

Glückliche **Gäste** dank
Bettwäsche



Ob sich der Gast im Hotel wohlfühlt, hängt nicht zuletzt von der Qualität der Bettwäsche ab. Doch was sollte der Hotelier bei der Investition in Bettwäsche beachten? Und: Soll man Flachwäsche kaufen, mieten oder leasen? Fragen an den Hotel-Textilexperten Stephan Hirt.

Stephan Hirt, in welchem Rhythmus sollte ein Hotelier die Bettwäsche auswechseln, also neue Wäsche anschaffen?

Nun, die Frage kann man nicht pauschal und allgemeingültig beantworten. Es gilt dabei diverse Faktoren zu berücksichtigen, zudem hängt das vor allem von der Qualität der Wäsche ab! Ebenfalls sind die Art und Weise der Pflegebeanspruchung und die Waschzyklen entscheidend für die Lebensdauer der Textilien. Je besser die Qualität der Textilien und der Textilpflege, desto länger hält die Wäsche. Die Spannweite liegt im schlechtesten Fall bei einem Jahr. Im besten Fall kann die Dauer bei zehn Jahren liegen. Von unseren Kunden habe ich schon verschiedentlich von einer Dauer von über zehn Jahren erfahren. Als Mittelwert sind also fünf bis sieben Jahre sicher ein vertretbarer Wert – und die Anschaffungskosten werden damit sehr gut amortisiert.

Auf was sollte der Hotelier dringend achten, wenn er neue Bettwäsche anschaffen will?

Die Beschaffenheit der Wäsche, die Haptik – also wie sich die Bettwäsche anfühlt – ist ein ganz wichtiges Element! Dies ist sicher eine subjektive Beurteilung, aber der Hotel-Gast kann beim Kontakt mit der Bettwäsche sehr schnell feststellen, ob es sich >

Bett mit hochwertiger Bettwäsche in einem Zimmer des neuen Dorint Airport Hotels in Zürich-Glattbrugg.

um eine gute oder eben eher schlechte Qualität handelt. Der «Kuschel- oder Wohlfühlfaktor» führt beim Gast zu Wohlbefinden und somit zur Zufriedenheit als Kunde. Weiter ist das Pflegeverhalten sehr wichtig: Dabei ist der Entscheid vor der Beschaffung betreffend die Pflege in der eigenen Lingerie oder mittels eines Vollservice entscheidend. Ich darf sagen: Wir führen generell sehr gute Qualitäten im Sortiment, die auch vom Gewicht her leichter sind – bis zu 25 Prozent leichter als vergleichbare Produkte. Diese Tatsache führt zu tieferen Kosten bei einem Mietwäsche-Vollservice, der pro Kilo abgerechnet wird – und zu einem angenehmen Schlafkomfort für den Gast. Qualität zahlt sich somit immer aus – auch wenn der Anschaffungspreis gegenüber einfacherer Qualität vielleicht 20 Prozent höher liegt. Der Preisunterschied wird spätestens nach ein bis zwei Jahren wettgemacht, und die deutlich längere Lebensdauer erhöht somit den «Return on Investment» markant.

Gibt es neue Trends, was die Beschaffung von Hotel-Bettwäsche betrifft?

Ja, die gibt es in der Tat! Abhängig vom jeweiligen Konzept und Design des Hotels, geht das von

«**DER KUSCHEL- UND WOHLFÜHLFAKTOR FÜHRT BEIM GAST ZU WOHLBEFINDEN UND SOMIT ZUR ZUFRIEDENHEIT ALS KUNDE.**»

STEPHAN HIRT

einer hohen Individualität im Bereich der Textilien bis zu einer Normausstattung bei Ketten-Hotels. Vermehrt wird mittels einer zentralisierten Pool-Wäsche-Lösung für alle angegliederten Häuser ein Angebot erstellt, das aber trotzdem noch Raum für regionale Besonderheiten hat. Oft werden in den Hotels auch etwas mehr Farbe und individuelle grafische Elemente bei der Wäsche eingesetzt – die Bettwäsche muss ja nicht immer weiss sein! Besonders oft wird auch ein individuelles Logo oder ein Hotel-Schriftzug eingewoben.

Die weisse Bettwäsche ist aber nach wie vor klassisch und in den meisten Hotels verbreitet. Was halten Sie von farbiger Wäsche in Hotel-Zimmern?

Wenn es zum Gesamtkonzept des Hotels passt, warum nicht! Die Farbe Weiss oder Beige steht aber nach wie vor für «rein und sauber» und ist auch aufgrund der langen Tradition beliebt. Mit farbiger Frottierwäsche im Badezimmer, farbigen Bademänteln oder auch mit dekorativen Plaids kann ohne Weiteres Farbe ins Hotel-Zimmer gebracht werden – es muss also nicht unbedingt die Bettwäsche sein.

Kann sich der Hotelier über die Bettwäsche profilieren oder gar differenzieren?

Auf jeden Fall! Die Bettwäsche ist das einzige Textil nebst der Frottierwäsche, mit dem der Gast

am meisten auf «Hautkontakt» geht. Bestes Satin-Gewebe vermittelt hervorragenden Schlafkomfort und Wohlbefinden. Das gute und entspannende Gefühl, welches von hochwertiger und reiner Bettwäsche ausgeht, ist unverwechselbar und kann zu echten Glücksgefühlen führen. Immer mehr sind auch Fairtrade-Produkte mit Max-Havelaar-Baumwolle gefragt – dies ist gerade mit einem auf Nachhaltigkeit fokussierten Gesamtkonzept eine starke Profilierungschance.

Bettwäsche aus Baumwolle oder Seide – was empfehlen Sie dem Hotelier?

Die Seide ist zwar nobel und exklusiv, lässt sich aber nicht industriell pflegen oder waschen. Für professionelle Hotels ist eine 100-Prozent-Seidenqualität somit nicht einsetzbar. An deren Stelle treten seidenartige Baumwoll-Satins und Halbleinengewebe, die sich ähnlich anfühlen im Griff und auf der Haut.

Was, wenn der Hotelier das Thema Bett- und Tischwäsche an eine externe Firma auslagern will (Outsourcing). Bieten Sie solche

Lösungen an?

Unser Mietwäsche-Vollservice kann individuell auf die Bedürfnisse vom Kunden zugeschnitten werden – sei das in Bezug auf die ausgewählte Qualität, die Machart der Tisch-, Bad- und Bettwäsche oder der Koch- und Servicebekleidung. Selbst das ganze Bettsystem – inklusive Matratzen und Kissen – kann in einem solchen Angebot berücksichtigt werden. Somit hat der Kunde alles aus einer Hand und erlebt keine mühsamen und frustrierenden Schnittstellen zwischen dem Textil- und Wäschereianbieter.

Wenn es um Finanzierung und Kosten geht, hat der Hotelier zwei Optionen: Er kann die Bettwäsche kaufen oder mieten. Was spricht für den Kauf?

Die Wäsche gehört ihm, und der Hotelier kann waschen, wo er will. In Bezug auf die Auswahl der Wäscherei gibt es keine Einschränkungen, und er ist nicht vertraglich gebunden. Beim

Kauf der Wäsche kann er von attraktiven Preismodellen profitieren.

Worin liegen die Vorteile der Miete?

Es entstehen für den Kunden keine Investitionen für die Textilien, und er hat eine grosse Flexibilität in Bezug auf die Dauer der Miete.

Neben Kauf und Miete gibt es die Leasing-Variante, wenn es um die Beschaffung von Bettwäsche geht. Die Vorteile des Leasings?

Für den Kunden entfallen hohe Investitionen in die Textilien – Kosten fallen nur beim Waschen an. Die Rechnungen sind somit eine Art Ratenzahlung, denn nach Ablauf vom Mietvertrag kann der Kunde die Wäsche zu einem bescheidenen Restwert übernehmen. Die monatlichen Kosten sind transparent und fallen nur aufgrund der gewaschenen Kilos an. Bei der Auswahl der Qualität der Textilien und der Machart ist der Kunde völlig frei.

Für viele Hoteliers ist die Bettwäsche eher ein Randthema. Ihre Erfahrungen?

Ich kann Ihnen leider nicht widersprechen. Aber diejenigen Hoteliers, welche die Bettwäsche und die Textilien im Allgemeinen als entscheidenden Wohlfühlfaktor des Gastes erkennen, ernten überproportionale Anerkennung dafür. Die Wäsche ist heute ein Differenzierungsmerkmal und dem Kunden sehr nahe – so nahe wie kein anderes Produkt. Wir stellen fest, dass der Fokus noch viel zu wenig auf der eigentlichen Kernkompetenz des Hotels liegt – nämlich dem einzigen Grund für einen Gast, in einem Hotel einzuchecken: dem Schlaf und der Erholung. **H**

Hotelier info

Der Schlafkomfort- und Textilexperte **Stephan Hirt** ist seit Oktober 2012 Geschäftsführer der Schwob AG und hat eine Ausbildung im Bereich Marketing und Betriebswirtschaft und zuletzt ein eMBA absolviert. Er ist verheiratet, ist Jahrgang 1968 und wohnhaft in Olsberg/AG. Zuvor hat er während vieler Jahre erfolgreich ein ebenfalls in der Schweiz produzierendes Familienunternehmen geführt – ganz zu Beginn seiner beruflichen Karriere war er u.a. bereits mit dem Einkauf von Textilien bei einem grossen Schweizer Detailhändler betraut.

Die **Leinenweberei Schwob AG** stellt seit 1876 hochwertige Textilien für Hotellerie, Gastronomie und Kliniken/Residenzen für das In- und Ausland her. Das Familienunternehmen mit Sitz in Burgdorf beschäftigt rund 160 Mitarbeitende und erzielt einen Jahresumsatz von 28 Mio. Franken. Nebst Bett-, Tisch-, Küchen- und Frottierwäsche bietet Schwob mit der Marke «Le Nouveau Chef» ein Angebot an Koch- und Servicebekleidung. Zudem wird mit dem Bettsystem von «Swissfeel» ein Komplettservice geboten.

An den Standorten Arlesheim, Olten und Niederuzwil verfügt Schwob über eigene Wäschereien und kann als Pionier der Branche zusammen mit Partnern einen kompletten Mietwäsche-Vollservice anbieten.

www.schwob.ch