonderer Aha-Effekt.“

## ERFAHRUNGS-GEWINN

Die Inhalte der Schulungen sind keineswegs in Stein gemeißelt. Im Gegenteil! Sie richten sich nach der Zielsetzung des „Dibella+“-Kunden und werden gemeinsam mit ihm festgelegt. Im Mittelpunkt steht dabei immer die Gesellschaftsverantwortung. Sie bildet auch den Schwerpunkt bei der Marketingberatung, die ein weiterer Baustein des „Dibella+“-Konzepts ist. Bei diesem Service geht es darum, Kunden an den langjährigen Erfahrungen Dibellas mit Nachhaltigkeitsprojekten teilhaben zu lassen. „Kunden, die unsere nachhaltige Wä-



In der Marketingberatung von „Dibella+“ können Kunden an den langjährigen Erfahrungen Dibellas mit Nachhaltigkeitsprojekten teilhaben.

**DAS NACHHALTIGE KONZEPT**

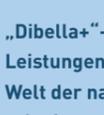
**Dibella+**



**Mit dem Kauf von Dibella+ Textilien leisten Sie einen wertvollen Beitrag:**

-  ✓ Zu besseren Lebens- und Arbeitsbedingungen vieler Menschen im Textilsektor
-  ✓ Zum Schutz von Gesundheit und Umwelt – bei uns und im Ursprungsland

**Mit dem Kauf von Dibella+ Textilien erhalten Sie:**

-  ✓ Leistungsfähige und besonders nachhaltige Wohlfühl-Textilien in jedem Preisrahmen
-  ✓ Dibella+ Premium-Services und vermarkten damit im Handumdrehen Ihr nachhaltiges Textilkonzept

**„Dibella+“-Kunden profitieren von Extra-Leistungen, die einen tieferen Blick in die Welt der nachhaltigen Textilbeschaffung erlauben.**

schelinie einsetzen, möchten sich im Rahmen ihrer Unternehmensverantwortung (Corporate Social Responsibility) noch stärker engagieren“, erklärt Ralf Hellmann. „Dabei können wir unseren Kunden beratend zur Seite stehen. Mit der GoodTextiles Stiftung haben wir verschiedene Projekte initiiert, die eine Verbesserung der Lebensumstände indischer Bio-Baumwoll-Bauern und ihrer Familien bewirken. Daran kann sich jeder Kunde beteiligen – oder ein eigenes Projekt aufsetzen. Unterstützung von unserer Seite ist ihm in jedem Fall gewiss.“ Dieses Angebot trägt bereits Früchte. In Kürze fällt bei der GoodTextiles Stiftung der Startschuss für das erste, individuelle Förderprojekt eines Textilservice-Kunden.

# In trockenen Tüchern

## Hochwertige Frottierwaren schöpfen im Textilservice Werte.

Ein Textilservice-Betrieb lebt von seiner Effizienz. Alle Prozesse sind aufeinander abgestimmt und greifen ineinander wie Zahnräder in einem mechanischen Uhrwerk. Kleinste Störungen können das gesamte System durcheinanderbringen. Daher sind die Anforderungen unserer Kunden an die von uns gelieferten Textilien so hoch“, berichtet Frank Neumann, Gesellschafter und Verkaufsleiter bei Dibella. „Die Qualität der von uns produzierten Frottierwaren erfüllen diese in ganz besonderem Maße. Aus Sicht des Textilservice müssen die Tücher wenig flusen, langlebig bleiben und nach

häufigem Waschen auch maßkonform sein. Für den Hotelgast ist es wichtig, ein weiches, flauschiges Handtuch in den Händen zu halten.“ Das Dibella Frottiersortiment wird diesen Anforderungen in allen Punkten gerecht und hält die selbst gesetzten hohen Standards dank Qualitätsmanagement (ISO 9001), das bei Dibella und den Produktionspartnern befolgt wird, zuverlässig ein.

### GEKÄMMTE KOMPAKTGARNE

Den speziellen Bedürfnissen der Textilservice-Branche begegnet Dibella mit einer umfassenden Qualitätsstrategie. Diese beginnt bei den Fasern

und Garnen: Es wird ausschließlich hochwertige Baumwolle eingesetzt. Diese wird zuerst gekämmt und dann zu sogenannten Kompaktgarnen versponnen. Die mit der Ringspinntechnologie hergestellten Garne sorgen durch die Verwendung im Flor für hervorragende Eigenschaften und erzielen folgende Vorteile:

- niedriger Fremd- und Kurzfasergehalt
- niedrige Flusenbildung, geringer Faserverlust
- niedrige Haarigkeit
- höhere Festigkeit
- gute Saugfähigkeit schon ab der ersten Wäsche



Dibella Frottierwaren stehen für das gute Gefühl, mit dem ein Tag beginnt und endet.

von Dibella mit strapazierfähigen, haltbaren Doppelsäumen vernäht. Alle Tücher sind getumbelt und erhalten dadurch eine höhere Schlingenauszugfestigkeit und einen weichen Griff.

### WIRTSCHAFTLICH GEDACHT

Als besondere Innovation bietet Dibella das Energiespar-Frottier Tokio mit einer Mischgewebe-Kette an. Im Inneren des Tuches sorgt ein Polyester-Anteil für eine geringere Restfeuchte. Dadurch ergeben sich Einsparungen im Bereich der Trocknungszeit. Der Flor wie auch der Schuss bestehen aus reiner Baumwolle, so dass der Griff und die Optik dem eines Frottierhandtuchs aus 100% Naturfaser entsprechen. Auf Wunsch näht Dibella zudem RFID Chips und Kundenetiketten in die Frottierwaren ein.

- besonders weicher und flauschiger Griff über die gesamte Lebensdauer

### AUF HALTBARKEIT GETRIMMT

Ein gutes Garn entscheidet nicht allein über die Güte eines Frottierar-

tikels. Dibella legt daher auch an die Weberei, die Ausrüstung und die Konfektion hohe Qualitätsmaßstäbe an. Das Zusammenspiel der Prozesse entscheidet – wie in der Wäscherei – über ein „sauberes“ Ergebnis. So sind alle Frottierartikel

## DIBELLAS FROTTIERPROGRAMM



### Badevorleger 100% Baumwolle, Zwirnfrottier



### Bademäntel 100% Baumwolle



### Bademantel 60% Polyester/40% Baumwolle



# Die richtige Dosis

**Das Markenzeichen von Dibellas Wäschesortiment ist ein ausgewogenes Verhältnis von Langlebigkeit, Komfort und Leasingeignung. Das Erfolgsgeheimnis liegt im speziellen 80/20-Faser-Mix.**



Dibella hat sich einer nachhaltigen Produktgestaltung verschrieben und wägt das Mischungsverhältnis genau ab.

Die Textilservice-Branche ist im Hinblick auf anwenderfreundliche Bettwäsche sehr anspruchsvoll. So sollen die Textilien die Pflegeprozesse in der Wäscherei und natürlich auch den Gebrauch über einen langen Zeitraum aushalten. Beim Waschen und Mangeln sollen sie in Top-Form bleiben, ein gutes Glättebild erreichen. Ausfransende Nähte sind Tabu. Zu den unverzichtbaren Eigenschaften gehört außerdem ein angenehm weicher Wäschegriff, der dem Gast einen komfortablen Schlaf verspricht. Letztendlich müssen die Textilien auch noch ein gutes Trocknungsverhalten an den Tag legen; dieses sorgt für ein behagliches Schlafklima und ist in einer Wäscherei die Grundvoraussetzung für energieeffiziente Prozesse. „Die vielfältigen Wünsche an leasinggeeignete Hotelwäsche erfüllen wir mit speziell von uns ent-

wickelten Mischgeweben aus 80 Prozent Baumwolle und 20 Prozent Polyester“, berichtet Geschäftsführer Ralf Hellmann. „Dieser Mix ergibt eine ideale Verbindung aus den geforderten technischen Spezifikationen und einem guten Gefühl für das Textil.“

## DIE BEVORZUGTE WAHL: BAUMWOLLE

Das Rezept für die haltbare, weiche Wäschequalität enthält einerseits gekämmte, langstapelige Baumwolle, andererseits Stapelfasern eines Markenpolyesters. Für das Schussgarn werden beide Zutaten zu gleichen Teilen gemischt. Im Kettgarn werden hingegen ausschließlich hochwertige Naturfasern verarbeitet. Durch diesen Kniff entstehen leichte, aber reißfeste Gewebe, die knitterarm sind und eine hohe Maßstabilität in Querrich-

tung besitzen. „Vor allem aber überzeugen sie durch ihren unnachahmlichen Baumwoll-Griff, den viele Hotelgäste nach wie vor favorisieren“, ergänzt Ralf Hellmann. Neben dem positiven Eigenschaftsprofil gibt es für Dibella noch einen weiteren, in der Unternehmensphilosophie verankerten Grund für die baumwollstarke Mischung: „Die Naturfaser ist ein nachwachsender Rohstoff. Polyester hingegen wird aus Erdöl, einer Ressource mit begrenztem Vorkommen, gewonnen. Da wir uns einer nachhaltigen Produktgestaltung verschrieben haben, wägen wir das Mischungsverhältnis genau ab und setzen synthetische Fasern nur in einer verträglichen Dosis ein.“ Die Formel für die weitsichtige Produktgestaltung geht auf: Unter den Textilservice-Kunden des Unternehmens haben die 80/20-Mischungen viele Anhänger.



Ein spezieller Mix ergibt eine ideale Verbindung aus den geforderten technischen Spezifikationen des Textilservice und einem guten Gefühl für das Textil.

# Nachhaltiges Nähen gut eingefädelt

**Textilien mit dem „Made in Green“ Label sind kurzfristig lieferbar.**



Der tschechische Konfektionsbetrieb Nelly erfüllt die umfangreichen Vorgaben der „Sustainable Textile Production (SteP) by Oeko-Tex“.

Seit Dibella „Made in Green“ (MiG) Textilien im Sortiment hat, ist die Nachfrage an entsprechend ausgezeichneten Textilien deutlich gestiegen. Immer mehr Kunden wollen sicher gehen, dass die von ihnen eingesetzten Artikel die Hohenstein-Kriterien einer sozialen und ökologischen Fertigung einhalten. Das „Made in Green“ Label steht nachweislich für:

- schadstoffgeprüfte Materialien

nach STANDARD 100 by OEKO-TEX® sowie

- umweltbewusste Produktionsstätte, gute Arbeitsbedingungen und sichere Arbeitsplätze, die nach Sustainable Textile Production (STeP) by OEKO-TEX® zertifiziert sind.

Um Kunden eine schnelle und flexible Lieferung von MiG-Artikeln bieten zu können, wurde auch der tschechische Konfektionsbetrieb

Nelly in das Konzept einbezogen. Die zu Dibella gehörende Näherei ist gemäß „Sustainable Textile Production (STeP) by Oeko-Tex“ zertifiziert und damit berechtigt, Waren mit dem „Made in Green“ Label auszuzeichnen.

## EIN TIEFER BLICK IN DAS BETRIEBSGESCHEHEN

Um die Auszeichnung zu erhalten musste der Betrieb den Beweis antreten, dass er umweltfreundliche Technologien einsetzt, Ressourcen effizient nutzt und soziale Arbeitsbedingungen sicherstellt. Insgesamt 300 Fragen aus den Bereichen Chemikalienmanagement, Umweltleistung, Umweltmanagement, soziale Verantwortung, Qualitätsmanagement sowie Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit standen auf der Agenda des Hohenstein Institutes. Nelly ist das Kunststück gelungen, die umfangreichen Vorarbeiten innerhalb eines halben Jahres mit einer erfolgreichen Zertifizierung abzuschließen.



## Vorteile für den Textilservice

Die Dibella Konfektion näht auf Wunsch kundeneigene „Made in Green“ Etiketten ein. Das MADE IN GREEN by OEKO-TEX® Label signalisiert dem Hotelier-Kunden, dass das gekennzeichnete Textil nachhaltig produziert wurde. Gleichzeitig erhält er die Möglichkeit gegenüber dem Hotelgast sein nachhaltiges Engagement glaubwürdig zu kommunizieren.

Anhand einer eindeutigen Produkt-ID (z.B.: M1FNWBT75) kann die textile Lieferkette transparent zurückverfolgt werden. Probieren Sie gerne selbst unter [www.madeingreen.com](http://www.madeingreen.com) aus.

# Gestatten: Das Benelux-Team

## Dibella ist den Benelux-Ländern seit jeher verbunden.

Dibella verbindet eine lange und intensive Beziehung zu seinen Nachbarn in den Niederlanden. Schon alleine aus diesem Grund spricht fast jeder im Unternehmen ein bisschen Holländisch. Im Benelux-Team ist das Niederländische aber quasi die zweite Muttersprache. Judith Heitkönig, Sabine Himmelberg und Christian Kleinpass sind im deutsch-holländischen Grenzgebiet, genauer gesagt in Bocholt-Suderwick, aufgewachsen. Der Stadtteil hat keinen eigenen Kindergarten, weshalb alle drei in den Hort jenseits der deutschen Grenze gingen. Dadurch sind sie mit der holländischen Sprache aufgewachsen. Außerdem haben sie die Mentalität der Menschen kennen und schätzen gelernt, weshalb sie mit großer Freude den holländischen Markt

betreuen. So sorgt eine besonders nette Eigenschaft der Holländer – ihr Humor – bei der Arbeit für viel gute Laune. Im Kundengespräch fällt immer mal wieder ein Scherz, weshalb im Team viel gelacht wird. Auch die Offenheit der Menschen jenseits der deutschen Grenze macht die Zusammenarbeit angenehm und unkompliziert. Da in Holland die Hierarchien flach sind, duzt sich das Team mit fast allen Kunden.

### ANGENEHMER UMGANG

Außerdem können in Holland auch Mitarbeiter in unteren Ebenen Entscheidungen treffen. „Diese Denkweise übertragen unsere Kunden auch auf uns“, erzählt Christian Kleinpass. Er ist seit fast achtzehn Jahren bei Dibella und für den Verkauf in den Benelux-Ländern zu-

ständig. „Unsere Kunden sind nicht ausschließlich auf mich fixiert, sondern wenden sich mit ihrem Anliegen an uns als Team. Es liegt dann an jedem einzelnen von uns, die Aufgabe zu lösen.“ Dieses Herangehen erfordert eine hohe Flexibilität, die bei manchen Bestellungen besonders gefordert ist – etwa, wenn eine Lieferung nicht an den Nachbarstaat gehen soll, sondern in Richtung Niederländische Antillen. Auch in solchen Fällen sorgt das Benelux-Team dafür, dass die Ware ihr weit entferntes Ziel in der Karibik erreicht. Das Dankeschön für so viel Engagement lässt nicht lange auf sich warten und hat eine typisch holländische Handschrift: Bei seinen Besuchen in der Dibella-Zentrale bringt ein Kunde stets „dropjes“ (Lakritze) für das Team mit. Und ein anderer schickt ab und an eine typisch holländische, farbenprächtige Sahnetorte.

### ZUSTÄNDIG FÜR NAH UND FERN

Das gute Miteinander ist gewachsen und hat eine seiner Gründe in der langen Zugehörigkeit des Dreierteams. Christian Kleinpass ist bei den Kunden für seine ausgezeichnete Textilexpertise bekannt. Diese schätzen zudem seine Zuverlässigkeit: Wenn er gebraucht wird, ist er dank der geringen Entfernungen binnen kurzem Vorort und steht pünktlich auf der Matte. „Mein

rechtzeitiges Eintreffen amüsiert manchen Kunden, weil es eine sehr deutsche Eigenschaft ist. Andererseits schätzen sie genau das an uns: Dibella ist ein gewissenhafter Partner, der Service großschreibt. Sabine Himmelberg ist seit dem Jahr 2011 im Benelux-Team und betreut die Kunden im Innendienst. Viele Niederländer und Belgier ken-

nen nur ihre Stimme oder haben ihr Gesicht auf der Webseite oder dem Kalender gesehen. Wenn es aber erforderlich ist, begleitet sie Christian Kleinpass aber auch mal auf eine Reise zum Kunden. Die dritte im Bunde, Judith Heitkönig, ist seit zehn Jahren bei Dibella. Auch sie ist im Innendienst, hat aber ihre Stundenzahl seit Geburt ihrer beiden

Töchter reduziert. Zu den Aufgaben im Innendienst zählen alle Aufgaben von A-Z. Dazu gehört etwa die Erstellung und Annahme von Angeboten, Erfassen eingehender Aufträge, Überwachung der Transporte und Sicherstellen einer termingerechten Anlieferung, Rechnungstellung und natürlich die Kundenbetreuung.

## Das Benelux-Team von Dibella

Sabine Himmelberg



### Zur Person

Geboren: 26.04.1981  
Familienstand: vergeben  
Wohnort: Bocholt

### Meine „Lieblinge“

Orte: egal – Hauptsache warm  
Hobbys: Schwimmen, Kino, Essen gehen, Ausgehen mit Freunden  
Speisen: Fleisch mit Beilagen  
Filme/Serien: Bands of Brothers, Dirty Dancing  
Musik: Alles, was Krach macht  
Fußballverein: Ich bin da sehr neutral  
Auf dem Schreibtisch: Mein Glücksbringer: Elefantengott Ganesha

### Ich mag

... Zeit mit meinen Liebsten  
... leckeres Essen  
... Shoppen

### Mein Motto

When nothing goes right – go left

### Was zeichnet die Arbeit bei Dibella aus?

- gutes Betriebsklima
- gute Arbeitszeiten
- eigenständiges Arbeiten
- flache Hierarchie

Christian Kleinpass



### Zur Person

Geboren: 17.09.1970  
Familienstand: vergeben  
Wohnort: Bocholt-Suderwick

### Meine „Lieblinge“

Orte: Meine Terrasse/Garten  
Hobbys: Fußball, Radfahren, Lesen, Garten  
Speisen: Rinderfilet  
Filme/Serien: Tatort und Krimiserien  
Musik: Rock/Pop  
Fußballverein: Der große FC Schalke 04  
Auf dem Schreibtisch: Mein Kaffeebecher

### Ich mag

... in den Urlaub fahren – im Winter wie im Sommer  
... Zeit mit Freunden verbringen  
... Pünktlichkeit, Ehrlichkeit

### Mein Motto

Der Weg ist das Ziel

### Was zeichnet die Arbeit bei Dibella aus?

- nette Arbeitskollegen und ein gutes Betriebsklima
- flexibel, dynamisch, innovativ und nachhaltig

Judith Heitkönig



### Zur Person

Geboren: 16.09.1983  
Familienstand: verheiratet, 2 Kinder  
Wohnort: Bocholt

### Meine „Lieblinge“

Orte: Mein Zuhause  
Hobbys: Lesen, Freunde treffen  
Speisen: Spaghetti a la Bolognese  
Filme/Serien: –  
Musik: Rock/Pop  
Fußballverein: Schalke 04  
Auf dem Schreibtisch: Post-it Zettel sind unverzichtbar/Kaffee

### Ich mag

... Zeit mit meiner Familie  
... Ordnung  
... ausschlafen (kommt leider nur selten vor)

### Mein Motto

Die besten Dinge im Leben sind nicht die, die du für Geld bekommst

### Was zeichnet die Arbeit bei Dibella aus?

- tolles Betriebsklima
- flexibler Arbeitgeber
- eigenständiges Arbeiten
- das nachhaltige Handeln



Christian Kleinpass, Judith Heitkönig und Sabine Himmelberg (v.l.n.r.) haben eine enge Beziehung zu den Niederlanden.

# Mit Kurs auf die Zukunft

## Auch der weiteste Weg beginnt mit einem ersten Schritt. Nedlin geht ihn.

Im Dreiländereck, wo die Grenzen von Holland mit denen von Belgien und Deutschland zusammentreffen, ist der Firmensitz von Nedlin. Das im Jahr 1952 ursprünglich als Münzwäscherei gegründete Unternehmen ist längst zu einem bedeutenden Textilservice-Anbieter in den Niederlanden herangewachsen. Von zwei Standorten aus betreut das inhabergeführte Unternehmen drei Zielgruppen: Auf dem Gelände in Elsloo befindet sich der Wäscherei-Betrieb für die Hotelwäsche und ein weiterer Trakt für die Bearbeitung von Textilien und Berufskleidung für Kliniken. In dem knapp zwanzig Kilometer entfernten Hoensbroek ist die Berufskleidungs- und Wäschereisparte mit Schwerpunkt Industriekunden ansässig. Diese drei Säulen sind für die beiden Inhaber von Nedlin, Stef und

Luuk de Win, ein Gegenwarts- und Zukunftsmodell. Es macht sie unabhängig von Konjunkturschwankungen, da diese in jeder Branche unterschiedlich ausfallen. Aber trotz der Umsicht ist das Unternehmen nicht vor sämtlichen Unwägbarkeiten gefeit. Eine solche brach mit den Terroranschlägen am 22. März 2016 in Brüssel über den Betrieb in Elsloo herein, erinnert sich Luuk de Win.

**waschecht:** Welche Auswirkungen hatten die Attentate in Brüssel auf Ihr Hotelwäsche-Geschäft?

**Luuk de Win:** Brüssels Hotellerie ist eine unserer wichtigen Kundengruppen in Belgien. Nach den Anschlägen sind die Übernachtungszahlen dort massiv zurückgegangen. Von einem auf den anderen Tag brauchten die Häuser kaum noch

Wäsche – und dann hat auch eine Wäscherei nicht mehr viel zu tun. Das ist der schlimmste anzunehmende Fall – aber eine Ausnahme-situation. Grundsätzlich sind Belegungsschwankungen in der Hotellerie der Normalfall. Um darauf flexibel reagieren zu können, haben wir ein entsprechendes Mitarbeiter-Konzept entwickelt. Dieses hat auch in der Zeit nach den Terroranschlägen gegriffen. Erfreulicherweise hat sich die Situation in Brüssel wieder normalisiert.

**waschecht:** Beliefern Sie auch andere Regionen mit Hotelwäsche?

**Luuk de Win:** Wir sind in einem 250 Kilometer breiten Umkreis um Maastricht herum tätig. Unsere Hotelkunden befinden sich in den Metropol-Regionen Belgiens sowie dem nordrheinwestfälischen Ballungsraum. Dort verzeichnen wir aufgrund der anhaltenden Bau-



Christian Kleinpass (Mitte) betreut Nedlin seit vielen Jahren und hat zu Luuk (rechts) und Stef den Win (links) einen guten Draht.

Tätigkeit der Kettenhotellerie seit Jahren ein stetiges Wachstum. Dieses hat die Rückgänge in Brüssel teilweise ausgeglichen.

Die Hoteltextilien, die Nedlin an Hotelketten, Ferienparks und Business-Hotels liefert, entsprechen den genauen Spezifikationen der einzelnen Häuser und werden kundenbezogen beschafft und gewaschen. So liefert Dibella beispielsweise Bettwäsche aus reiner Baumwolle, aus einer Mischung 80% Baumwolle und 20% Polyester sowie einer 50:50-Mischung in verschiedenen Dessins.

Die Versorgung der Krankenhäuser findet bei Nedlin hingegen aus einem Pool statt. Da in den Niederlanden die Spezifikation für die einzusetzenden Textilien landesweit gleich ist, sind die Variationsmöglichkeiten innerhalb des Sortiments gering. Allerdings bahnt sich eine Veränderung im Hinblick auf die Beschaffungskriterien an: Im niederländischen Gesundheitswesen rücken Nachhaltigkeitsaspekte in den Vordergrund. Bei Nedlin sind

diese ein fester Bestandteil der unternehmerischen Zukunftsstrategie. So investiert das Unternehmen regelmäßig in die Modernisierung seiner Betriebe. Im Jahr 2012 wurden in Elsloo das Gebäude und der Maschinenpark der Krankenhauswäscherei rundum erneuert. Zwei Jahre später folgte die Hotelwäscherei.

**waschecht:** Was halten Sie für die wichtigsten Aufgaben bei der Zukunftsgestaltung Ihres Unternehmens?

**Luuk de Win:** Innovationen und Investitionen. Beides braucht man, um Prozesse umweltfreundlicher zu gestalten und Abläufe wie auch den Service für die Kunden kontinuierlich verbessern zu können. Um dieses Ziel zu erreichen, stecken wir die erwirtschafteten Gewinne in unser Unternehmen. Nicht zu vergessen sind aber auch die Mitarbeiter. Sie spielen im gesamten Betrieb, vor allem aber in der Außenkommunikation eine wichtige Rolle. Daher hat jeder Kunde bei uns einen persönlichen Ansprechpartner,

der sich um seine individuellen Anliegen kümmert. Und auch unsere Service-Fahrer sind ein wichtiges Bindeglied zu unseren Kunden. Sie sorgen dafür, dass die Wäsche innerhalb des vereinbarten Zeitfensters angeliefert wird. Dieses Versprechen halten wir: Unser Pünktlichkeitswert liegt bei 99,8 Prozent.

**waschecht:** Die Vorteile, die Sie einem Kunden bieten, sprechen für sich: Nedlin wächst beständig. Welche Rolle spielen die Textilien in Ihrem Konzept?

**Luuk de Win:** Eine gleichbleibende, auf unsere Bedürfnisse abgestimmte Warenqualität ist enorm wichtig. Aus diesem Grund arbeiten wir gerne und seit vielen Jahren mit Dibella zusammen. Das Team kennt unsere Branche und die Anforderungen, die wir an die Textilien stellen und setzt sie in einer gleichbleibend hohen Qualität um. Außerdem beweist Dibella eine große Flexibilität bei der Umsetzung regionaler Besonderheiten. Bei der Bettwäsche etwa gibt es rechts und links des Rheins große Unterschiede. So verlangen die Hotels in den Niederlanden und Belgien nach Doppelbezügen, die unter der Matratze eingesteckt werden. In Deutschlands Hotellerie kann man mit diesen Bezügen nicht punkten. Dort sind Einzelbezüge mit Hotelverschluss gefragt. Dibella setzt unsere Wünsche an die unterschiedliche Konfektion, aber auch an das Dessin flexibel und schnell um. Diese Eigenschaften sind auch in unserem Unternehmen zentrale Werte. Daher betrachten wir die Zusammenarbeit mit Dibella nicht als Kunden-Lieferanten-Beziehung, sondern als Partnerschaft.



Nedlin ist mit seinem Textilservice für die Hotellerie grenzübergreifend tätig. Das Liefergebiet reicht nach Brüssel und bis ins Ruhrgebiet.

## Informationen in Echtzeit



„WhatsApp“ ist der Messenger-Dienst schlechthin. Allein in Deutschland nutzen 55 Prozent (ARD/ZDF-Onlinestudie aus dem Jahr 2017) der Menschen die praktische Kommunikationsform fürs Mobiltelefon. Auch

Dibella macht sich die App inzwischen zunutze. Anfang des Jahres wurde die Testphase eingeläutet und eine eigene Mobiltelefonnummer für kurze Kommunikationswege eingerichtet. Unter 0031-6-13048846 können sich Kunden und Lieferanten über WhatsApp mit ihren dringenden Anliegen an Dibella

wenden. Der kurze Draht hat sich bereits in wenigen Wochen bewährt. Wenn es blitzschnell gehen muss, greifen immer mehr Kunden zum Handy. Sie haben die gute Erfahrung gemacht, dass sie mit einer raschen, fachgerechten und absolut werbefreien Antwort rechnen können.

## Wussten Sie schon, dass ...

■ ■ ■ Dibella zum dritten Mal in Folge auf der Salon Equip'Hotel ausstellen wird? Die internationale Messe für Restaurant-, Hotel- und Cateringausstattung findet vom 11. bis 15. November 2018 in Paris statt. Dort werden wir mit einem großen Team – bestehend aus Ralf Hellmann, Simon Bartholomes und

Jennifer Nietsch sowie unseren französischen Team-Mitgliedern Eric Lesage, Christophe Lepage und Sarah Pernet – vertreten sein. Sie finden uns in Halle 4, Stand F142.

Im Herbst 2018 ist Dibella zum dritten Mal auf der Salon Equip'Hotel dabei.



■ ■ ■ Dibella bereits seit zehn Jahren mit einem eigenen Verkaufsbüro in Frankreich vertreten ist? Die Leitung untersteht dem Duo Eric Lesage und Christophe Lepage, die das Team um „Dibella France“ sehr erfolgreich dirigieren. Die beiden

sind von Anfang an dabei und stehen unseren Kunden mit ihrer langjährigen Fach- und Branchenexpertise zur Seite. Sie waren es auch, die in Frankreichs Hotellerie das Konzept des „nordischen“ Betts eingeführt und in zahlreichen Häu-

sern die Laken-Überwurfdecken-Lösung durch Bettbezüge ersetzt haben. Allerdings unterscheiden sich in Frankreich die Anforderungen an Konfektionsarten und -größen von denen der Nordeuropäer. Daher hat Dibella für das Land des „Savoir vivre“ eine eigene, hochwertige Kollektion entwickelt und bevorratet diese. Dieser Service kommt bei den Kunden gut an! Das Frankreich-Geschäft macht inzwischen mehr als zehn Prozent von Dibellas Gesamtumsatz aus.

Eric Lesage (links) und Christophe Lepage haben Dibella Frankreich mit Engagement für die Kunden und guten Ideen sehr erfolgreich gemacht.



## Schlafen wie im eigenen Bett

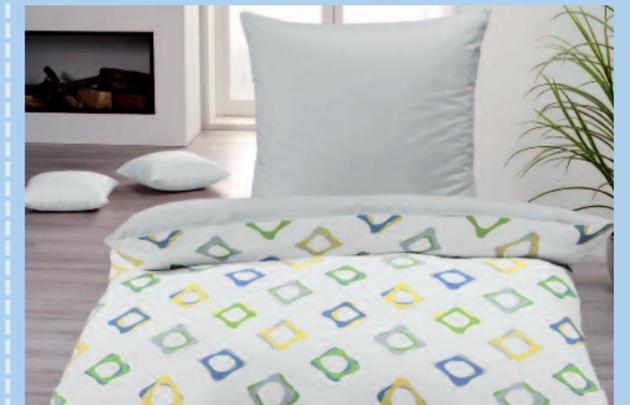
Für die Entwicklung neuer, leasingtauglicher Textilqualitäten orientieren wir uns bei Dibella an den Wünschen, die unsere Kunden an uns herantragen. Ganz aktuell haben wir die Design-Anforderungen der im Gesundheitswesen tätigen Textilservice-Betriebe umgesetzt. Hier besteht der Wunsch nach Bettwäsche, die mit einem frischen Dessin die Patienten- und Bewohnerzimmer aufwertet. Mit Treviso in moderner Double-Face-Optik präsentieren wir zwei ansprechende Neuheiten, die Patienten und Heimbewohnern ein Gefühl vom heimischen Bett geben. Die Vorderseite mit zwei attraktiven, farbstabilen Druckdessins ist mit einer unifarbigen Unterseite in Trendtönen kombiniert. Dank den besonders haltbaren Ringgarne aus 60 Prozent Baumwolle und 40 Prozent Polyester ist die Bettwäsche angenehm zur Haut und schnelltrocknend. Dadurch ist auch in geheizten Räumen ein angenehmer Schlafkomfort gewährleistet. Vor allem aber überzeugen Treviso-Garnituren durch ihre Langlebigkeit, ihren guten Preis und ihr „Made in Green“ Label.

### TREVISO FLORAL



- Oberseite: Leinwandgewebe mit floralem Druckmotiv
- Unterseite: Unifarbiges Leinwandgewebe in Blau, Grün oder Grau
- 60% Baumwolle, 40% Polyester
- Gewicht 135 g/m<sup>2</sup>

### TREVISO DIAMANT



- Oberseite: Leinwandgewebe mit grafischem Druckmotiv
- Unterseite: Unifarbiges Leinwandgewebe in Blau, Grün oder Grau
- 60% Baumwolle, 40% Polyester
- Gewicht 135 g/m<sup>2</sup>

## Vorschau

**Ausgabe 2/2018 erscheint im Herbst 2018 und macht unser Engagement für zufriedene Kunden sichtbar.**

Der Kunde im Fokus – folgende Themen sind in der nächsten Ausgabe geplant:

- Professionelles Qualitätsmanagement
- Kundenanforderungen und Lösungen für den Textilservice
- Ausbau des Dibella Vertriebs
- Indienreise des Kuratoriums der GoodTextiles Stiftung



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](http://www.dibella.de)