



Abb. 1: Termingerechtfertiggestellt und sehr gut angelaufen: die neue Bardusch Niederlassung in Mülheim-Kärlich.

Wachstumsstrategie Reinraum

Bardusch setzt auf einen expandierenden Geschäftsbereich



Wolfram Rees

Die Bardusch-Gruppe, Ettlingen, setzt im Rahmen ihrer Wachstumsstrategie weiterhin verstärkt auf den Geschäftsbereich „Reinraum“. Nach einer erfolgreichen Pilot-Phase eröffnet der international tätige Textil-Dienstleister Bardusch in Mülheim-Kärlich die sechste Niederlassung, die mit ihren zertifizierten Aufbereitungsprozessen die höchsten Reinraum-Anforderungen der Chemie- und Pharmaindustrie, aber bspw. auch der Elektronik- und Biotechnologie-Branche erfüllt. ReinRaumTechnik sprach mit Bardusch-Geschäftsführer Wolfram Rees über die «Reinraum» Marktentwicklung und die Bardusch-Wachstumsstrategie.

ReinRaumTechnik: Bei der Verabschiedung Ihrer neuen Unternehmensstrategie 2017 setzten Sie einen Schwerpunkt auf das Thema Reinraum. Worauf stützte sich Ihre Entscheidung?

Wolfram Rees: Angesichts verstärkter Hygiene-Vorschriften und erhöhter Dokumentationspflichten zeigt sich, dass die Versorgung mit keimfreier Wäsche und Berufskleidung ein Zukunftsmarkt ist. Die hohen Hygiene-Anforderungen betreffen die unterschiedlichsten Wirtschaftszweige, Institutionen und Labore – man kann sagen: fast alle Teile der Gesellschaft.

Die Pharmaindustrie und die Lebensmittelwirtschaft sind natürlich wichtige Abnehmer von Textilien, die im Reinraum aufbereitet werden. Aber auch andere Industriezweige benötigen Berufskleidung und Textilien, die keinerlei Schmutz- oder Stoffpartikel des Trägers in die Umgebung abgeben – beispielsweise die Elektronik-, Optik-, Feinmechanik- oder die Biotechnologie-Branche.

Das sind fast alles seit Jahren wachsende Märkte mit sehr guten Zukunftsaussichten. Deshalb haben wir uns entschieden, hier unseren strategischen Schwerpunkt zu setzen.

Wie definieren Sie den Bereich „Reinraum“ (Alles was im Bereich Reinraum eingesetzt wird)?

W. Rees: Genau. Hierunter fällt die gesamte Berufskleidung für Mitarbeiter, die in Reinräumen tätig sind, unabhängig von der jeweiligen Reinraum-Klasse. Darüber hinaus zählen aber auch Produkte dazu, die für die Reinigung notwendig sind, wie Mehrweg-Wischbezüge oder Wischtücher.

Und wie groß ist der Reinraum Anteil an Ihrem Gesamtportfolio?

W. Rees Das lässt sich kaum an einer Zahl festmachen. Unsere Standorte in unseren Kernländern haben unterschiedliche Größen sowie

Arbeitsschwerpunkte und bedienen unterschiedliche Kundenmärkte. Wie wollen sie das gewichten? Zudem bauen wir den Reinraum-Bereich ja erst seit einigen Jahren konsequent aus. Was man sagen kann, ist, dass dieser Bereich an sämtlichen Standorten, an denen wir vertreten sind, stärker wächst als der Gesamtmarkt der Textilservice-Branche.

Wie entwickeln sich die Märkte, in denen Sie tätig sind? (Krankenhaus, Lebensmittel, (Pharmazeutische) Industrie?)

W. Rees: Auch hier gilt: Die Entwicklung ist sehr unterschiedlich.

Aufgrund der aktuellen Pandemie haben wir eine „Sonderkonjunktur“, was den Bedarf in der pharmazeutischen Industrie betrifft. Wir sind allerdings davon überzeugt, dass unsere Dienstleistungen hier auch langfristig auf einem sehr hohen Niveau bleiben werden.

Ebenfalls steigend ist die Nachfrage aus der Lebensmittelwirtschaft. Hier haben sich zum



Abb. 2: Das Hygienekonzept RABC nach EN 14065 garantiert beim desinfizierenden Waschverfahren die Einhaltung gleichbleibend hoher Standards, sowie die systematische Kontrolle der mikrobiologischen Qualität.

einen die Hygienevorschriften weiter verschärft. Zum anderen steht diese Branche stark im öffentlichen Interesse und betreibt einen sehr hohen Aufwand, um zu verdeutlichen, dass sie alle hygienischen Anforderungen erfüllt.

In der Automobilindustrie und bei ihren Zulieferern werden wir hingegen wohl eher mit sinkender Nachfrage rechnen müssen.

Innerhalb der Krankenhäuser sind es ja die Apotheken, die Reinraumtextilien benötigen. Hier wird sich der Bedarf sicher auf hohem Niveau stabilisieren.

Wie wirkt sich die Pandemie auf Ihr Business aus? Gibt es eine Branchenumverteilung?

W. Rees: Auf den Bereich Reinraum wirkt sich die Pandemie – wie erwähnt – grundsätzlich positiv aus.

Aus der Lebensmittelindustrie kam im Frühjahr eine größere Nachfrage, die sich jedoch im Laufe der Pandemie wieder normalisiert hat. In anderen Wirtschaftszweigen hat die Pandemie zunächst zu einem leichten Rückgang geführt, von dem sich die meisten Betriebe wiederum in den letzten Monaten vorsichtig erholt haben.

Groß waren und sind die Auswirkungen natürlich auf Gastronomie und Hotellerie. Die Rückgänge in diesem Segment ließen und lassen sich auch nicht wieder aufholen. Jetzt stehen die touristischen Betriebe, die sich im Sommer teilweise wieder erholen konnten, angesichts des zweiten Lockdowns vor einer noch größeren Herausforderung.

Wichtig ist sicher noch eine ganz andere Entwicklung: Die plötzliche Unterbrechung vieler Lieferketten – auch in der Pharmaindustrie – zu Beginn der Pandemie hat verdeutlicht, wie abhängig wir in Europa von der Versorgung durch ferne Länder – beispielsweise in Asien – sind. Das hat zu einem Umdenken und zu verstärkter Investitionsstätigkeit in den europäischen Ländern geführt.

Die verstärkten Hygiene-Vorschriften in allen Bereichen spielen Ihnen in die Karten. Aber auch ohne Corona sollten die ständig steigenden Vorschriften gut für das Geschäft sein. Planen Sie diese Entwicklung mit ein?

W. Rees: Wie erwähnt, sind wir bereits 2004 in das Reinraum-Geschäft eingestiegen und wir haben uns schon vor gut drei Jahren entschieden, in diesem Bereich den Schwerpunkt für die Zukunft zu setzen – da war Corona noch lange nicht in Sicht.

Die Diskussion Einweg/Mehrweg ist in Zeiten von Umweltschutz und Nachhaltigkeit sehr aktuell. Sie haben sich mit Ihrem Textilservice auf Mehrweg fokussiert. Wo sehen Sie hier die Vorteile?

W. Rees: Ja, das ist richtig, die Diskussion hat deutlich an Fahrt aufgenommen und Einweg wird aktuell immer stärker infrage gestellt.

Bei Bardusch ist Mehrweg ja schon seit Jahrzehnten „das“ Kerngeschäft. Die Kreislaufwirtschaft haben wir mit unserer Mietkleidung bereits in den 1960er Jahren eingeführt. Bei dieser Mehrweglösung handelt es sich um mehr als „nur“ das Zurverfügungstellen von Berufskleidung. Wir sehen unseren Mehrwert auch in einer möglichst umweltverträglichen Wäsche, in der Übernahme der kompletten Logistik und in einer nachhaltigen Entsorgung von verschlissener oder beschädigter Bekleidung.

Natürlich benötigen wir für unsere Waschprozesse viel Energie und hohe Wassermengen. Aber umgerechnet auf die üblichen Waschvorgänge im Haushalt liegt unser Ressourcenbedarf nur etwa halb so hoch. In unserer Umweltpolitik haben wir uns zu einem möglichst schonenden Umgang mit den natürlichen Ressourcen verpflichtet und uns strenge Ziele für die Zukunft gesetzt. Diese kontrollieren wir auch regelmäßig und passen die Prozesse dann immer wieder an.

Auch die Dokumentation von Herkunft und Verwendung der eingesetzten Kleidung hat einen immer stärkeren Einfluss auf unser Geschäft. Diese Dokumentationspflichten erfüllen wir selbstverständlich. Zudem verfügen wir durch den intensiven Austausch mit Lieferanten, Partnern und mit unseren Kunden über ein gutes Netzwerk, um frühzeitig und kontinuierlich weitere Verbesserungen umsetzen zu können.

Ihre neue Niederlassung war nach nur 18 Monaten Planung und Bauzeit fertiggestellt. Wie ist der Betrieb angelaufen? Wie ist die aktuelle Auslastung?

W. Rees: Die schnelle und termingerechte Erstellung des neuen Standortes ist maßgeblich auf die gute Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten zurückzuführen, die uns trotz der Pandemie zuverlässig unterstützt haben. Dafür möchte ich mich an dieser Stelle ausdrücklich noch einmal bedanken.

Wir sind sehr zufrieden, wie der Standort angelaufen ist. In der ersten Stufe war es für uns wichtig, andere Reinraum-Niederlassungen zu entlasten und näher an unseren Kunden zwischen Ruhrgebiet und Rhein-Main zu sein. Nun bauen wir den Standort kontinuierlich auf. Wann wir mit 60 Mitarbeitern Volllast fahren werden, kann ich heute noch nicht sagen, aber die Mengen steigen überproportional.

Ausblick: Wie werden sich Ihrer Meinung nach die Märkte weiterentwickeln?

W. Rees: Wir erwarten für das Jahr 2022 insgesamt wieder ein Wachstum der Wirtschaft und damit auch eine verstärkte Nachfrage nach unseren Dienstleistungen. Aber es wird alles sehr stark von der weiteren Entwicklung der Pandemie abhängen. Trotzdem: Wir sehen optimistisch in die Zukunft.

Was können wir von Bardusch erwarten?

W. Rees: Bardusch ist bereits seit 150 Jahren erfolgreich am Markt tätig und wird ein starkes und zuverlässiges Familienunternehmen bleiben. Wir werden alles daran setzen, unseren Wachstumskurs beizubehalten und die Kapazitäten in unseren Märkten weiter auf- und ausbauen.

Herr Rees, vielen Dank für Ihre Ausführungen. (Das Interview führte Herr Dr. Fox).

KONTAKT

Dr. Antje Louis

bardusch GmbH & Co. KG, Ettlingen
Tel.: +49 172 7261925
louis.antje@t-online.de
www.bardusch.de